

SKRIPSI

**PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA PEDAGANG
PASAR PAGI 28 PURWOSARI KOTA METRO**

Oleh:

**SILVI ARLITA SAPUTRI
NPM. 2103011087**



**Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1447 H / 2025 M**

**PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA PEDAGANG
PASAR PAGI 28 PURWOSARI KOTA METRO**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

SILVI ARLITA SAPUTRI
NPM. 2103011087

Pembimbing: Dr. Diana Ambarwati, M.E.Sy

Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1447 H / 2025 M

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : I (satu) berkas
Hal : **Untuk Dimunaqosyahkan**

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di –
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah Kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka skripsi:

Nama : Silvi Arlita Saputri
NPM : 2103011087
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA PEDAGANG
PASAR PAGI 28 PURWOSARI KOTA METRO

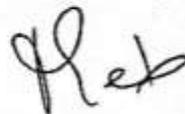
Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk di munaqosyahkan.

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Wr. Wb

Metro, 02 Juni 2025

Pembimbing



Dr. Diana Ambarwati, M.E.Sy

NIP. 198109162023212017

HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka Skripsi di bawah ini:

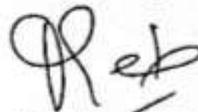
Judul : PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA PEDAGANG PASAR PAGI 28 PURWOSARI KOTA METRO
Nama : Silvi Arlita Saputri
NPM : 2103011087
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah

MENYETUJUI

Untuk diujikan dalam sidang Munaqosyah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.

Metro, 02 Juni 2025

Pembimbing



Dr. Diana Ambarwati, M.E.Sy
NIP. 198109162023212017



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 3411
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor: B-1472/14-3/0/11-00-9/07/2025

Skripsi dengan Judul PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA PEDAGANG PASAR PAGI 28 PURWOSARI KOTA METRO, disusun oleh Silvi Arlita Saputri, NPM. 2103011087, Program Studi : Ekonomi Syariah yang telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro pada hari/tanggal : Senin, 16 Juni 2025.

TIM PENGUJI MUNAQOSYAH

Ketua / Moderator : Dr. Diana Ambarwati, M.E.Sy.

Penguji I : Rina El Maza, S.H.I., M.S.I.

Penguji II : Vera Ismail, M.E.

Sekretaris : Fikri Rizki Utama, M.S.Ak., Akt



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Dri Santoso, M.H.
NIP. 67316295031001

ABSTRAK

PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA PEDAGANG PASAR PAGI 28 PURWOSARI KOTA METRO

Oleh:

SILVI ARLITA SAPUTRI
NPM: 2103011087

Penerapan Etika Bisnis Islam dalam aktivitas jual beli di Pasar Pagi 28 Purwosari, Kota Metro masih sering ditemukannya praktik bisnis yang menyimpang dari prinsip-prinsip Islam, seperti kecurangan dalam timbangan, kurangnya transparansi informasi, dan persaingan tidak sehat antar pedagang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pedagang di pasar tersebut menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam seperti kejujuran, tanggung jawab, keadilan, dan pelayanan yang baik kepada konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap tujuh pedagang dari berbagai jenis dagangan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian pedagang telah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam secara konsisten, terutama dalam hal kejujuran dan tanggung jawab. Namun demikian, masih terdapat pedagang yang lebih mementingkan keuntungan pribadi dengan mengabaikan nilai-nilai etika Islam. Temuan ini menunjukkan perlunya edukasi dan penguatan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam praktik perdagangan tradisional agar tercipta ekosistem pasar yang lebih adil dan berkeadilan sesuai syariat.

Kata Kunci: *Etika Bisnis Islam, Pedagang, Pasar Tradisional, Kejujuran, Tanggung Jawab.*

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Silvi Arlita Saputri
NPM : 2103011087
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Juni 2025
Yang Menyatakan



Silvi Arlita Saputri
NPM. 2103011087

MOTTO

.... وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ

“Dan janganlah kamu mengurangi hak orang lain.”¹ (Surah Hud: 85)

“Curang dalam bisnis mungkin untung sesaat, tapi rugi dalam pandangan Allah dan karena yang kamu lempar akan kembali kepadamu, maka pastikan yang kamu lempar itu kebaikan, agar kebaikanmu itu kembali kepadamu.”²

¹ Sumber Al-Qur'an Surah Hud: 85.

² Sumber Abuya Habid Ali Alkaff.

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT yang Maha Pengasih dan Penyayang, maka skripsi ini saya persembahkan kepada para pihak yang telah memberikan perhatian dan motivasi yang luar biasa selama ini:

1. Teristimewa untuk kedua orang tua saya, Bapak Joko Susilo dan Ibu Umi Mahmudah, yang telah mendidik, membesarkan, menyayangi, serta senantiasa mendoakan dan memberi semangat agar saya dimudahkan dalam menempuh pendidikan. Terima kasih atas segala pengorbanan, kerja keras, dan doa yang menjadi penyemangat saya hingga bisa sampai pada tahap ini.
2. Kepada Adik tersayang Aditya Galih Saputra serta Mbah Kakung dan Mbah Putri yang saya cintai beserta yang selalu memberikan doa dan semangat serta perhatian yang sangat luar biasa.
3. Dosen pembimbing Ibu Dr. Diana Ambarwati, M.E.Sy yang telah membimbing, mengarahkan, memberikan ilmu serta memotivasi penyusunan dalam menyelesaikan skripsi.
4. Bapak David Ahmad Yani, M.M. selaku dosen pembimbing akademik yang membantu mengarahkan dari sewaktu saya menjadi mahasiswa hingga sampai saat ini.
5. Sahabat-sahabat perjuangan Aisyah Fatmawati, Iska Elda Pratiwi, Neni Rahmawati atas doa, kerja sama dan dukungannya yang telah diberikan kepada saya dalam menyelesaikan penelitian ini.
6. Teman-teman Angkatan 2021 dan Almamater tercinta, Institut Agama Islam Negeri Metro dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ida Umami, M.Pd., Kons., selaku Rektor Institut Agama Islam negeri (IAIN) Metro Lampung.
2. Bapak Dr. Dri Santoso, M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Muhammad Mujib Baidhowi, M.E., selaku ketua Prodi Ekonomi Syariah.
4. Ibu Dr. Diana Ambarwati, M.E.Sy., selaku Pembimbing Skripsi yang sangat membantu dalam memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi yang sangat berharga dalam proses penyusunan penelitian ini.
5. Bapak David Ahmad Yani, M.M. selaku dosen pembimbing akademik yang telah membantu dalam mengarahkan terkait pemilihan judul skripsi.
6. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.

7. Pedagang dan konsumen Pasar Pagi 28 Purwosari Kota Metro yang telah memberikan sarana dan prasarana serta informasi yang berharga kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Peneliti menyadari bahwa banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, maka peneliti mengharapkan kritik dan saran yang positif untuk menghasilkan penelitian yang lebih baik. Peneliti berharap semoga hasil penelitian yang telah dilakukan dapat bermanfaat dan menambah wawasan ilmu pengetahuan tentang Ekonomi Syariah. Akhir kata, penulis mengharapkan skripsi ini dapat memberi manfaat bagi peneliti khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Metro, Juni 2025
Peneliti,



Siivi Arlita Saputri
NPM. 2103011087

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ORISINALITAS PENELITIAN	vii
MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
D. Penelitian Relevan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Etika Bisnis Islam	13
1. Pengertian Etika Bisnis Islam.....	13
2. Teori Etika Bisnis Islam	17
3. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis	18
B. Pedagang	32
1. Pengertian Pedagang	32
2. Perilaku Pedagang	34
3. Keputusan Pembelian	36

C. Jual Beli.....	39
1. Pengertian Jual Beli	39
2. Syarat Syah Jual Beli.....	40
3. Prinsip-Prinsip Jual Beli.....	43
4. Dasar Hukum Jual Beli.....	44
BAB III METODE PENELITIAN	46
A. Jenis dan Sifat Penelitian	46
B. Sumber Data.....	47
C. Metode Pengumpulan Data.....	49
D. Teknik Penjamin Keabsahan Data	52
E. Teknik Analisa Data.....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
A. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	55
1. Sejarah Singkat Pasar Pagi 28 Purwosari.....	55
2. Letak Geografis dan Kondisi Pasar	57
3. Jenis-Jenis Pedagang di Pasar	58
B. Deskripsi Data Penelitian.....	59
1. Profil Singkat Informan.....	59
2. Bentuk Penerapan Etika Bisnis Islam	65
C. Temuan Penelitian	89
BAB V PENUTUP.....	94
A. Kesimpulan	94
B. Saran	95

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Jumlah Pedagang/Partisipan Penelitian	48
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Google Maps Pasar Pagi 28 Purwosari.....	56
Gambar 4.2	Dokumentasi Observasi Peneliti Tanggal 25 April 2025	57
Gambar 4.3	Wawancara dengan Umi Hanip konsumen pasar pagi	62
Gambar 4.4	Wawancara dengan ibu Yuli, Konsumen Pasar Pagi.....	63
Gambar 4.5	Wawancara dengan ibu Umi Mahmuda, Konsumen Pasar Pagi	64
Gambar 4.6	Wawancara dengan Bapak Hermanto, Konsumen Pasar Pagi ...	64
Gambar 4.7.	Wawancara dengan Bapak Adi Pedagang Kelontong	68
Gambar 4.8	Wawancara dengan Bapak Bayu Pedagang Hasil Bumi	71
Gambar 4.9	Wawancara dengan ibu Maryumi dan ibu Zumartini pedagang Ayam dan Daging	75
Gambar 4.10	Wawancara dengan Bapak Edi Sujoko Pedagang Pestisida dan Fertilizer	78
Gambar 4.11	Wawancara dengan ibu Erna pedagang snack.....	81
Gambar 4.12	Wawancara dengan ibu Nina pedagang baju.....	84
Gambar 4.13	Wawancara dengan bapak Rudi pedagang pecah belah	88

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keterangan Pembimbing Skripsi
2. Alat Pengumpul Data
3. Surat Izin Research
4. Surat Tugas
5. Surat Balasan Izin Research
6. Surat Keterangan Bebas Pustaka
7. Surat Keterangan Uji Plagiasi Turnitin
8. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
9. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kegiatan bisnis yang berlandaskan etika adalah aktivitas usaha yang dijalankan dengan mengacu pada metode yang baik dan benar, serta menggunakan cara berpikir logis yang sejalan dengan norma-norma estetika yang berlaku di masyarakat. Sesuai dengan nilai-nilai moral, etika bisnis mencakup perilaku yang bertanggung jawab, transparan, dan mampu beradaptasi dengan budaya serta kebutuhan masyarakat tempat bisnis tersebut beroperasi.¹

Keberlangsungan usaha terutama dalam konteks pasar tradisional yang melibatkan interaksi langsung antara pedagang dan konsumen.² Pasar Pagi 28 Purwosari, Kota Metro, merupakan salah satu pasar tradisional yang menjadi pusat perdagangan masyarakat dengan beragam perilaku pedagang yang mencerminkan berbagai sikap dan nilai. Perilaku bisnis ini menjadi aspek penting yang menentukan keberhasilan suatu usaha dalam bersaing di pasar serta mencapai keberhasilan jangka pendek maupun jangka panjang.³ Namun, di balik aktivitas jual beli yang ramai, berbagai permasalahan terkait etika

¹ Maulida, dkk., "Etika Bisnis Islam: Implementasi Prinsip Keadilan dan Tanggung Jawab dalam Ekonomi Syariah," *El-Iqthisadi: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Hukum dan Syariah* 6 (2024): 49–61.

² Siti Hofifah, "Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman di Ngebel Ponorogo Ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam," *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 3, no. 2 (2020): 37–44.

³ M. Rafid Marwal dan Sri Julyarti Halid, "Implementasi Etika Transaksi Jual Beli dalam Islam pada Pasar Tradisional di Watampone," *Al-Tsarwah: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam* 4, no. 2 (2021): 74.

bisnis kerap muncul, baik dari sisi pedagang maupun konsumen. Beberapa pembeli mengeluhkan praktik penjualan yang tidak jujur, seperti kecurangan dalam timbangan, menjual barang berkualitas rendah tanpa pemberitahuan, hingga kenaikan harga yang tidak wajar saat permintaan tinggi. Seorang konsumen mengungkapkan:

“Saya pernah membeli buah semangka yang kelihatannya bagus dan halus tetapi ternyata waktu dibuka itu matangnya ga sempurna seperti gagal panen dan rasanya busuk.. Ketika saya kembali untuk komplain, penjual hanya berkata bahwa saya seharusnya lebih teliti sebelum membeli dan karena kesalahan saya aja mau beli tidak pintar milih.”⁴

Seorang pembeli lain juga mengeluhkan praktik curang dalam timbangan di toko sembako:

“Saya baru sadar setelah sampai di rumah bahwa beras yang saya beli jumlahnya kurang dari seharusnya. Saat saya timbang ulang, ternyata memang berkurang. Hal seperti ini sering terjadi, tetapi sulit dibuktikan karena tidak semua pembeli membawa timbangan sendiri. Berbeda dengan toko sembako Ibu Martini, di sana timbangan selalu dilebihkan sedikit sehingga lebih pas.”⁵

Persaingan antar pedagang semakin ketat dengan adanya penjual yang menjual barang serupa dengan harga lebih murah di luar pasar seperti toko serba 35 yang menjual pakaian baru dengan harga terjangkau berbeda dengan toko baju di pasar yang menjual pakaian dengan harga tinggi. Namun, hal ini tidak serta merta menjadi penghalang bagi pedagang di Pasar Pagi 28 Purwosari karena mereka memiliki daya tarik tersendiri, yaitu sistem pembayaran hutang atau tempo. Meskipun harga yang ditawarkan lebih tinggi, banyak pembeli tetap memilih berbelanja di pasar ini karena fleksibilitas dalam

⁴ Wawancara dengan Ibu Hanip Badriah, Konsumen, 21 Desember 2024.

⁵ Wawancara dengan Ibu Hariani, Konsumen, 21 Desember 2024.

pembayaran bisa sistem tempo, bisa sistem nabung atau titip terlebih dahulu sehingga tidak menjadi masalah bagi pedagang.

Islam telah menetapkan pedoman mengenai etika dalam berbisnis, termasuk aturan tentang barang yang diperjual belikan dan pengaturan aktivitas perdagangan. Selama penjual bersikap transparan dengan menjelaskan kepada pembeli jika barang yang ditawarkan adalah bekas atau memiliki cacat, maka transaksi dapat berlangsung secara sukarela, dengan kepuasan, dan tanpa ada pihak yang merasa tertipu atau dirugikan.⁶

Berdasarkan teori etika bisnis Islam, bisnis harus dijalankan berdasarkan ajaran Al-Qur'an, Hadis, dan prinsip-prinsip syariah yang menekankan kejujuran, keadilan, tanggung jawab, serta keseimbangan antara keuntungan dan keberkahan. Dalam Islam, bisnis bukan hanya sekadar aktivitas ekonomi, tetapi juga bentuk ibadah yang harus dijalankan dengan nilai-nilai moral dan keadilan. Kesuksesan bisnis tidak hanya diukur dari keuntungan materi, tetapi juga dari keberkahan serta manfaat yang diberikan kepada masyarakat.⁷

Perkembangan bisnis di Pasar Pagi 28 Purwosari menghadapi kendala akibat banyaknya pedagang yang menjual jenis usaha serupa, terutama sayuran. Persaingan yang ketat membuat penjualan kurang memberikan hasil, sehingga banyak pedagang mengalami kerugian dan kualitas barang menurun akibat persediaan barang yang menumpuk dan tidak terjual sehingga kondisi

⁶ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Islam* (Jakarta: Prenada Media Group, 2018), 20.

⁷ Surajiyo dan Harry Dhika, "Teori-Teori Etika dan Peranan Prinsip Etika Bisnis dalam Kelangsungan Usaha Perusahaan Bisnis," *Jurnal Manajemen Universitas Persada Indonesia* 11, no. 1 (2024): 68–76.

sayuran yang cepat layu memaksa pedagang untuk menurunkan harga secara drastis.

Menghadapi persaingan dan menarik lebih banyak pelanggan para pedagang di Pasar Pagi 28 Purwosari menerapkan berbagai strategi. Beberapa di antaranya adalah memberikan pelayanan yang lebih ramah, menawarkan potongan harga bagi pelanggan tetap, serta memberikan fasilitas pembayaran secara kredit. Strategi-strategi ini tidak hanya membantu mereka dalam mempertahankan pelanggan tetapi juga menciptakan hubungan jangka panjang yang lebih baik dengan konsumen.

Masalah yang sering terjadi antara lain penipuan dalam penjualan barang, kecurangan dalam timbangan, serta persaingan harga yang tidak sehat, salah satu pedagang bahkan mengungkapkan:

“Kalau tidak ikut turunkan harga, pelanggan lebih memilih membeli di pedagang lain yang lebih murah. Akibatnya, saya sering mengalami kerugian dan bahkan harus membuang banyak sayuran.”⁸

Pelanggaran etika bisnis yang sering terjadi meliputi praktik penipuan dalam penjualan barang, seperti menjual buah yang tampak segar di luar tetapi ternyata busuk di dalam. Beberapa pedagang mengabaikan dampak buruknya terhadap konsumen dan hanya fokus pada keuntungan. Mereka beranggapan bahwa yang penting barang dagangan laku terjual, tanpa memikirkan kualitas, seorang pedagang bahkan mengakui:

“Saya sebenarnya tahu bahwa kualitas buah yang saya jual sudah tidak bagus, tapi yang namanya dagang dan konsumen tetap mau beli, itu

⁸ Wawancara dengan Ibu Celsi, pedagang sembako di Pasar Pagi, 20 Desember 2024.

bukan urusan saya. Yang penting dagangan saya laku dan tidak rugi, masalah busuk atau tidaknya, itu nasib pembeli.”⁹

Situasi ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam di Pasar Pagi 28 Purwosari masih belum berjalan dengan baik. Selain itu teori egoisme etis, menyatakan bahwa suatu tindakan dianggap benar jika menguntungkan diri sendiri, tanpa mempertimbangkan dampaknya terhadap orang lain.¹⁰ Dalam dunia bisnis, beberapa pedagang beranggapan bahwa praktik yang mungkin dianggap tidak etis dalam satu situasi dapat dianggap wajar dalam situasi lain, terutama jika praktik tersebut dianggap sebagai strategi untuk bertahan di pasar yang kompetitif.¹¹ Akibatnya, beberapa pedagang merasa wajar menjual barang dengan kualitas lebih rendah tanpa memberi tahu pembeli, dengan alasan bahwa risiko tersebut menjadi tanggung jawab konsumen. Selain itu kenaikan harga yang tidak wajar saat permintaan tinggi sering kali dianggap sebagai bentuk peluang bisnis, bukan sebagai tindakan yang tidak adil.¹²

Pasar Pagi 28 Purwosari, masih banyak ditemukan praktik perdagangan yang tidak etis, seperti pengurangan timbangan, persaingan harga yang tidak sehat, dan kurangnya transparansi mengenai kualitas barang. Dari sudut pandang Teori Egoisme Etis, tindakan-tindakan ini dianggap wajar selama menguntungkan pedagang, meskipun merugikan konsumen dan pasar dalam

⁹ Wawancara dengan Bapak Agung, Pedagang Sembako di Pasar Pagi, 20 Desember 2024.

¹⁰ Hirmawati Fanny Tainpubolon, “Etika Bisnis Pelaku Usaha yang Merugikan Konsumen dalam Hukum Persaingan Usaha,” *Jurnal Program Magister Hukum Fakultas Hukum Universitas Indonesia* 1, no. 1 (2021): 274–80.

¹¹ J. Sudarminta, “Relativisme Konseptual L. Wittgenstein dan Implikasi Epistemologisnya,” *Studia Philosophica et Theologica* 3, no. 2 (2003): 100–107.

¹² Muhammad Bahrudin, *Relativisme Etika dalam Dunia Profesional*, (Jakarta: Badan Standardisasi Nasional, 2012), 4

jangka panjang. Namun, masalah ini bukan sekadar persoalan di lapangan, melainkan juga bagian dari perdebatan akademik mengenai posisi etika bisnis dalam dunia usaha.

Secara teori etika bisnis diyakini dapat menciptakan perdagangan yang lebih adil dan berkelanjutan, tetapi dalam praktiknya, banyak pedagang dan pengusaha melihatnya sebagai hambatan yang dapat mengurangi keuntungan. Salah satu alasan utama adalah karena etika bisnis tidak memiliki kekuatan hukum yang mengikat, berbeda dengan undang-undang persaingan usaha dan perlindungan konsumen yang jelas aturannya dan memiliki sanksi tegas. Akibatnya, banyak pedagang hanya fokus pada kepatuhan terhadap regulasi hukum, sementara etika bisnis dianggap sebagai anjuran moral yang tidak harus diikuti.

Perspektif social fenomena ini menunjukkan kompleksitas praktik bisnis di pasar tradisional. Profil pedagang di Pasar Pagi 28 Purwosari cukup beragam, mulai dari pedagang kecil yang hanya memiliki satu lapak hingga pedagang besar yang memiliki jaringan distribusi sendiri. Dari tujuh klaster pedagang yang diamati, masing-masing memiliki pendekatan berbeda dalam menjalankan bisnisnya dan tempat berdagang, Seperti pedagang sayuran hijau yang berjualan dengan tempat pk1 yang berjumlah 25 pedagang sayuran, pedagang sembako/klontong yang berjumlah 8 orang pedagang yang menyewa tempat berjualan kios , pedagang ikan / daging yang berjualan dengan tempat pk1 berjumlah 8 orang pedagang, pedagang pakian yang berjumlah 7 orang pedagang yang berjualan di ruko atau kios, pedagang prabot yang berjumlah 2 orang pedagang yang menyewa tempat kios, pedagang snack yang berjumlah 5

orang pedagang yang menyewa tempat atau ruko, pedagang pupuk yaitu terdapat 5 orang pedagang pupuk yang berjualan di ruko. Untuk berdagang ada yang masih mempertahankan prinsip kejujuran dan transparansi, sementara yang lain lebih fokus pada keuntungan semata tanpa mempertimbangkan dampak jangka panjang terhadap konsumen.

Berdasarkan konteks etika bisnis Islam perilaku pedagang di pasar ini dapat dilihat dari berbagai aspek, seperti kejujuran dalam timbangan, transparansi dalam kualitas barang, serta sikap dalam melayani pelanggan. Beberapa pedagang masih menjunjung tinggi nilai-nilai Islam dalam berjualan, sementara yang lain lebih cenderung mengikuti prinsip egoisme etis, di mana tindakan dianggap benar selama menguntungkan diri sendiri, tanpa mempertimbangkan efek negatifnya terhadap orang lain.

Perspektif pedagang dan konsumen kecurangan dalam bisnis memiliki dampak yang berbeda. Sebagian pedagang merasa bahwa praktik seperti menaikkan harga atau mengurangi timbangan adalah strategi bertahan, sementara dari sisi konsumen, hal ini dianggap sebagai bentuk ketidakadilan yang mengurangi kepercayaan terhadap pasar. Perbedaan perspektif inilah yang menjadikan penerapan etika bisnis Islam sebagai tantangan tersendiri dalam dunia perdagangan tradisional. Sering kali dipandang sebagai tambahan biaya yang justru dapat mengurangi laba. Oleh karena itu, penelitian ini akan membahas bagaimana prinsip-prinsip etika bisnis diterapkan oleh pedagang di Pasar Pagi 28 Purwosari, mengeksplorasi perdebatan akademik tentang apakah etika bisnis seharusnya menjadi kewajiban atau hanya sekadar anjuran, serta

meneliti faktor-faktor yang membuat pedagang lebih memilih mengikuti aturan hukum dibandingkan menerapkan etika dalam bisnis mereka.

Penelitian ini menarik untuk dikaji lebih dalam karena penerapan etika bisnis Islam di pasar tradisional dapat menjadi model perilaku bisnis yang berkelanjutan dan berkeadilan. Pasar Pagi 28 Purwosari, sebagai salah satu pasar tradisional di daerah Purwosari, memiliki potensi besar untuk menjadi contoh penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi contoh-contoh perilaku pedagang yang sesuai dengan etika bisnis Islam, perilaku yang menyimpang, serta Pemahaman dan penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual beli di Pasar Pagi 28 Purwosari, Kota Metro.¹³ Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperbaiki praktik bisnis di pasar tradisional sesuai dengan nilai-nilai Islam.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan pada latarbelakang masalah, maka pertanyaan penelitian ini adalah bagaimana penerapan etika bisnis Islam oleh pedagang di pasar pagi 28 Purwosari, Kota Metro.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan pernyataan penelitian diatas maka yang menjadi tujuan penulis dalam penelitian ini adalah: Menganalisis penerapan etika bisnis Islam oleh pedagang di Pasar Pagi 28 Purwosari, Kota Metro.

¹³ Lailatul Fitriani, dkk., "Implementasi Konsep Etika Bisnis Islam dalam Jual Beli Online," *Al-Maqashid: Journal of Economics and Islamic Business* 1, no. 2 (2021): 170.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Menambah ilmu pengetahuan dalam bidang etika bisnis Islam, khususnya yang terkait dengan praktik di pasar tradisional. Memberikan referensi bagi penelitian selanjutnya yang berfokus pada etika bisnis Islam dan pengembangan pasar tradisional.

b. Manfaat Praktis

Membantu meningkatkan kualitas praktik bisnis pedagang agar lebih berkeadilan dan berkelanjutan serta Memberikan rekomendasi kepada pengelola pasar atau pihak terkait untuk mendukung implementasi nilai-nilai etika bisnis Islam di pasar tradisional.

D. Penelitian Relevan

Penelitian yang berkaitan dengan tema penerapan etika bisnis pada pedagang sudah dilakukan oleh penelitian sebelumnya diantaranya:

1. Penelitian dilakukan oleh Ahmad Fauzan yang berjudul Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Pasar Tradisional Desa Sukapura, Lampung Selatan tahun 2021, hasil penelitian ini menyatakan bahwa sebagian besar pedagang menyadari pentingnya kejujuran dalam transaksi, meskipun masih ditemukan praktik yang kurang etis, seperti pengurangan timbangan. Temuan tersebut memiliki relevansi dengan penelitian saya karena sama-sama menyoroiti perilaku pedagang dan penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam di pasar tradisional.
2. Penelitian dilakukan oleh Wahyu Sri Bintang Romadona dan Izzani Ulfi yang berjudul Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako di

Desa Jumbleng Indramayu tahun 2021, hasil penelitian ini menyatakan bahwa mengeksplorasi bagaimana pedagang sembako di Desa Jumbleng menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam aktivitas jual beli mereka. Sebagian pedagang telah mengamalkan nilai-nilai kejujuran dan keadilan, meskipun ada yang belum sepenuhnya memahami dan menerapkannya secara konsisten. Penelitian ini relevan dengan studi saya karena membahas perilaku pedagang di pasar tradisional dalam menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam, yang menjadi fokus utama penelitian saya di Pasar Pagi 28 Purwosari.

3. Penelitian dilakukan oleh Mia Lailatul Mukaromah yang berjudul Etika Bisnis Islam dalam Transaksi di Pasar Tradisional Karangjati, Ngawi Tahun 2022, hasil penelitian ini menyatakan bahwa pedagang di Pasar Tradisional Karangjati memiliki pemahaman dasar mengenai etika bisnis Islam, tetapi penerapannya masih belum maksimal. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan pemahaman yang mendalam serta kurangnya pengawasan. Penelitian ini relevan dengan studi saya karena membahas pengaruh pemahaman etika bisnis Islam terhadap praktik jual beli di pasar tradisional.

Penelitian ini didasarkan pada studi-studi sebelumnya yang meneliti penerapan etika bisnis Islam di pasar tradisional, namun terdapat perbedaan signifikan dalam fokus, metode, dan lokasi penelitian. Penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Ahmad Fauzan 2021 di Pasar Sukapura, Wahyu Sri Bintang Romadona & Izzani Ulfi 2021 di Pasar Jumbleng, dan Mia

Lailatul Mukaromah 2022 di Pasar Karangjati, menyoroti penerapan etika bisnis Islam dengan fokus pada perilaku pedagang dan transaksi jual beli.

Meskipun ketiga penelitian tersebut memberikan kontribusi penting dalam memahami penerapan etika bisnis Islam di lingkungan pasar tradisional, penelitian ini menawarkan kebaruan dalam beberapa aspek penting. *Pertama*, penelitian ini mengambil lokasi yang lebih spesifik, yaitu Pasar Pagi 28 Purwosari, Kota Metro, yang merupakan pasar dengan skala kecil dan hanya beroperasi pada pagi hari. Berbeda dengan lokasi penelitian sebelumnya yang cenderung berada di pasar besar dan umum, pasar ini memiliki karakteristik sosial dan budaya yang unik, di mana interaksi antar pedagang dan konsumen lebih intim, dan hubungan dagang cenderung bersifat informal serta kekeluargaan.

Kedua penelitian ini menggunakan pendekatan observasi non-partisipatif, yakni peneliti hanya mengamati secara langsung praktik jual beli tanpa turut serta dalam transaksi. Hal ini memberikan sudut pandang yang lebih objektif terhadap perilaku dagang yang terjadi secara alami di lapangan.

Ketiga pasar yang diteliti memiliki sistem ekonomi khas seperti praktik tempo (hutang), sistem ngemper, dan karakter pasar tumpah, yang belum banyak disentuh dalam penelitian sebelumnya. Kondisi ini memberikan gambaran baru mengenai bagaimana nilai-nilai etika bisnis Islam diimplementasikan di tengah keterbatasan dan tantangan lokal, seperti tekanan persaingan, kebutuhan ekonomi harian, serta pengaruh budaya komunitas.

Penelitian ini bukan hanya memperkuat temuan sebelumnya, tetapi juga mengisi celah penelitian dengan menyajikan konteks yang lebih mikro, realistis, dan relevan dengan praktik dagang keseharian pedagang kecil. Fokus pada pasar kecil yang bersifat komunal ini menjadi pembeda utama sekaligus keunikan yang memberikan kontribusi baru dalam studi tentang penerapan etika bisnis Islam di pasar tradisional Indonesia.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika berasal dari bahasa Yunani “*ethos*”, yang dalam bentuk jamaknya (*ta etha*), berarti “adat istiadat” atau “kebiasaan”.¹ Etika juga berhubungan dengan aturan yang bersifat tegas, baik dalam bentuk perintah maupun larangan yang jelas. Dalam pengertian ini, etika memiliki sifat normatif, sehingga lebih mengikat setiap individu dalam bertindak. Secara umum, etika merujuk pada adat istiadat atau kebiasaan yang berkaitan dengan penilaian terhadap tindakan, apakah dianggap benar atau salah.² Etika bisnis Islam adalah kumpulan prinsip, nilai, dan aturan yang bertujuan untuk mengatur perilaku- perilaku bisnis agar sejalan dengan ajaran agama Islam.³ Konsep ini didasarkan pada sumber utama hukum Islam, yaitu Al-Qur'an dan Hadis, serta berbagai ketentuan syariah yang bertujuan menciptakan hubungan bisnis yang etis dan bertanggung jawab.⁴ Etika bisnis Islam menekankan nilai-nilai fundamental seperti kejujuran dalam transaksi, keadilan dalam perlakuan terhadap semua pihak, tanggung jawab terhadap kepentingan masyarakat dan lingkungan, serta

¹ Diana Ambarwati, “Etika Bisnis Yusuf Al-Qaradawi,” *Adzkiya: Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah* 1, no. 1 (2013): 74–97.

² Muhammad Toriq Nurmadiansyah, *Etika Bisnis Islam: Konsep dan Praktek* (Yogyakarta: Cakrawala Pustaka, 2017), 1–97.

³ Imron A. Hushein, “Etika Bisnis Islam dalam Era Revolusi Industri 5.0,” *ICHES: International Conference on Humanity, Education, dan Sosial* 2, no. 1 (2023): 2.

⁴ Nurmadiansyah, *Etika Bisnis Islam: Konsep dan Praktek*, 1–97.

keseimbangan antara kebutuhan duniawi dan orientasi spiritual menuju kehidupan akhirat yang diridhai Allah.⁵ Etika bisnis Islam dapat diartikan sebagai nilai tentang hal baik yang mengajarkan kita agar dapat membedakan mana yang baik dan benar.

Adapun beberapa pendapat menurut para ahli pengertian etika bisnis Islam, Antonio mendefinisikan etika bisnis Islam adalah panduan moral yang mengatur hubungan antara manusia dengan Allah, sesama manusia, dan lingkungan dalam menjalankan usaha. Etika bisnis Islam bertujuan untuk mencapai keberkahan dan kesejahteraan kolektif tanpa mengorbankan nilai-nilai spiritual.⁶

Santoso mendefinisikan etika dalam bisnis sebagai keyakinan tentang tindakan yang benar atau salah yang dilakukan oleh seseorang. Beliau menyoroti pentingnya prinsip-prinsip seperti kejujuran, keadilan, kepercayaan, dan kepedulian dalam praktik bisnis.⁷

Menurut Harfiah, etika bisnis Islami mengandung istilah dan pengertiannya masing-masing dari kata, Etika, Bisnis dan Islam yaitu:⁸

a. Definisi Etika

Etika berasal dari bahasa Yunani "*ethos*" yang berarti kebiasaan (*custom*) atau karakter.⁹ Sementara maknanya sebagai pemikiran ialah

⁵ Novita Maulida dan Siti Femilivia Aisyah, "Etika Bisnis Islam: Implementasi Prinsip Keadilan dan Tanggung Jawab dalam Ekonomi Syariah," *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 6, no. 1 (2024): 50.

⁶ Muhammad Syafi'i Antonio, *Etika Bisnis Islam* (Jakarta: Gema Insani Press, 2014), 20.

⁷ Irham Fahmi, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2014), 10.

⁸ Abdul Azis, *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha* (Bandung: Alfabeta, 2013), 20.

⁹ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Islam* (Jakarta: Prenada Media Group, 2018), 70.

kebiasaan, adat, akhlak, watak, sikap atau cara berpikir ketika dihadapkan pada situasi tertentu, tanpa perlu melalui proses pemikiran atau pertimbangan yang panjang.¹⁰ Etika pada seseorang tercermin dalam kesadaran moral yang didasarkan pada keyakinan tentang apa yang benar dan salah. Seseorang akan merasa bersalah jika melakukan sesuatu yang bertentangan dengan keyakinannya, yang berakar pada norma moral dan perasaan. Tindakan yang diambil juga harus dapat dipertanggung jawabkan kepada diri sendiri.

b. Definisi Bisnis

Secara etimologis bisnis merujuk pada situasi di mana individu atau kelompok terlibat dalam kegiatan yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan.¹¹ Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa bisnis adalah aktivitas yang dilakukan oleh suatu organisasi melalui proses penciptaan atau penyediaan barang dan jasa dengan tujuan memperoleh keuntungan.¹² Dengan kata lain, esensi utama bisnis bukanlah semata-mata untuk meraih keuntungan, melainkan untuk membantu memenuhi kebutuhan hidup orang lain, yang pada akhirnya memungkinkan pelaku bisnis mendapatkan apa yang mereka perlukan.¹³

Aktivitas bisnis tidak hanya terbatas pada interaksi antara sesama manusia, tetapi juga melibatkan hubungan antara manusia dan

¹⁰ Azis, *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha*, 35.

¹¹ Karnila Ali, *Pengantar Bisnis* (Lampung: Laduny, 2020), 34

¹² Abdul Kadir, "Peranan Brainware dalam Sistem Informasi Manajemen," *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Sistem Informasi* 1, no. 1 (September 2018): 60–69

¹³ Ambarwati, "Etika Bisnis Yusuf Al-Qaradawi," 74–97.

Allah.¹⁴ Dalam menjalankan bisnis, sangat penting untuk melibatkan ketelitian dan kecermatan, terutama dalam setiap tahapan administrasi dan penyusunan perjanjian.

c. Islami

Kata “Islami” berasal dari bahasa Arab, yaitu “al-Islami”, yang mengacu pada jalan hidup yang sesuai dengan kehendak Allah, mencakup keyakinan dan tindakan.¹⁵ Islam adalah agama yang sempurna, di dalamnya terkandung ajaran tentang norma dan etika. Nabi Muhammad SAW, sebagai utusan Allah SWT, diutus ke dunia untuk memperbaiki berbagai permasalahan, termasuk menyempurnakan akhlak dan mengatur aspek muamalah.¹⁶ Islami menggambarkan sifat orang-orang yang mengamalkan ajaran Islam dengan benar dan tepat, mengikuti petunjuk yang diberikan untuk umat manusia. Ajaran ini mencakup berbagai aspek kehidupan, seperti ibadah, akhlak, makanan, minuman, pakaian, serta muamalah, yang merujuk pada interaksi sosial antar sesama manusia dalam berbagai dimensi kehidupan.¹⁷

Makna dari ketiga penjelasan tersebut adalah bahwa etika bisnis Islam merupakan sebuah proses yang menekankan pentingnya melakukan tindakan yang benar dan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dalam setiap aspek bisnis. Selain itu, etika berkaitan dengan

¹⁴ Nurmadiansyah, *Etika Bisnis Islam: Konsep dan Praktek*, 13.

¹⁵ Azis, *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha*, 32.

¹⁶ Ambarwati, “Etika Bisnis Yusuf Al-Qaradawi,” 74–97.

¹⁷ Berlian Herzeqovina, “Konsep Manajemen Bisnis dalam Pandangan Islam Berdasarkan Al-Qur’an dan Hadits,” *Jurnal Pendidikan dan KeIslaman* 3, no. 1 (2020): 139–154.

aturan dan ketentuan yang bersifat tegas dan jelas. Oleh karena itu, dalam konteks ini, etika lebih bersifat normatif dan mengikat setiap individu dengan lebih kuat.¹⁸

2. Teori Etika Bisnis Islam

Menurut Keraf dalam bukunya “Etika Bisnis: Membangun Citra Bisnis Sebagai Profesi Luhur”, yang dikutip oleh Rinol Sumantri, secara teori, etika dapat diklasifikasikan ke dalam 4 jenis yaitu:¹⁹

Pertama Teori Deontologi yang berasal dari kata Yunani deon, yang berarti kewajiban. Etika *deontologi* menitik beratkan pada kewajiban manusia untuk bertindak dengan cara yang benar. Dalam pandangan ini, suatu tindakan dianggap baik bukan karena dampak atau tujuan baik yang dihasilkannya, melainkan karena tindakan tersebut memiliki nilai kebaikan.

Kedua Teori Utilitarisme yang berasal dari kata Latin utilis, yang berarti “bermanfaat”. Menurut teori ini, suatu tindakan dianggap baik apabila memberikan manfaat, tetapi manfaat tersebut harus mencakup kepentingan masyarakat secara keseluruhan. *Utilitarisme* juga sangat menekankan bahwa penilaian terhadap baik atau buruknya suatu perbuatan didasarkan pada konsekuensi yang ditimbulkan oleh perbuatan tersebut.

Ketiga Teori Hak yang menjadi salah satu pendekatan paling umum digunakan dalam pemikiran moral untuk menilai baik atau

¹⁸ Ambarwati, “Etika Bisnis Yusuf Al-Qaradawi,” 74–97.

¹⁹ Asiva Noor Rachmayani, “Teori-teori Etika Perilaku Bisnis dan Pandangan Islam tentang Perilaku Etika Bisnis,” *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis* 1, no. 1 (2015): 6.

buruknya suatu tindakan atau perilaku. Sebenarnya, *teori hak* merupakan bagian dari *teori deontologi*, karena konsep hak selalu berkaitan erat dengan kewajiban.

Keempat Teori Keutamaan yang berbeda dari teori sebelumnya seperti (deontologi, utilitarisme, dan teori hak). Dalam teori-teori tersebut, penilaian baik atau buruknya perilaku manusia didasarkan pada prinsip atau norma tertentu. Jika suatu tindakan sesuai dengan norma, maka dianggap baik; namun, jika bertentangan, tindakan tersebut dinilai buruk.

3. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis

Islam secara teologis menawarkan nilai-nilai dasar dan prinsip universal yang fleksibel dan dapat disesuaikan dengan perkembangan zaman, ruang, dan waktu. Prinsip etika bisnis Islam harus relevan dan adaptif terhadap perubahan sosial, budaya, dan teknologi, namun tetap berlandaskan Al-Qur'an dan Sunnah. karena itu dapat dikemukakan beberapa prinsip etika bisnis yakni:²⁰

a. Kesatuan

Mencerminkan dimensi vertikal dalam Islam, yang menghubungkan institusi sosial manusia yang terbatas dengan Tuhan yang Maha Sempurna dan Tak Terbatas. Hubungan vertikal ini menunjukkan penyerahan diri manusia sepenuhnya kepada Tuhan, dengan menjadikan segala keinginan, ambisi, dan perbuatan manusia tunduk pada perintah-Nya. Konsep ini menciptakan kesatuan yang

²⁰ Azis, *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha*, 45.

harmonis dan seimbang, baik di dalam diri manusia maupun di luar dirinya. Melalui prinsip tauhid, Islam menghadirkan keterpaduan antara aspek agama, ekonomi, dan sosial untuk menciptakan kesatuan.²¹

Konsep dalam Prinsip ini menegaskan bahwa segala aktivitas bisnis harus berlandaskan pada keimanan kepada Allah SWT. Segala tindakan dalam jual beli harus mencerminkan nilai ketauhidan dan tidak hanya berorientasi pada keuntungan duniawi semata. Aplikasi dalam Praktik Jual Beli:²²

- 1) Kesesuaian Transaksi dengan Prinsip Halal dan Haram dalam Islam: Dalam Islam, setiap transaksi bisnis harus sesuai dengan prinsip halal (diperbolehkan) dan menghindari haram (dilarang).

Allah berfirman dalam QS. Al-Baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya: “Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.”

Konteks jual beli transaksi yang melibatkan barang atau jasa yang diharamkan seperti riba, judi, minuman keras, atau daging yang tidak disembelih secara syar’i tidak diperbolehkan. Selain itu, Rasulullah juga melarang perdagangan yang

²¹ Nihayatul Masykuroh, *Etika Bisnis Islam* (Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Management, 2020), 20.

²² Muti Atul Hasanah dan Siti Achria, “Analisis Harga Adil Pada Pasar Sempurna,” *Journal of Sharia Economics* 5, no. 2 (2024): 3.

bertentangan dengan prinsip Islam, seperti jual beli yang menzalimi atau merugikan salah satu pihak.

- 2) Tidak Adanya Unsur Penipuan (Tadlis) atau Gharar dalam Jual Beli: Islam sangat menekankan kejujuran dalam perdagangan dan melarang segala bentuk penipuan (tadlis) serta ketidakjelasan atau ketidakpastian dalam akad (gharar). Rasulullah bersabda:

مَنْ عَشَّ فَلَيْسَ مِنِّي (رواه مسلم)

Artinya: “Barang siapa yang menipu, maka ia bukan dari golonganku.” (HR. Muslim, no. 102)

Penipuan dalam bisnis dapat berupa penyembunyian kecacatan barang, manipulasi harga, atau memberikan informasi yang menyesatkan. Sementara itu, gharar merujuk pada transaksi yang mengandung unsur ketidakpastian atau spekulasi, seperti menjual barang yang belum dimiliki atau memperjualbelikan sesuatu yang tidak jelas spesifikasinya.

- 3) Kejujuran dalam Menyampaikan Informasi Terkait Barang atau Jasa: Kejujuran dalam bisnis adalah prinsip utama dalam etika bisnis Islam. Rasulullah menekankan pentingnya berkata jujur dalam jual beli agar mendapatkan keberkahan. Dalam sebuah hadis disebutkan:

الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا، فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّا، بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا، وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا، مُحِقَّتْ بَرَكَةُ بَيْعِهِمَا (رواه البخاري ومسلم)

Artinya: “Penjual dan pembeli memiliki hak untuk memilih (meneruskan atau membatalkan transaksi) selama mereka belum berpisah. Jika keduanya jujur dan terbuka dalam transaksi, maka jual beli mereka diberkahi. Namun, jika mereka menyembunyikan cacat dan berbohong, maka keberkahan jual beli mereka akan hilang.” (HR. Bukhari, no. 2079 dan Muslim, no. 1532).

Dalam praktiknya, kejujuran ini mencakup:

- a) Tidak menyembunyikan cacat barang.
- b) Tidak melebih-lebihkan kualitas produk secara berlebihan.
- c) Menjelaskan kondisi barang atau jasa secara transparan kepada pembeli.

b. Keseimbangan

Prinsip keadilan dan keseimbangan pelaku usaha dianjurkan untuk bersikap adil terhadap sesama, sambil mengikuti etika yang diajarkan Islam. Keseimbangan yang bersifat dinamis harus diperjuangkan oleh setiap muslim dalam kehidupannya.²³ Konsep keadilan dalam Islam bertujuan untuk memastikan bahwa hak-hak semua pihak terpenuhi, termasuk hak orang lain, lingkungan sosial, alam semesta, serta hak Allah dan Rasul-Nya, yang dianggap sebagai pemangku kepentingan dari sikap adil seseorang.²⁴

Konsep dalam Prinsip ini menekankan keadilan dalam transaksi, baik antara penjual dan pembeli maupun dalam distribusi keuntungan dan risiko. Aplikasi dalam Praktik Jual Beli:²⁵

²³ Yusuf al-Qaradawi, *Perkembangan Fiqh Statis dan Dinamis*, Terj. Saifullah M. Yunus (Kairo: Maktabah Wahbah, 2022), 1–104.

²⁴ Badroen, *Etika Bisnis Islam*, 91.

²⁵ Arie Syantoso dan Parman Komarudin, “Tafsir Ekonomi Islam Atas Konsep Adil Dalam Transaksi Bisnis,” *Al-Iqtishadiyah Jurnal Ekonomi Syariah dan Hukum Ekonomi Syariah* IV, no. 1 (2018): 20–39.

- 1) Harga yang Tidak Merugikan Salah Satu Pihak: Islam mengajarkan agar harga dalam jual beli ditentukan secara adil dan wajar, tanpa merugikan salah satu pihak, baik pedagang maupun pembeli. Harga yang terlalu tinggi sehingga menzalimi pembeli atau terlalu rendah sehingga merugikan pedagang tidak diperbolehkan dalam Islam. Allah berfirman dalam QS. Al-Mutaffifin: 1-3:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى التَّائِسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

Artinya: “Celakalah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi. Tetapi apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.”

Harga sebaiknya ditentukan berdasarkan mekanisme pasar yang adil dan tidak ada eksploitasi terhadap kebutuhan orang lain.

- 2) Tidak Ada Unsur Pemaksaan dalam Transaksi: Transaksi dalam Islam harus didasarkan pada kerelaan kedua belah pihak dan tidak boleh ada unsur paksaan (ikrah). Allah berfirman dalam QS. An-Nisa: 29,

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

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan cara yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu.”

Transaksi yang mengandung unsur pemaksaan, tekanan, atau tipu daya tidak sah dalam Islam, karena bertentangan dengan prinsip keadilan dan kerelaan.

- 3) Pemenuhan Hak dan Kewajiban Secara Adil antara Pedagang dan Pembeli: Dalam Islam, hak dan kewajiban antara penjual dan pembeli harus dipenuhi secara adil agar tidak ada pihak yang dirugikan. Islam menekankan pentingnya transaksi yang jujur dan memenuhi kesepakatan. Allah berfirman dalam QS. Al-Ma'idah: 1,

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ... ﴿١﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Penuhilah akad-akad (perjanjian-perjanjian)...” Dalam praktiknya, hal ini berarti:

- a) Pedagang harus menjual barang sesuai dengan kualitas yang dijanjikan.
 - b) Pembeli harus membayar dengan jumlah dan cara yang telah disepakati.
 - c) Tidak ada tindakan sepihak yang merugikan pihak lain setelah kesepakatan dibuat.
- c. Kehendak Bebas

Kehendak bebas merupakan elemen penting dalam etika bisnis Islam, namun kebebasan tersebut harus tetap memperhatikan kepentingan bersama. Konsep ini juga menegaskan bahwa pasar dalam Islam harus mampu memastikan adanya kebebasan dalam masuk atau keluarnya suatu komoditas di pasar.²⁶

²⁶ Azis, *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha*, 46.

Prinsip kehendak bebas dalam etika bisnis Islam menegaskan bahwa manusia bebas berbisnis, tetapi harus selaras dengan nilai tauhid, keseimbangan, dan kepentingan bersama.²⁷ Konsep dalam Islam mengakui kebebasan individu dalam bertransaksi, tetapi tetap dalam batasan norma yang sesuai dengan syariat Islam. Aplikasi dalam Praktik Jual Beli:²⁸

- 1) Tidak Ada Unsur Pemaksaan atau Gharar dalam Transaksi: Islam menekankan bahwa transaksi harus dilakukan secara sukarela dan tanpa unsur gharar (ketidakjelasan atau spekulasi berlebihan). Pemaksaan dalam jual beli bertentangan dengan konsep keadilan dan kejujuran yang menjadi dasar dalam muamalah Islam. Allah berfirman dalam QS. An-Nisa: 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنكُمْ ... ﴿٢٩﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan cara yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu...” Contoh gharar dalam transaksi:

- a) Menjual barang tanpa informasi yang jelas mengenai kualitas atau kondisi barang.
- b) Jual beli yang bersifat spekulatif atau perjudian, seperti membeli sesuatu tanpa mengetahui wujud atau keadaannya.

²⁷ Masykuroh, *Etika Bisnis Islam*, 39.

²⁸ Siti Artika Saragih M.Yarham, dkk, “Perspektif Ekonomi Syariah dalam Jual Beli Online di Kota Baru,” *Jurnal Masyarif al-Syariah* 9, no. 1 (2024), 431

- c) Menjual barang yang belum dimiliki atau belum bisa diserahkan kepada pembeli.
- 2) Ketersediaan Informasi yang Cukup bagi Konsumen untuk Membuat Keputusan: Dalam Islam, pedagang wajib memberikan informasi yang jelas dan jujur tentang barang atau jasa yang dijual. Penyembunyian informasi penting atau memberikan keterangan yang menyesatkan merupakan tindakan yang dilarang, karena dapat merugikan pembeli. Allah berfirman dalam QS. Al-Baqarah: 42:

وَلَا تَلْبِسُوا الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَتَكْتُمُوا الْحَقَّ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿٤٢﴾

Artinya: “Dan janganlah kamu campuradukkan kebenaran dengan kebatilan, dan janganlah kamu sembunyikan kebenaran, sedang kamu mengetahuinya.” Contoh penerapan dalam bisnis Islam:

- a) Pedagang harus memberikan informasi yang jujur mengenai kualitas, ukuran, dan bahan suatu produk.
- b) Menyebutkan adanya cacat atau kekurangan pada barang sebelum transaksi dilakukan.
- c) Tidak menggunakan iklan atau promosi yang menyesatkan konsumen.
- 3) Persetujuan antara Kedua Belah Pihak dalam Transaksi: Islam mengajarkan bahwa transaksi hanya sah jika ada persetujuan (ijab dan qabul) antara kedua belah pihak tanpa adanya tekanan atau paksaan. Allah berfirman dalam QS. An-Nisa: 29:

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ... ﴿٢٩﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan cara yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu...”

d. Pertanggung Jawaban

Prinsip tanggung jawab merupakan salah satu pilar utama dalam etika bisnis Islam. Prinsip ini menekankan bahwa setiap individu atau entitas yang terlibat dalam aktivitas bisnis harus bertanggung jawab atas segala tindakan dan keputusan yang diambil, serta siap menanggung konsekuensi yang timbul darinya.²⁹

Kebebasan harus disertai tanggung jawab, dengan memperhatikan keseimbangan alami. Setelah memilih antara kebaikan dan keburukan, manusia bertanggung jawab atas pilihannya.³⁰ Perkembangan ini melibatkan perubahan dari keadaan sebelumnya, tanpa terikat masa lalu atau terbatas oleh zamannya. Fatalisme yang terkait dengan konsep takdir tidak termasuk dalam ajaran Islam. Sebaliknya, Islam mengajarkan pandangan dinamis yang sehat, menggantikan pola pikir yang statis.³¹

²⁹ Maulida, dkk., “Etika Bisnis Islam: Implementasi Prinsip Keadilan dan Tanggung Jawab dalam Ekonomi Syariah,” *El-Iqthisadi: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Hukum dan Syariah* 6 (2024): 49–61.

³⁰ Yusuf al-Qaradawi, *Perkembangan Fiqh Antara Statis dan Dinamis*, terj. Saifullah M. Yunus (Kairo: Maktabah Wahbah, 2022), 1–104.

³¹ Nurmadiansyah, *Etika Bisnis Islam: Konsep dan Praktek*, 40.

Konsep dalam Setiap individu dalam bisnis bertanggung jawab atas transaksi yang dilakukan, baik terhadap manusia maupun Allah SWT. Aplikasi dalam Praktik Jual Beli:³²

- 1) Transparansi dalam Transaksi: Transparansi dalam bisnis adalah prinsip utama dalam Islam untuk memastikan keadilan dan kepercayaan antara penjual dan pembeli. Islam melarang segala bentuk kecurangan, penipuan, atau menyembunyikan informasi yang dapat merugikan salah satu pihak. Allah berfirman dalam QS. Al-Baqarah: 282:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ ... ﴿٢٨٢﴾

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu melakukan utang-piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya...*”

Ayat ini menunjukkan pentingnya pencatatan transaksi sebagai bentuk transparansi. Dalam perdagangan, transparansi berarti: Penjual harus memberikan informasi yang benar dan jelas mengenai barang atau jasa yang dijual. Tidak menyembunyikan cacat atau kekurangan barang. Harga dan syarat transaksi harus diinformasikan dengan jujur. Contoh dalam praktik bisnis:

- a) Menampilkan harga barang secara jelas tanpa ada biaya tersembunyi.
- b) Tidak mencampur barang yang berkualitas baik dengan yang buruk tanpa memberitahu pembeli.

³² An Ras Try Astuti, *Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)* (Parepare: Nusantara Press, 2022).

- c) Tidak menggunakan taktik pemasaran yang menyesatkan.
- d) Adanya Mekanisme Pengaduan atau Pengembalian Jika Terjadi Kesalahan dalam Jual Beli: Dalam Islam, jika terjadi kesalahan dalam transaksi, pembeli memiliki hak untuk mengajukan keluhan atau bahkan membatalkan pembelian. Islam mengajarkan prinsip khiyar, yaitu hak pembeli untuk memilih apakah akan melanjutkan transaksi atau membatalkannya jika ada cacat atau masalah yang tidak dijelaskan sebelumnya.

Rasulullah bersabda:

عَنِ النَّبِيِّ ﷺ قَالَ: الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا، فَإِنْ صَدَقَا وَبَيْنَا بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا، وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا مُحِقَّتْ بَرَكَةُ بَيْعِهِمَا (رواه البخاري ومسلم)

Artinya: “Rasulullah bersabda: Seorang penjual dan pembeli memiliki hak khiyar (pilihan untuk meneruskan atau membatalkan jual beli) selama mereka belum berpisah. Jika keduanya jujur dan menjelaskan kondisi barang dagangan, maka transaksi mereka akan diberkahi. Namun, jika mereka menyembunyikan cacat barang dan berdusta, maka keberkahan akan dihapus dari transaksi tersebut.”(HR. Bukhari, no. 2079; Muslim, no. 1532)

Jenis-jenis khiyar dalam Islam:³³

- (1) Khiyar Majelis-Hak membatalkan transaksi selama masih dalam proses tawar-menawar dan belum berpisah.
- (2) Khiyar Aib-Hak pembeli untuk mengembalikan barang jika ditemukan cacat yang tidak dijelaskan oleh penjual.

³³ Ani Mutia Sari, Ambok Pangiuk, dan Mellya Embun Baining, “Penerapan Khiyar Pada Pengembalian Barang Dalam Jual Beli Pakaian Grosir di Pasar Komplek WTC Jambi,” *IJIEB: Indonesian Journal of Islamic Economics and Business* 7, no. 1 (Juni 2022): 23–37.

- (3) Khiyar Syarat-Hak pembeli atau penjual untuk menetapkan syarat tertentu dalam transaksi.
- 2) Pedagang Memahami dan Mematuhi Aturan Perdagangan yang Berlaku: Islam mengajarkan bahwa perdagangan harus mengikuti aturan yang benar dan tidak merugikan pihak lain. Pedagang wajib memahami dan menaati aturan syariah serta peraturan yang berlaku di masyarakat. Allah berfirman dalam QS. Al-Mutaffifin: 1-3,

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى التَّائِسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

Artinya: “Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang). Yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka meminta dicukupkan, tetapi jika mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.”

e. Kebenaran

Kebenaran mencakup niat, sikap, dan tindakan yang diterapkan dalam berbagai proses, mulai dari akad (transaksi), pencarian atau perolehan komoditas, pengembangan, hingga upaya untuk mencapai atau menetapkan keuntungan.³⁴ Dengan prinsip kebenaran, etika bisnis Islam sangat memperhatikan dan bersikap preventif terhadap kemungkinan kerugian yang dapat dialami oleh salah satu pihak dalam transaksi, kerja sama, atau perjanjian bisnis.³⁵

³⁴ Azis, *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha*, 46.

³⁵ Badroen, *Etika Bisnis Islam*, 104.

Konsep dalam Islam mengajarkan pentingnya kejujuran dalam berbisnis untuk menciptakan lingkungan perdagangan yang sehat dan penuh berkah. Aplikasi dalam Praktik Jual Beli:³⁶

- 1) Tidak Ada Unsur Kebohongan atau Manipulasi Informasi: Islam sangat menekankan kejujuran dalam transaksi bisnis. Kebohongan atau manipulasi informasi dalam jual beli, baik dalam bentuk menipu kualitas barang, menyembunyikan cacat, atau memberikan janji palsu, adalah perbuatan yang dilarang. Allah berfirman dalam QS. Al-Isra': 35:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَٰلِكَ خَيْرٌ
وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ﴿٣٥﴾

Artinya: *“Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan timbangan yang benar. Itulah yang lebih utama dan lebih baik akibatnya.”*

Contoh larangan terhadap kebohongan mencakup:

- a) Tidak menaikkan harga secara tidak wajar dengan alasan palsu.
 - b) Tidak memberikan informasi yang menyesatkan tentang suatu produk.
 - c) Tidak berpura-pura ada kelangkaan barang untuk menaikkan harga.
- 2) Transparansi dalam Menyampaikan Kondisi Produk: Transparansi dalam bisnis adalah bagian dari prinsip keadilan dan kebenaran

³⁶ Misbahul Ulum, “Prinsip-Prinsip Jual Beli Online Dalam Islam Dan Penerapannya Pada E-Commerce Islam di Indonesia,” *Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis* 17, no. 1 (Maret 2020): 49–64.

dalam Islam.³⁷ Islam melarang menyembunyikan cacat atau kekurangan produk yang dijual kepada pembeli. Rasulullah bersabda:

قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: لَا يَحِلُّ لِأَحَدٍ أَنْ يَبِيعَ شَيْئًا إِلَّا بَيَّنَّ عَيْبَهُ، وَمَنْ لَمْ يُبَيِّنْ فَهُوَ مِنَ الْعَاشِينَ (رَوَاهُ أَحْمَدُ)

Artinya: “Rasulullah bersabda: Tidak halal bagi seseorang menjual suatu barang kecuali ia menjelaskan cacat yang ada padanya. Jika ia tidak menjelaskan, maka ia termasuk orang yang berbuat dosa.” (HR. Ahmad, no. 8853)

Contoh praktik jual beli transparansi berarti:

- a) Menjelaskan kualitas dan kondisi produk secara jujur.
 - b) Tidak menyembunyikan cacat produk atau memberikan informasi palsu.
 - c) Jika ada cacat atau kekurangan, wajib memberitahukannya kepada pembeli.
- 3) Komitmen terhadap Janji atau Kesepakatan dalam Transaksi: Menepati janji adalah bagian dari akhlak seorang Muslim, terutama dalam transaksi bisnis.³⁸ Islam melarang seseorang melanggar kesepakatan atau tidak menepati janji yang telah dibuat. Allah berfirman dalam QS. Al-Ma'idah: 1:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ... ﴿١﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, penuhilah akad-akad (perjanjian-perjanjian).”

³⁷ Ulum, “Prinsip-Prinsip Jual Beli Online Dalam Islam Dan Penerapannya Pada E-Commerce Islam di Indonesia,” 54

³⁸ Shety Sugiarti Lubis, Rini Oktaviani, dan Putri Amelia, “Bisnis dalam Perspektif Islam”, *Manajemen Kreatif Jurnal* 3, no. 1 (2025): 11,

Contoh komitmen terhadap janji meliputi:

- a) Menghormati kesepakatan harga dan ketentuan yang telah disetujui.
- b) Tidak membatalkan pesanan secara sepihak setelah kesepakatan terjadi.
- c) Menyampaikan barang atau jasa sesuai dengan yang dijanjikan kepada pembeli.

Seorang pedagang yang menepati janji akan mendapatkan kepercayaan dari pelanggan dan keberkahan dalam usahanya, sedangkan mereka yang ingkar janji akan kehilangan reputasi dan keberkahan dalam rezekinya.

B. Pedagang

1. Pengertian Pedagang

Pedagang merupakan individu atau pelaku ekonomi yang melakukan kegiatan jual beli barang atau jasa dengan tujuan memperoleh keuntungan. Dalam konteks pasar tradisional, pedagang memegang peran sentral sebagai penyedia barang kebutuhan pokok yang berinteraksi langsung dengan konsumen. Pedagang adalah mereka yang melakukan perbuatan perniagaan sebagai pekerjaannya sehari-hari. Perbuatan perniagaan pada umumnya merupakan perbuatan pembelian barang untuk dijual lagi.³⁹

³⁹ C.S.T. Kansil dan Christine S.T. Kansil, *Pokok-pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), 15.

Secara pandangan Islam pedagang tidak hanya dituntut untuk mencari keuntungan finansial, tetapi juga dituntut untuk menjalankan transaksi dengan penuh kejujuran (ṣidq), amanah, dan keadilan. Transparansi dalam Menyampaikan Kondisi Produk: Transparansi dalam bisnis adalah bagian dari prinsip keadilan dan kebenaran dalam Islam.⁴⁰

Transparansi dalam Menyampaikan Kondisi Produk adalah bagian dari prinsip keadilan dan kebenaran dalam Islam. Islam melarang menyembunyikan cacat atau kekurangan produk yang dijual kepada pembeli. Rasulullah bersabda:

قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: لَا يَحِلُّ لِأَحَدٍ أَنْ يَبِيعَ شَيْئًا إِلَّا بَيَّنَّ عَيْبَهُ، وَمَنْ لَمْ يُبَيِّنْ فَهُوَ مِنَ الْعَاشِينَ (رَوَاهُ أَحْمَدُ)

Artinya: “Rasulullah bersabda: Tidak halal bagi seseorang menjual suatu barang kecuali ia menjelaskan cacat yang ada padanya. Jika ia tidak menjelaskan, maka ia termasuk orang yang berbuat dosa.” (HR. Ahmad, no. 8853)

Contoh praktik jual beli transparansi berarti:

- a. Menjelaskan kualitas dan kondisi produk secara jujur.
- b. Tidak menyembunyikan cacat produk atau memberikan informasi palsu.
- c. Jika ada cacat atau kekurangan, wajib memberitahukannya kepada pembeli.

Profesi pedagang dalam Islam memiliki dimensi ibadah apabila dilakukan dengan niat dan etika yang benar. Pedagang bukan hanya

⁴⁰ Ulum, “Prinsip-Prinsip Jual Beli Online Dalam Islam Dan Penerapannya Pada E-Commerce Islam di Indonesia,” 54

menjadi pelaku ekonomi, tetapi juga agen moral dalam masyarakat. Yang dimaksud dengan orang-orang yang curang di sini ialah orang-orang yang curang dalam menakar dan menimbang. Dari ayat di atas dalam kita simpulkan bahwa salah satu yang dilarang dalam berdagang itu adalah curang dalam menimbang atau menakar. Selain itu juga Islam mengajarkan prinsip-prinsip perdagangan yang terkandung dalam al-Quran sebagai berikut:

- a. Setiap perdagangan harus didasari sikap ridho diantara dua pihak
- b. Penegakan prinsip keadilan, baik dalam takaran, timbangan, ukuran mata uang, dan pembagian dalam keuntungan
- c. Prinsip larangan riba
- d. Kasih sayang, tolong menolong, dan persaudaraan universal
- e. Dalam kegiatan perdagangan tidak melakukan investasi pada usaha yang diharamkan, seperti usaha-usaha yang merusak mental, misalnya narkoba.

2. Perilaku Pedagang

Perilaku adalah suatu sifat yang ada dalam diri manusia. Perilaku manusia sederhananya di dorong oleh motif tertentu.⁴¹ Perilaku pedagang mengacu pada pola tindakan dan sikap yang ditunjukkan oleh pedagang dalam aktivitas jual beli. Perilaku ini dapat mencakup cara pedagang

⁴¹ Albara, "Analisis Pengaruh Perilaku Pedagang Terhadap Inflasi," *Academia*, Vol. 5, No.2, (2016): 247.

berinteraksi dengan konsumen, bagaimana mereka menetapkan harga, menyampaikan kondisi barang, hingga merespons keluhan konsumen.⁴²

Definisi perilaku pedagang adalah tindakan atau tingkah laku penjual kepada pembeli atau konsumen dalam transaksi perniagaan atau jual-beli. Perilaku pedagang merupakan suatu tanggapan atau reaksi pedagang terhadap lingkungan yang ada di sekitar, ini juga merupakan sebuah sifat yang dimiliki oleh setiap pedagang.

Harga yang Tidak Merugikan Salah Satu Pihak ditentukan secara adil dan wajar, tanpa merugikan salah satu pihak, baik pedagang maupun pembeli. Harga yang terlalu tinggi sehingga menzalimi pembeli atau terlalu rendah sehingga merugikan pedagang tidak diperbolehkan dalam Islam. Allah berfirman dalam QS. Al-Mutaffifin: 1-3:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ
أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

Artinya: “Celakalah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi. Tetapi apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.”

Perilaku pedagang usaha dipengaruhi oleh banyak faktor, termasuk norma sosial, nilai-nilai budaya, dan prinsip etika yang berlaku di lingkungan mereka. Dalam perspektif Islam, perilaku pedagang seharusnya mencerminkan nilai-nilai keIslaman yang meliputi:

⁴² Dennis Ulfan Nanda and Khusnul Fikriyah, “Perilaku Pedagang Pasar Bandar Kecamatan Mojojoto Kota Kediri Dalam Prespektif Prinsip Dasar Pasar Islami” 6, no. 03 (2020): 588–97.

- a. *Ṣiḍq* (Kejujuran): Tidak menipu atau menyembunyikan cacat barang.
- b. Amanah (Tanggung jawab): Memberi apa yang dijanjikan dan menjaga hak-hak pembeli.
- c. Adl (Keadilan): Tidak mengambil keuntungan secara berlebihan atau merugikan pihak lain.
- d. Bayyinah (Transparansi): Menjelaskan informasi produk secara terbuka.

Perilaku pedagang yang baik bukan hanya mengedepankan keuntungan jangka pendek, tetapi juga mempertimbangkan aspek keberkahan, loyalitas konsumen, dan tanggung jawab sosial.

3. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah proses di mana konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk atau jasa setelah melalui serangkaian pertimbangan. Keputusan konsumen merupakan tindakan konsumen dalam memutuskan sebuah produk yang dianggap menjadi solusi dari kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut.⁴³ *Kotler dan Armstrong* dalam Wulandari mengemukakan proses keputusan pembelian konsumen terdiri dari lima tahap yang dilakukan oleh seorang konsumen sebelum sampai kepada keputusan pembelian dan selanjutnya pasca pembelian.⁴⁴ *Schiffman & Kanuk* dalam Marhamah, M. keputusan

⁴³ Riyan Erwin Hidayat et al., "Peran Electronic Word Of Mouth Dalam Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Ke Wisata Alam Taman Waru," *Adzkiya : Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah* 9, no. 01 (2021): 4.

⁴⁴ Putrima Wulandari, Furi Indriyani, and Rohani Lestari Napitupulu, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Somethinc di Kota Bekasi," *Cakrawala Akademika (JCA)* 1, no. 3 (2024).

pembelian adalah suatu pemilihan terhadap satu dari berbagai alternatif yang tersedia, yang didasarkan pada kebutuhan, preferensi, dan informasi yang telah dikumpulkan oleh konsumen.⁴⁵ Dari yang telah dikemukakan oleh para ahli maka dapat didefinisikan bahwa keputusan pembelian adalah proses pengambilan keputusan untuk membeli suatu barang atau jasa. Keputusan ini didasarkan pada berbagai pertimbangan dan merupakan keputusan akhir yang diambil konsumen.⁴⁶

Menurut *Schiffman dan Kanuk*, proses pengambilan keputusan pembelian meliputi lima tahapan, yaitu:

a. Pengenalan kebutuhan (*need recognition*)

Proses pembelian dimulai saat pembeli mengenali sebuah masalah atau kebutuhan. Kebutuhan tersebut dapat dicetuskan oleh rangsangan internal dan eksternal. Pemasar perlu mengidentifikasi keadaan yang memicu kebutuhan tertentu.

b. Pencarian informasi (*information search*)

Konsumen yang tergugah kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Sumber pribadi, Sumber komersial, Sumber publik, Sumber pengalaman.

c. Evaluasi alternatif (*evaluation of alternatives*)

Dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi atas merek-merek dalam kumpulan pilihan. Konsumen juga mungkin

⁴⁵ Marhamah, Hildayanti, and Purnamasari, "Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Klinik Kecantikan di Palembang".

⁴⁶ Rudy Irwansyah et al., *Perilaku Konsumen* (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2021), 105.

membentuk niat untuk membeli produk yang paling disukai.⁴⁷ Dalam melaksanakan niat pembelian, konsumen dapat membuat lima sub keputusan pembelian, yaitu keputusan merek, keputusan pemasok.

d. Perilaku pasca pembelian (*post-purchase behavior*)

Setelah membeli produk, konsumen akan mengalami level kepuasan atau ketidakpuasan tertentu. Tugas pemasar tidak berakhir saat pada produk dibeli, melainkan berlanjut hingga periode pasca pembelian.⁴⁸ Beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian antara lain:

- 1) Kualitas produk
- 2) Harga
- 3) Citra pedagang
- 4) Kepercayaan dan loyalitas terhadap penjual
- 5) Pengalaman pembelian sebelumnya

Persetujuan antara Kedua Belah Pihak dalam transaksi mengajarkan bahwa transaksi hanya sah jika ada persetujuan (ijab dan qabul) antara kedua belah pihak tanpa adanya tekanan atau paksaan.

Allah berfirman dalam QS. An-Nisa: 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ... ﴿٢٩﴾

⁴⁷ Irham Fahmi, *Perilaku Konsumen Teori Dan Aplikasi* (Bandung: Alfabeta, 2016), 88.

⁴⁸ Riyan Erwin Hidayat et al., "Peran Electronic Word Of Mouth Dalam Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Ke Wisata Alam Taman Waru," *Adzkiya : Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah* 9, no. 01 (2021): 1.

Artinya: “*Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan cara yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu...*” Menunjukkan bahwa keputusan pembelian harus dilakukan secara sukarela, bukan karena paksaan atau penipuan.

Konteks etika bisnis Islam, keputusan pembelian juga sangat dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap perilaku pedagang. Konsumen akan cenderung melakukan pembelian apabila merasa yakin bahwa pedagang jujur, tidak menipu, bersikap adil, dan bertanggung jawab terhadap barang yang dijual. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku etis pedagang memiliki dampak langsung terhadap proses pengambilan keputusan oleh konsumen di pasar tradisional.

C. Jual Beli

1. Pengertian Jual Beli

Secara etimologi istilah jual beli berasal dari bahasa Arab “*al-bai*”, yang berarti menjual atau menukar, dalam konteks bahasa istilah ini merujuk pada aktivitas pertukaran barang atau barter. Kata ini mencakup dua tindakan sekaligus, yaitu kegiatan menjual dan membeli. Dalam pengertian terminologi, para ulama memberikan berbagai definisi mengenai jual beli, Menurut ulama Hanafiyah, jual beli adalah pertukaran harta dengan harta melalui cara tertentu, seperti ijab kabul, dengan syarat barang yang diperjual belikan bermanfaat bagi manusia.⁴⁹ Dalam devinisi ini jual beli adalah aktivitas tukar-menukar barang dengan barang lain atau uang yang disertai proses ijab dan kabul sesuai dengan syarat dan rukun

⁴⁹ Masfi Sya'fiatul Ummah, *Fikih Muamalah* (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2021), 93.

tertentu. Rukun dalam jual beli meliputi penjual, pembeli, barang yang diperjualbelikan, alat penukar, serta adanya ijab dan kabul.⁵⁰

Menurut definisi yang disampaikan oleh Ibn Qudamah, seorang ulama Malikiyah, jual beli adalah aktivitas saling menukar harta dengan harta lainnya yang melibatkan proses pemindahan kepemilikan dan hak milik. Dalam definisi ini terdapat istilah milik dan kepemilikan, meskipun ada bentuk pertukaran harta lainnya, seperti sewa-menyewa (ijarah), yang tidak selalu melibatkan kepemilikan penuh atas barang atau aset yang ditukar.⁵¹

Bermuamalah dalam Islam memperbolehkan bahkan menganjurkan kerja sama dalam bentuk qiradh (mudharabah). Qiradh adalah pemberian modal oleh seseorang kepada pihak lain untuk dijadikan usaha, dengan kesepakatan berbagi keuntungan berdasarkan perjanjian. Dalam praktik qiradh, pemilik modal harus sepenuhnya mempercayakan pengelolaan modal kepada pengusaha, sementara pengusaha wajib menjaga amanah dan bersungguh-sungguh dalam mengelola usaha tersebut.

2. Syarat Syah Jual Beli

Jual beli memiliki rukun dan syarat agar sah menurut syariat, bertujuan mencegah perselisihan, melindungi pihak berakad, dan menghindari ketidakpastian (gharar) serta penipuan. Menurut Hanafiyah, rukun jual beli hanya ijab (ungkapan membeli) dan qabul (ungkapan

⁵⁰ Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2001), 76.

⁵¹ Rizkiani, "Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Jual Beli Online," *At-Tariiz: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 1, no. 4 (2022): 211–27.

menjual), yang mencakup kerelaan kedua pihak. Sementara itu, jumhur ulama memasukkan lebih banyak elemen dalam rukun jual beli yaitu:⁵²

- a. Ada orang yang berakad penjual dan pembeli
- b. Ada shigat (lafal ijab dan kabul)
- c. Ada barang yang dibeli
- d. Ada nilai tukar pengganti barang

Menurut ulama Hanafiyah, orang yang berakad, yang dibeli, dan nilai tukar barang termasuk kedalam syarat jual beli, bukan rukun jual beli. syarat-syarat jual beli menurut jumhur ulama adalah:⁵³ Berakal Sehat jual beli oleh orang gila atau bodoh tidak sah karena berisiko terjadi penipuan. Firman Allah dalam QS. An-Nisa': 5

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ ... ﴿٥﴾

Artinya: *Dan janganlah kamu berikan hartamu kepada orang-orang yang bodoh ... (QS. An-Nisa': 5)*

- a. Baligh: Tujuan aturan ini adalah agar penjual dan pembeli memahami tanggung jawab dalam jual beli serta mencegah penipuan. Anak yang belum baligh dianggap belum mampu mengelola harta, sehingga tidak sah melakukan ijab qabul. Namun, anak kecil diperbolehkan melakukan jual beli makanan ringan.
- b. Kehendak sendiri (bukan dipaksa): kedua belah pihak (penjual dan pembeli) harus bersepakat dengan penuh kerelaan tanpa adanya tekanan, paksaan, atau intimidasi dari pihak manapun. Kesepakatan ini

⁵² Siti Choiriyah, *Muamalah Jual Beli dan Selain Jual Beli* (Surakarta: CDAC STAIN Surakarta, 2009), 20.

⁵³ Masfi Sya'fiatul Ummah, *Fikih Muamalah* (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2021), 95.

adalah landasan utama yang memastikan bahwa transaksi berjalan secara adil dan saling menguntungkan.

- c. Tidak mubadzir (pemborosan): Jual beli sebaiknya tidak diserahkan kepada orang yang pemboros, karena kurang mampu mengelola keuangan dan berisiko menimbulkan penyesalan.

Syarat sah barang yang diperjual belikan yaitu:

- a. Suci atau untuk di sucikan: Barang yang najis atau yang tidak bisa disucikan tidak boleh diperjualbelikan, seperti bangkai, babi, dan khamr, sesuai dengan sabda Nabi SAW: Artinya: “Dari Jabi bin ‘Abdullah: Bersabda Rasulullah saw.: Sesungguhnya Allah dan Rasul-Nya telah mengharamkan menjual arak dan bangkai, begitu juga babi dan berhala”. (HR. Bukhari Muslim)
- b. Bermanfaat: Jual beli tidak boleh dilakukan atas barang yang tidak memiliki manfaat, karena itu akan menjadi sia-sia.
- c. Jelas dan dapat diketahui penjual dan pembeli: Barang yang dijual harus jelas wujud, ukuran, sifat, timbangan, dan harganya. Bahkan barang yang cacat pun harus diperlihatkan kepada pembeli agar tidak ada pihak yang dirugikan.
- d. Dapat diserahkan: Jual beli barang yang tidak dapat diserahkan kepada pembeli, seperti ikan di kolam atau buah yang masih di pohon, tidak sah, untuk menghindari penipuan atau kekecewaan pihak pembeli.
- e. Milik sendiri: Barang titipan atau pinjaman tidak boleh diperjualbelikan kecuali jika pemiliknya memberikan kuasa untuk melakukannya.

- f. Tidak dibatasi waktunya: Penjualan yang dibatasi waktu, seperti “saya jual motor ini kepada tuan selama satu tahun”, tidak sah, karena jual beli seharusnya memberikan kepemilikan penuh tanpa batasan waktu, kecuali ada ketentuan syariat yang mengatur.

Syarat-Syarat nilai tukar (Harga Barang)⁵⁴

- a. Harga yang disetujui oleh kedua belah pihak harus terperinci dan jelas jumlahnya.
- b. Pembayaran boleh dilakukan saat akad, meskipun secara hukum menggunakan cek atau kartu kredit. Namun, jika pembayaran dilakukan kemudian (berutang), waktu pelunasan harus ditentukan dengan jelas.
- c. Jika jual beli dilakukan dengan saling menukarkan barang, maka barang yang dijadikan nilai tukar tidak boleh barang yang diharamkan oleh syariat, seperti babi dan khamar.

3. Prinsip-Prinsip Jual Beli

Prinsip-prinsip jual beli dalam Islam adalah kaidah dasar yang mengatur agar transaksi dilakukan dengan adil dan sah sesuai syariat. Prinsip ini mencakup berbagai aspek penting dalam transaksi jual beli, seperti kejelasan objek, harga, dan kerelaan kedua pihak seperti:⁵⁵

- a. Kerelaan: Jual beli harus dilakukan atas persetujuan kedua belah pihak tanpa paksaan.
- b. Kejelasan Objek: Barang yang dijual harus jelas jenis, jumlah, kualitas, dan harga.

⁵⁴ Ummah, 97

⁵⁵ Choiriyah, *Muamalah Jual Beli dan Selain Jual Beli*, 22-23

- c. Kehalalan: Barang yang diperjualbelikan harus halal menurut syariat.
- d. Kejelasan Harga: Harga barang harus disepakati secara jelas.
- e. Kejelasan Pembayaran: Pembayaran harus dilakukan pada waktu yang jelas, baik tunai maupun utang.
- f. Tidak Ada Penipuan: Tidak boleh ada penipuan dalam transaksi.
- g. Kepemilikan yang Sah: Barang yang dijual harus sah dimiliki dan bisa diserahkan ke pembeli. Secara umum, prinsip-prinsip ini adalah pedoman yang memastikan transaksi jual beli dilakukan dengan adil, menghindari kerugian dan penipuan antara pihak-pihak yang terlibat.

4. Dasar Hukum Jual Beli

Pada dasarnya, hukum jual beli adalah mubah atau diperbolehkan. Setiap Muslim memiliki kebebasan untuk mencari nafkah melalui jual beli atau cara lain yang dibenarkan. Namun, jika memilih untuk berjual beli, wajib melaksanakannya dengan cara yang halal sesuai ajaran Islam. Praktik jual beli yang haram, seperti menipu, berbohong, curang, atau melibatkan riba, tidak diperbolehkan.⁵⁶ Terdapat beberapa ayat Al-Quar'an dan hadis tentang jual beli yaitu:

- a. Surat Al-Baqarah ayat 275

﴿... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا...﴾

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

⁵⁶ Choiriyah, *Muamalah Jual Beli dan Selain Jual Beli*, 18

b. Surat Al-Baqarah ayat 198

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ ... ﴿١٩٨﴾

Artinya: “Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan dari tuhanmu...”. (QS Al-Baqarah: 198)

c. Surat An-Nisa ayat 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ ... ﴿٢٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil...” (QS. An-Nisa:29)

Selain berdasarkan ayat al-Qur’an, kebolehan jual beli juga didasarkan pada beberapa hadis Rasulullah SAW, di antaranya:

- a. Hadis dari al- Baihaqi, Ibn Majah dan Ibn Hibban, Rasullullah menyatakan “jual beli itu didasarkan atas suka sama suka”
- b. Hadis dari HR. Muslim menyatkan “Dari Abu Hurairah r.a, ia berkata; Nabi saw. melarang jual beli lempar melempar dan jual beli yang mengandung gharar (penipuan, samar-samar)”. (HR.Muslim)

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Metode ini dipilih karena mampu mengungkap perspektif pedagang, realitas sosial, serta praktik bisnis yang terjadi melalui wawancara dan observasi langsung yang bertujuan untuk memahami fenomena penerapan etika bisnis Islam secara mendalam dan menyeluruh dalam kehidupan sehari-hari para pedagang di Pasar Pagi 28 Purwosari.

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan dan menjelaskan penerapan etika bisnis Islam tanpa memanipulasi kondisi yang ada. Pasar Pagi 28 Purwosari dipilih karena keberagaman pedagangnya, kemampuannya bertahan di tengah persaingan pasar tradisional yang bersekala besar dan ritel modern, serta relevansi permasalahan etika bisnis seperti kecurangan timbangan dan persaingan tidak sehat. Selain itu, aksesibilitas yang mudah dan interaksi langsung pedagang-konsumen mendukung pengumpulan data yang lebih kaya dan mendalam.

B. Sumber Data

Sumber data penelitian ini terdiri dari sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber asli untuk tujuan penelitian tertentu.¹ Dalam hal ini sumber data primer peneliti adalah Pedagang dan konsumen di Pasar Pagi 28 Purwosari Metro.

Sedangkan sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber yang sudah ada, baik dalam bentuk dokumentasi maupun publikasi yang telah dikumpulkan oleh pihak lain.² Data ini diperoleh dari literatur yang relevan seperti buku dan jurnal tentang etika bisnis Islam, serta artikel dan publikasi tentang pasar tradisional.

Penelitian ini menggunakan teknik Representative Sampling, yaitu metode pengambilan sampel yang bertujuan untuk memastikan bahwa sampel yang dipilih mencerminkan karakteristik populasi secara akurat.³ Teknik ini dipilih untuk memastikan setiap partisipan benar-benar mewakili karakteristik pedagang di Pasar Pagi 28 Purwosari. Partisipan penelitian terdiri dari tujuh pedagang yang mewakili berbagai jenis dagangan, yaitu: 1 pedagang sayur, 1 pedagang sembako /kelontong, 1 pedagang ikan/daging, 1 pedagang pakaian, 1 pedagang prabot, 1 pedagang snack, 1 pedagang pupuk sehingga berjumlah 7 orang partisipan. Pedagang yang dipilih memiliki pengalaman berdagang

¹ Nidia Suriani dan M. Syahrani Jailani, "Konsep Populasi dan Sampling serta Pemilihan Partisipan Ditinjau dari Penelitian Ilmiah Pendidikan," *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam* 1, no. 2 (2023): 24–36.

² Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 147.

³ Suriani dan Jailani, "Konsep Populasi dan Sampling serta Pemilihan Partisipan Ditinjau dari Penelitian Ilmiah Pendidikan," 36.

minimal 3 tahun, berjualan secara rutin setiap hari atau minimal 5 kali dalam seminggu, serta memiliki interaksi langsung dan intensif dengan konsumen. Selain itu, pedagang harus memiliki lapak tetap di pasar, bukan pedagang musiman atau keliling, agar data yang diperoleh relevan dengan karakteristik pasar tersebut. Kesiapan partisipan untuk diwawancarai dan berbagi pengalaman terkait praktik bisnis serta etika bisnis Islam juga menjadi salah satu pertimbangan dalam pemilihan sampel. Dengan kriteria ini, penelitian dapat memperoleh data yang akurat, mendalam, serta mencerminkan keberagaman pedagang dan dinamika perdagangan di Pasar Pagi 28 Purwosari.

Berikut adalah tabel untuk menunjukkan jumlah pedagang yang menjadi partisipan penelitian di Pasar Pagi 28 Purwosari Metro:

Tabel 3.1
Jumlah Pedagang/Partisipan Penelitian

No	Jenis Dagangan	Jumlah Partisipan
1	Sayuran	2
2	Sembako / Kelontong	2
3	Ikan / Daging	2
4	Pakaian	2
5	Perabot	2
6	Snack	2
7	Pupuk	2
Total		14

Tabel di atas menunjukkan bagaimana partisipan dipilih berdasarkan jenis dagangan mereka. Dengan melibatkan 14 pedagang dari berbagai bidang usaha, penelitian ini bertujuan untuk memahami karakteristik serta tantangan yang dihadapi oleh masing-masing pedagang. Pendekatan ini diharapkan

dapat menghasilkan temuan yang lebih representatif dan mencerminkan kondisi nyata di lapangan.

C. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini mengumpulkan data dengan 3 cara yakni wawancara, observasi, dan dokumentasi berikut penjelasan dari masing- masing cara:

1. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tanya jawab langsung antara pewawancara dan responden. Tujuannya adalah untuk menggali informasi secara mendalam tentang topik atau permasalahan yang sedang diteliti, Wawancara yang akan dilakukan yaitu wawancara semi-terstruktur:⁴

Wawancara semi-terstruktur adalah teknik pengumpulan data yang mengombinasikan aspek wawancara terstruktur dan tidak terstruktur. Dalam metode ini, pewawancara menggunakan daftar pertanyaan yang telah disusun sebelumnya sebagai panduan, tetapi tetap memiliki kebebasan untuk mengeksplorasi isu-isu yang muncul selama proses wawancara.⁵

Penelitian ini menggunakan wawancara semi-terstruktur untuk menggali informasi secara mendalam dengan tetap mengikuti kerangka pertanyaan yang sistematis. Metode ini dipilih karena fleksibel, memungkinkan klarifikasi dan eksplorasi lebih lanjut terhadap jawaban partisipan. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat memahami penerapan

⁴ Imami Nur Rachmawati, "Pengumpulan Data dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara," *Jurnal Keperawatan Indonesia* 11, no. 1 (2007): 35–40.

⁵ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 147

etika bisnis Islam secara lebih autentik dan mendalam di Pasar Pagi 28 Purwosari.

2. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data dengan mengamati fenomena atau kejadian secara langsung di lapangan.⁶ Peneliti mencatat dan menganalisis aktivitas yang sedang berlangsung tanpa pengaruh pihak lain. Observasi digunakan dalam penelitian ini untuk memperoleh data langsung tentang praktik bisnis pedagang di Pasar Pagi 28 Purwosari tanpa bergantung sepenuhnya pada pernyataan partisipan. Metode ini memungkinkan peneliti mengamati interaksi pedagang dan konsumen, strategi penjualan, serta penerapan etika bisnis Islam secara nyata. Selain itu, observasi membantu mengidentifikasi perilaku yang mungkin tidak terungkap dalam wawancara, sehingga data yang diperoleh lebih akurat dan objektif.

Observasi dalam penelitian ini fokuskan kepada:

- a. Perilaku Pedagang: Bagaimana pedagang berinteraksi dengan pelanggan, apakah mereka transparan dalam memberikan informasi tentang produk, serta apakah mereka menerapkan prinsip kejujuran dan keadilan dalam transaksi.
- b. Praktik Etika Bisnis: Penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, seperti tidak menipu, tidak melakukan kecurangan dalam timbangan

⁶ Rachmawati, "Pengumpulan Data dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara," 35–40.

atau harga, dan menjual barang dengan kualitas yang sesuai dengan yang dijanjikan.

- c. Kondisi Pasar: Suasana pasar, tingkat pelayanan, dan faktor- faktor lain yang berpengaruh pada perilaku pedagang dalam menerapkan etika bisnis Islam.

3. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk mendukung pengumpulan dan pengolahan data yang diperoleh dari observasi dan wawancara dengan pedagang di Pasar Pagi 28 Purwosari. Metode ini memungkinkan peneliti mengumpulkan data dari berbagai sumber, seperti catatan transaksi, foto aktivitas pasar, atau arsip terkait etika bisnis di Pasar Pagi 28 Purwosari. Berikut adalah jenis dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini.⁷

- a. Jenis Dokumentasi;
 - 1) Tertulis: Catatan lapangan yang mencatat hasil observasi dan transkrip wawancara yang dilakukan dengan pedagang.
 - 2) Visual: Foto-foto yang diambil selama observasi untuk menggambarkan situasi pasar dan interaksi pedagang dengan pembeli.
- b. Proses Pengumpulan Data, Peneliti mencatat hasil observasi secara manual, dan mengambil foto selama proses penelitian untuk memastikan data yang valid dan akurat.

⁷ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 147

- c. Penggunaan Teknologi, Peneliti menggunakan kamera digital untuk foto mendokumentasikan wawancara, yang kemudian disimpan dalam format digital.
- d. Tujuan Dokumentasi, digunakan untuk mendukung data observasi dan wawancara dengan bukti visual membantu peneliti melihat bagaimana prinsip etika bisnis Islam diterapkan oleh pedagang.
- e. Etika Pengumpulan Dokumentasi, Peneliti meminta izin kepada pedagang untuk memotret kegiatan yang terjadi di pasar dan memastikan privasi mereka dihormati.

D. Teknik Penjamin Keabsahan Data

Keabsahan data yang diperoleh dalam penelitian ini akan menggunakan jenis triangulasi metode, dimana peneliti akan menggunakan kombinasi berbagai metode pengumpulan data (wawancara, observasi, dan dokumentasi) untuk mengurangi bias dan memastikan data yang diperoleh akurat dan terpercaya.⁸ Alasan penggunaan teknik triangulasi metode dalam penelitian ini adalah untuk meningkatkan validitas dan keandalan data dengan membandingkan serta mengonfirmasi informasi dari berbagai sumber. Dengan mengombinasikan wawancara, observasi, dan dokumentasi, penelitian dapat mengurangi bias subjektif, memperkuat temuan, serta memberikan gambaran yang lebih utuh tentang penerapan etika bisnis di Pasar Pagi 28 Purwosari. Triangulasi metode juga membantu dalam mendeteksi inkonsistensi data, sehingga hasil penelitian lebih kredibel dan dapat dipertanggungjawabkan.

⁸ Ralph Adolph, *Triangulasi Data dalam Analisis Data Kualitatif* (Palembang: UIN Raden Fatah Palembang, 2016), 1–23.

E. Teknik Analisa Data

Teknis analisis merupakan tahapan yang dilakukan setelah data dikumpulkan. Teknik analisis data menggunakan pendekatan Miles dan Huberman dipilih karena mampu mengelola data kualitatif secara sistematis melalui tiga tahapan utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi dalam penelitian ini sebagai berikut:⁹

1. Reduksi Data

Reduksi data dalam penelitian digunakan untuk menyaring, menyederhanakan, dan merangkum data yang telah dikumpulkan agar lebih terfokus pada aspek-aspek penting yang relevan dengan tujuan penelitian. Proses ini membantu dalam mengorganisir data secara sistematis, menghindari informasi yang tidak diperlukan, serta memudahkan dalam penarikan kesimpulan. Data yang direduksi meliputi:

- a. Hasil wawancara: informasi yang diperoleh dari wawancara mendalam dengan pedagang mengenai pemahaman dan penerapan prinsip etika bisnis Islam, seperti kejujuran, keadilan, tanggung jawab.
- b. Hasil observasi: Catatan lapangan mengenai aktivitas pedagang, termasuk interaksi dengan konsumen, cara menentukan harga, dan cara menangani keluhan pelanggan.

2. Penyajian Data

Penyajian data digunakan bertujuan untuk menyusun informasi yang telah direduksi ke dalam bentuk yang lebih terstruktur, seperti tabel, matriks, atau narasi deskriptif. Bentuk penyajian meliputi:

⁹ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 246.

- a. Narasi tematik: Penyusunan informasi berdasarkan tema-tema penelitian, seperti bagaimana pedagang memahami prinsip etika bisnis Islam, tantangan yang dihadapi, dan dampak penerapannya.
- b. Tabel: tabel yang menunjukkan jumlah pedagang yang berjualan dipasar pagi 28 purwosari

3. Pengambilan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dalam penelitian ini dilakukan dengan mengevaluasi temuan yang telah disajikan untuk memastikan validitas serta kesesuaiannya dengan kenyataan di lapangan. Proses ini memungkinkan refleksi dan perbandingan dengan teori atau penelitian sebelumnya, sehingga hasil yang diperoleh lebih sistematis dan objektif. Selain itu, melalui verifikasi berulang, penelitian ini dapat mengidentifikasi pola, hubungan, serta implikasi dari praktik etika bisnis pedagang di Pasar Pagi 28 Purwosari, sehingga memberikan wawasan yang lebih mendalam dalam memahami fenomena yang diteliti.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

1. Sejarah Singkat Pasar Pagi 28 Purwosari

Pasar Pagi 28 Purwosari merupakan salah satu pasar tradisional yang terletak di Kelurahan Purwosari, Kecamatan Metro Utara, Kota Metro, Provinsi Lampung. Pasar ini dikenal sebagai pusat aktivitas ekonomi masyarakat setempat, terutama pada pagi hari. Awalnya, pasar ini merupakan pasar tumpah yang hanya buka pada hari-hari tertentu. Seiring berjalannya waktu dan meningkatnya minat masyarakat terhadap kegiatan jual beli di lokasi tersebut, pasar ini kemudian difasilitasi oleh pemerintah daerah dan dikembangkan menjadi pasar semi permanen.¹

Nama “28” diambil dari merujuk pada kompleks perumahan Bedeng 28, yang merupakan bagian dari sejarah kolonisasi transmigrasi di wilayah tersebut. Kompleks ini dibagi menjadi tiga bagian: 28 Polos, 28A, dan 28B. Pasar ini menjadi titik sentral aktivitas ekonomi dan sosial bagi warga sekitar. Pasar ini ramai dikunjungi oleh warga dari berbagai kalangan, terutama ibu rumah tangga dan pedagang kecil, yang mencari kebutuhan pokok seperti sayur-mayur, daging, ikan, bumbu dapur, hingga pakaian dan barang kebutuhan harian lainnya.²

¹ Sumber Hasil Wawancara dengan Bapak Zaky Pegawai Kelurahan Purwosari, Tanggal 23 April 2025.

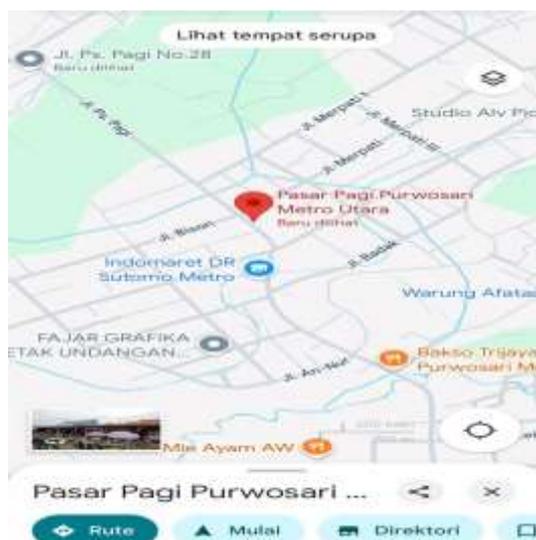
² Sumber Hasil Wawancara dengan Bapak Giyatno Pengelola Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 26 April 2025.

Pasar Pagi 28 Purwosari menjadi tempat yang strategis tidak hanya untuk transaksi ekonomi tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial masyarakat Metro. Pemerintah Kota Metro melalui Dinas Perdagangan dan UMKM turut mendorong revitalisasi pasar ini agar tetap relevan dan mampu bersaing dengan ritel modern, tanpa kehilangan karakter tradisionalnya.

2. Letak Geografis dan Kondisi Pasar

Pasar Pagi 28 Purwosari terletak di Kelurahan Purwosari, Kecamatan Metro Utara, Kota Metro, Provinsi Lampung. Menurut Peraturan Wali Kota Metro Nomor 26 Tahun 2024, Kelurahan Purwosari memiliki batas-batas wilayah sebagai berikut:³

- a. Sebelah Utara : Kelurahan Purwoasri
- b. Sebelah Timur : Kelurahan Karangrejo
- c. Sebelah Selatan : Kelurahan Banjarsari
- d. Sebelah Barat : Kelurahan Banjarsari



Gambar 4.1 Google Maps Pasar Pagi 28 Purwosari

³ Dokumentasi, Profil Pasar Pagi 28 Purwosari

Pasar Pagi 28 Purwosari merupakan pasar tradisional yang beroperasi setiap pagi hingga menjelang siang. Keberadaan pasar ini tidak hanya memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat, tetapi juga menjadi tempat interaksi sosial yang memperkuat hubungan antarwarga. Berikut tampilan Pasar Pagi 28 Purwosari:



Gambar 4.2 Dokumentasi Observasi Peneliti Tanggal 25 April 2025

Pasar ini memiliki ciri khas sebagai pasar tumpah, di mana pedagang menggunakan lapak-lapak sederhana di sepanjang jalan atau area terbuka. Kondisi pasar yang semi permanen ini mencerminkan dinamika ekonomi masyarakat setempat yang bergantung pada aktivitas perdagangan harian dan banyaknya jumlah pedagang serta pembeli bergantung pada cuaca serta hari-hari besar tetapi setiap harinya cukup ramai dan mampu bersaing dengan kondisi pasar permanen yang ada di Kota Metro.

Setiap harinya sangat ramai dikunjungi oleh para konsumen meskipun pasar ini terbilang kecil namun pasar ini beroperasi cukup lengkap sehingga para pedagang yang tidak hanya warga lokal 28 purwosari berdatangan dan menyewa ruko yang lebih besar pastinya. Mereka memiliki modal yang lebih besar di banding dengan pedagang

lokal yang hanya berjualan lesehan di pinggir jalan dengan menjual hasil bumi sehingga sayur-mayur sangat segar dan baru setiap harinya. Namun yang masih kurang pada kondisi pasar yaitu lokasi yang sempit sehingga memadati jalanan dan minimnya lahan parkir sehingga membuat kondisi kendaraan kurang kondusif.⁴

4. Jenis-Jenis Pedagang di Pasar

Pedagang di pasar ini dapat dikategorikan berdasarkan jenis dagangan yang mereka jual, antara lain:⁵

a. Pedagang Komoditas Basah

Pedagang komoditas basah menjual barang-barang seperti ikan segar, daging, ayam, dan hasil laut lainnya. Mereka biasanya beroperasi di area pasar yang memiliki fasilitas sanitasi memadai untuk menjaga kebersihan dan kesegaran produk.

b. Pedagang Komoditas Basah Setengah Basah

Kategori ini mencakup pedagang yang menjual produk seperti sayuran, buah-buahan, dan bahan makanan lainnya yang memerlukan penanganan khusus agar tetap segar, namun tidak memerlukan fasilitas pendingin khusus.

c. Pedagang Komoditas Kering

Pedagang komoditas kering menawarkan barang-barang seperti beras, gula, tepung, rempah-rempah, pupuk dan kebutuhan pokok

⁴ Sumber Hasil Observasi Peneliti pada Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 25 April 2025.

⁵ Sumber Hasil Observasi Peneliti pada Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 25 April 2025.

lainnya yang tidak memerlukan penanganan khusus dalam penyimpanan.

d. Pedagang Pakaian dan Aksesori

Selain kebutuhan pokok, pasar ini juga memiliki pedagang yang menjual pakaian, kain, dan aksesori lainnya. Mereka menyediakan berbagai pilihan busana dengan harga terjangkau bagi masyarakat sekitar.

e. Pedagang Barang Rumah Tangga

Kategori ini mencakup pedagang yang menjual peralatan rumah tangga seperti alat masak, peralatan kebersihan, dan barang-barang plastik lainnya yang dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari.

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Profil Singkat Informan

a. Informan pedagang:

Informan pedagang dipilih berdasarkan variasi usia, pengalaman berdagang, dan jenis dagangan yang dijual. Dalam penelitian ini, sebanyak 14 orang pedagang di Pasar Pagi 28 Purwosari telah diwawancarai untuk menggali informasi terkait aktivitas berdagang serta penerapan etika bisnis Islam yang mencerminkan keberagaman kondisi sosial ekonomi di pasar tersebut.⁶

Beberapa informan merupakan pedagang berusia lanjut, seperti satu orang pedagang berusia 56 tahun, satu orang berusia 53 tahun, dan satu orang lainnya berusia 52 tahun, yang semuanya telah berdagang

⁶ Sumber Hasil Observasi Peneliti pada Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 1 Mei 2025.

lebih dari 15 tahun. Mereka umumnya menjual barang kebutuhan pokok seperti sembako dan hasil bumi segar, dan Pupuk serta memiliki lapak tetap di pasar dan lesehan.

Kemudian terdapat pula dua orang pedagang berusia 51 tahun, dan dua pedagang berusia 47 tahun. Kelompok usia ini umumnya sudah berdagang antara 10 hingga 15 tahun, dengan jenis dagangan yang bervariasi, mulai dari sayuran, pupuk, ayam, hingga perlengkapan rumah tangga. Sebagian besar dari mereka adalah perempuan yang berjualan di area pinggir jalan secara lesehan atau menggunakan tenda sederhana.

Pada rentang usia menengah, terdapat dua orang pedagang berusia 40 tahun dan dua pedagang berusia 36 tahun, yang telah berdagang selama 5 sampai 10 tahun. Mereka cenderung menjual produk seperti snack, kelontong.

Satu orang pedagang lainnya berusia antara 28 tahun hingga 35 tahun, termasuk satu orang berusia 28 tahun, satu orang 30 tahun, Pedagang-pedagang muda ini umumnya memiliki modal lebih kecil dan baru memulai usaha dalam kurun waktu 7 tahun terakhir. Barang dagangan mereka antara lain adalah snack dan pakaian.

Adapun dari segi jenis kelamin, mayoritas pedagang yang diwawancarai adalah perempuan, mencerminkan peran aktif perempuan dalam mendukung ekonomi keluarga melalui perdagangan. Namun, terdapat pula beberapa pedagang laki-laki, terutama pada sektor dagang

yang melibatkan barang berat atau kebutuhan pertanian seperti pupuk dan alat pertanian.

Secara umum para informan menunjukkan semangat berdagang yang tinggi, kedekatan dengan pelanggan, serta kearifan lokal dalam menjalankan usahanya, meskipun dengan sarana prasarana pasar yang masih terbatas.

b. Informan konsumen:

Sebanyak 20 orang konsumen Pasar Pagi 28 Purwosari telah diwawancarai dalam rangka menggali pandangan mereka terhadap praktik perdagangan, khususnya terkait dengan penerapan etika bisnis Islam oleh para pedagang. Informan ini dipilih secara acak dari berbagai latar belakang usia, pekerjaan, dan frekuensi kunjungan ke pasar, sehingga memberikan gambaran menyeluruh mengenai persepsi konsumen di lingkungan pasar tradisional tersebut.⁷

Secara demografis para konsumen yang diwawancarai berasal dari rentang usia yang cukup beragam, mulai dari usia 20-an hingga di atas 60 tahun. Kelompok usia terbanyak berada pada kisaran 35 hingga 50 tahun, yang umumnya merupakan ibu rumah tangga, pekerja swasta, dan pelaku UMKM yang rutin berbelanja untuk keperluan pribadi maupun usaha.

Mayoritas konsumen adalah perempuan, karena aktivitas belanja kebutuhan harian seperti sayur-mayur, bumbu dapur, dan sembako lebih sering dilakukan oleh mereka. Namun terdapat pula beberapa konsumen

⁷ Sumber Hasil Observasi Peneliti pada Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 1 Mei 2025.

laki-laki, khususnya yang membeli barang keperluan usaha seperti bahan makanan dalam jumlah besar, alat pertanian, atau kebutuhan warung. Uraian ini dinyatakan pada petikan wawancara dan dokumentasi berikut:

“Saya beli sayur, buah, bumbu masak, baju, kadang prabot juga karena males mau ke metro.”⁸



Gambar 4.3 Wawancara dengan Umi Hanip konsumen pasar pagi

Frekuensi belanja sebagian besar informan mengaku berbelanja di pasar ini setiap hari atau minimal 2–3 kali dalam seminggu. Mereka memilih Pasar Pagi 28 Purwosari karena faktor harga yang terjangkau, ketersediaan barang segar, serta suasana pasar yang sudah akrab bagi mereka. Beberapa dari mereka merupakan warga sekitar pasar, namun ada juga yang datang dari luar Kelurahan Purwosari karena mempertimbangkan kualitas barang dagangan dan keramahan para

⁸ Umi Hanip, Wawancara langsung, Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 5 Mei 2025.

pedagang. Uraian ini dinyatakan pada petikan wawancara dan dokumentasi berikut:

“Ya, dekat rumah pilihannya banyak, harganya juga lebih miring.”⁹



Gambar 4.4 Wawancara dengan ibu Yuli, Konsumen Pasar Pagi

Jenis barang yang paling sering dibeli oleh konsumen meliputi sayuran segar, buah-buahan, bumbu dapur, jajanan tradisional, sembako, hingga pakaian dan perlengkapan rumah tangga. Sebagian konsumen juga menyatakan bahwa mereka memiliki pedagang langganan karena merasa nyaman, mendapatkan harga yang wajar, dan dilayani dengan sikap jujur serta ramah. Uraian ini dinyatakan pada petikan wawancara dan dokumentasi berikut:

“ Saya tetap belanja dilangganan karena udah percaya.”¹⁰

⁹ Yuli Rahmawati, Wawancara langsung, Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 5 Mei 2025.

¹⁰ Umi Mahmuda, Wawancara langsung, Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 5 Mei 2025.



Gambar 4.5 Wawancara dengan ibu Umi Mahmuda, Konsumen Pasar Pagi

Sebaliknya ada juga konsumen yang berpindah-pindah tempat saat berbelanja dikarenakan melihat kualitas barang dagangan. Uraian ini dinyatakan pada petikan wawancara dan dokumentasi berikut:

“ Tergantung kondisi barang ga selalu tetap.”¹¹



Gambar 4.6 Wawancara dengan Bapak Hermanto, Konsumen Pasar Pagi

Secara umum para konsumen menunjukkan kepedulian terhadap sikap pedagang saat transaksi, dan memiliki harapan agar pedagang

¹¹ Hermanto, Wawancara langsung, Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 5 Mei 2025.

tetap mengutamakan kejujuran, keterbukaan harga, serta tidak menipu dalam timbangan dan kualitas barang. Hal ini menjadi poin penting dalam menilai sejauh mana etika bisnis Islam diterapkan di pasar tradisional tersebut.

2. Bentuk Penerapan Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam tidak hanya tampak dalam sikap keagamaan, tetapi tercermin langsung dalam praktik sehari-hari pedagang di pasar, terutama dalam hal penetapan harga, pelayanan terhadap pembeli, penggunaan timbangan, dan sikap terhadap persaingan. Penjelasan berikut menunjukkan bagaimana prinsip kejujuran (*ṣidq*), tanggung jawab (*amanah*), keseimbangan (*‘adl*), dan kebenaran (*al-ḥaqq*) diterapkan pedagang dalam menentukan harga sesuai jenis dagangannya.

a. Penentuan Harga

Penetapan harga oleh pedagang tidak bersifat acak, tetapi mempertimbangkan biaya modal, harga beli dari distributor, kondisi pasar, dan kondisi sosial pembeli. Hal ini mencerminkan praktik keseimbangan dan keadilan dalam muamalah Islam.

Pedagang Kelontong: Menentukan harga berdasarkan harga beli dari agen/distributor, ditambah biaya transportasi, serta memperhatikan harga pasar agar tetap kompetitif. Rentang keuntungan biasanya tidak terlalu besar, berkisar antara Rp500 hingga Rp2.000 per item, tergantung jenis barang dan permintaan. Berdasarkan hasil wawancara menyatakan:

“Biasanya saya lihat dulu harga dari agen berapa, terus ongkos ambil barang juga diperhitungkan. Kalau terlalu mahal, pembeli nggak mau beli. Jadi kita kasih untung sedikit aja, yang penting laku terus.”¹²

Pedagang Pupuk: Menentukan harga pupuk didasarkan pada harga beli dari distributor dan tambahan biaya seperti ongkos angkut dan upah tenaga kerja. Misalnya, jika pupuk dibeli seharga Rp80.000 per sak, maka akan dijual dengan harga sekitar Rp90.000 hingga Rp100.000 tergantung pada kondisi pasar dan permintaan. Berdasarkan hasil wawancara menyatakan:

“Kita lihat dulu harga ngambil dari gudangnya berapa, terus kita tambahkan ongkos-ongkos. Biasanya kita ambil untung secukupnya aja, yang penting bisa muter modal.”¹³

Pedagang Daging: Menentukan harga berdasarkan harga beli dari distributor dan biaya operasional. Misalnya, jika daging dibeli Rp100.000/kg, maka dijual Rp110.000–Rp120.000 berdasarkan hasil wawancara menyatakan:

“Itu tergantung dari kita pembeliannya modalnya berapa jualnya berapa.”¹⁴

Pedagang Sayuran: Harga sangat fleksibel tergantung kondisi kesegaran. Jika sayur mulai layu, pedagang menurunkan harga dari Rp2.000 menjadi Rp1.000 per ikat. Ini mencerminkan prinsip tanggung jawab dan kejujuran. Berdasarkan hasil wawancara menyatakan:

¹² Wawancara ibu Martini, pedagang kelontong di pasar pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

¹³ Wawancara Bapak Edi Sujoko, Pedagang Pupuk di pasar pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

¹⁴ Wawancara Bapak Hadi, Pedagang Ayam atau Daging di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

“Kalau dagangan mulai layu, saya bilang ke pembeli kalau ini sayur sisa kemarin, jadi saya jual murah aja.”¹⁵

Pedagang Ikan: Harga ditentukan berdasarkan kelangkaan dan kualitas kesegaran. Saat stok menipis dan permintaan tinggi, harga dinaikkan, sebaliknya jika menjelang siang, harga diturunkan. Berdasarkan hasil wawancara menyatakan:

“Lihat situasi pasar, kalau stok langka ya saya naikkan,” ungkap salah satu pedagang.”¹⁶

Pedagang Pakaian: Menyesuaikan harga dengan kualitas bahan dan tren. Barang lama dijual lebih murah, sedangkan barang baru diberi margin keuntungan lebih besar.¹⁷

Pedagang Perabot: Harga ditentukan dari modal beli dan jenis distributor. Berdasarkan hasil wawancara menyatakan:

“Harga jual tergantung harga belinya, umpama modal 5 ribu jual 7 ribu.”¹⁸

Penyesuaian Berdasarkan Kondisi Sosial Pembeli: Pedagang mempertimbangkan daya beli konsumen. Jika pembeli terlihat mampu, harga bisa sedikit dinaikkan, sebaliknya jika terlihat kurang mampu, harga bisa diturunkan. Berdasarkan hasil wawancara menyatakan:

“Biasanya saya lihat-lihat dulu, kalau kelihatan orang mampu ya saya naikin sedikit.”¹⁹

¹⁵ Wawancara Ibu Celsi, Pedagang Sayuran di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

¹⁶ Wawancara Ibu Maryuni, Pedagang Ikan di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

¹⁷ Wawancara Ibu Nina, Pedagang Pakaian di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

¹⁸ Wawancara Bapak Edi, Pedagang Perabot di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

¹⁹ Wawancara Bapak Rudi, Pedagang Perabot di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

Pedagang snack: menetapkan harga jual dengan mempertimbangkan harga beli dari produsen atau distributor, masa kedaluwarsa produk, dan daya beli konsumen sekitar. Umumnya mereka mengambil keuntungan yang moderat agar produk cepat terjual dan tidak kedaluwarsa. Berdasarkan hasil wawancara menyatakan:

“Saya nggak ambil untung banyak, paling Rp500 sampai Rp1.000 per bungkus. Soalnya kalau mahal nanti nggak laku, apalagi kalau snack-nya cepat expired.”²⁰



Gambar 4.7. Wawancara dengan Bapak Adi Pedagang Kelontong

Praktik penetapan harga mencerminkan prinsip Islam yang adil dan berimbang, sesuai teori Bab II, bahwa perdagangan dalam Islam harus dilakukan dengan kejujuran, memperhatikan keseimbangan antara keuntungan dan manfaat, serta tanggung jawab terhadap konsumen. Temuan di lapangan menunjukkan bahwa pedagang di Pasar Pagi 28 Purwosari telah menerapkan sebagian besar prinsip ini secara nyata dalam penentuan harga. Meskipun tidak semua pedagang memahami teori secara eksplisit, praktik mereka sejalan dengan nilai-

²⁰ Wawancara Ibu Siti, Pedagang Snack di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

nilai Islam yang diajarkan dalam teori. Penyesuaian harga terhadap daya beli konsumen, pengakuan kondisi barang, serta penghindaran laba berlebih membuktikan bahwa etika Islam masih menjadi rujukan moral dalam aktivitas ekonomi mereka, meski tidak secara formal.

b. Berkaitan dengan Penyampaian kondisi barang

Penyampaian kondisi barang oleh pedagang di Pasar Pagi 28 Purwosari merupakan salah satu bentuk implementasi prinsip kejujuran (*ṣidq*) dan tanggung jawab (*amanah*) dalam etika bisnis Islam. Pedagang yang menerapkan prinsip ini akan memberitahukan secara terbuka kondisi barang dagangan kepada pembeli, baik dari segi kesegaran, kualitas, maupun masa simpan produk. Praktik ini tidak hanya menjaga kepercayaan konsumen, tetapi juga mencerminkan kepatuhan terhadap ajaran Islam yang melarang penipuan (*gharar*).

Pedagang Sayuran: Jika sayur mulai layu atau merupakan sisa dagangan sebelumnya, pedagang akan menurunkan harga dan memberi tahu pembeli secara langsung. Berdasarkan hasil wawancara menyatakan:

“Kalau dagangan mulai layu, saya bilang ke pembeli kalau ini sayur sisa kemarin, jadi saya jual murah aja.”²¹

Pedagang Daging: Beberapa pedagang menyampaikan secara langsung jika daging sudah disimpan lebih dari satu hari atau telah mengalami penurunan kualitas. Namun, ditemukan juga pedagang

²¹ Wawancara Ibu Lina Wati, Pedagang Sayuran di di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

yang tetap mencampurkan daging lama dengan yang baru agar terlihat segar.²²

Pedagang Pupuk: Sebagian besar pedagang pupuk menjaga kualitas barang dengan menyimpannya di tempat yang tertutup dan tidak lembab, agar pupuk tidak menggumpal atau rusak. Namun, ditemukan juga pedagang yang tetap menjual pupuk yang mulai menggumpal akibat penyimpanan yang kurang optimal. Mereka biasanya tidak menyampaikan kondisi tersebut secara langsung kepada pembeli. Salah satu pedagang menyampaikan:

“Kadang kalau pupuknya udah agak menggumpal, masih saya jual. Soalnya kalau dibilang rusak, enggak juga, masih bisa dipakai. Tapi memang nggak semua pembeli saya kasih tahu, kecuali kalau ditanya.”²³

Pedagang Kelontong: Pedagang kelontong pada umumnya rutin memeriksa masa kedaluwarsa produk, terutama makanan dan minuman kemasan. Namun, masih dijumpai praktik menjual barang yang mendekati atau bahkan melewati tanggal kedaluwarsa dengan harga lebih murah, tanpa memberikan informasi secara jelas kepada konsumen. Seorang pedagang mengatakan:

“Kalau barangnya udah mau expired tapi masih bagus, saya turunkan harganya. Biasanya orang juga tetap mau beli. Nggak semua saya kasih tahu sih, soalnya kelihatan kok tanggalnya kalau mereka cek.”²⁴

²² Wawancara Ibu Zumiyarti, Pedagang Daging di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

²³ Wawancara Ibu Lastri, Pedagang Pupuk di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

²⁴ Wawancara Bapak Adi, Pedagang Kelontong di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

Pedagang Pakaian dan Perabot: Barang diskon atau sisa stok lama biasanya dijelaskan kondisinya agar pembeli tidak merasa tertipu. Praktik ini mencerminkan transparansi dan kejujuran dalam bertransaksi.²⁵

Pedagang Snack: secara terbuka menyampaikan kondisi barang kepada pembeli, terutama jika produk mendekati tanggal kedaluwarsa atau jika terdapat cacat kemasan. Hal ini mencerminkan prinsip kejujuran (sidq) dan tanggung jawab (amanah) dalam etika bisnis Islam. Mereka tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga menjaga kepercayaan konsumen agar tetap loyal dan merasa aman saat bertransaksi. Berdasarkan hasil wawancara menyatakan:

“Ya kalau kita tahu kita beri tahu kalo misalnya ga tau pembeli komplin kita terima dengan baik.”²⁶



Gambar 4.8 Wawancara dengan Bapak Bayu Pedagang Hasil Bumi

²⁵ Wawancara Ibu Rina dan Rudi, Pedagang Pakaian dan Perabot di di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

²⁶ Wawancara Ibu Erna, Pedagang Snack di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

Penyampaian kondisi barang yang jujur tidak hanya mencegah kerugian di pihak konsumen, tetapi juga menjadi nilai lebih bagi pedagang karena dapat meningkatkan loyalitas dan kepercayaan pelanggan. Dalam teori etika bisnis Islam, transparansi dalam informasi merupakan bagian dari prinsip kebenaran (al-ḥaqq) dan kejujuran (ṣidq) yang wajib ditegakkan dalam setiap aktivitas muamalah.

c. Berkaitan dengan pengambilan keuntungan.

Pengambilan keuntungan oleh pedagang di Pasar Pagi 28 Purwosari tidak dilakukan secara serampangan atau berlebihan, melainkan disesuaikan dengan modal, kondisi barang, serta kondisi pasar. Hal ini mencerminkan prinsip keadilan ('adl) dan keberkahan dalam mencari rezeki, sebagaimana diajarkan dalam etika bisnis Islam.

Pedagang Daging: Pedagang daging menetapkan margin keuntungan berdasarkan modal dan biaya operasional, namun tetap mempertimbangkan harga pasaran agar tidak terlalu tinggi. Berdasarkan hasil wawancara menyatakan:

“Saya ambil untung secukupnya, biasanya Rp10.000–Rp20.000 per kilo, tergantung modal dan kondisi pasar.”²⁷

Pedagang Sayuran: Keuntungan yang diambil pedagang sayuran biasanya kecil, karena sayur mudah layu dan cepat basi. Oleh

²⁷ Wawancara Ibu Maryuni, Pedagang Daging di di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

karena itu, mereka lebih fokus pada perputaran barang agar tidak merugi. Berdasarkan hasil wawancara menyatakan:

“Kalau sayur cepat layu, ya dijual aja meskipun untungnya sedikit, yang penting nggak rugi,”²⁸

Pedagang Kelontong: Pedagang kelontong umumnya mengambil keuntungan dalam jumlah sedang hingga kecil, tergantung pada jenis barang. Untuk barang kebutuhan pokok seperti gula, minyak, dan beras, mereka cenderung mengambil margin tipis agar tetap kompetitif dan menarik pembeli. Fokus mereka lebih pada kuantitas penjualan daripada keuntungan per item. Salah satu pedagang mengatakan:

“Ambil untungnya nggak banyak, yang penting barang muter terus. Kalau terlalu mahal nanti orang nggak mau beli di sini.”²⁹

Pedagang Ikan: Pedagang ikan mengambil keuntungan berdasarkan kelangkaan stok dan kualitas kesegaran. Mereka bisa mengambil margin lebih tinggi saat ikan segar dan langka, tetapi juga rela menurunkan harga menjelang siang agar tidak rugi. Berdasarkan hasil wawancara menyatakan:

“Kalau ikannya bagus dan baru, saya ambil untung agak banyak, tapi kalau udah siang dan sepi, ya turunin harga aja,”³⁰

²⁸ Wawancara Pak Bayu Pedagang Sayuran di di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

²⁹ Wawancara Ibu Martini, Pedagang Kelontong di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

³⁰ Wawancara Bapak Hadi Pedagang Ikan di di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

Pedagang Pakaian: Pengambilan keuntungan disesuaikan dengan tren dan musim. Barang baru diberi margin lebih besar, sementara stok lama dijual murah untuk menghindari penumpukan. Berdasarkan hasil wawancara menyatakan:

“Kalau barang baru dan lagi musim, bisa ambil untung dua kali lipat, tapi kalau stok lama saya obral aja.”³¹

Pedagang Perabot: Keuntungan diambil berdasarkan jenis barang dan modal awal. Barang-barang besar atau modal tinggi biasanya diberi margin keuntungan yang lebih kecil untuk menarik pembeli. Berdasarkan hasil wawancara menyatakan:

“Biasanya saya ambil untung Rp2.000–Rp3.000 tergantung barangnya, kalau besar malah tipis marginnnya biar cepat laku.”³²

Pedagang Pupuk: Pedagang pupuk mengambil keuntungan secara moderat, dengan mempertimbangkan jenis pupuk (organik atau kimia), ukuran kemasan, dan harga distributor. Mereka juga mempertimbangkan musim tanam karena permintaan meningkat.

“Kalau pas musim tanam saya ambil untung sedikit aja, soalnya pembeli banyak. Tapi kalau sepi, untungnya bisa dinaikkan sedikit, asal masih wajar.”³³

Pedagang Snack: menetapkan keuntungan secara moderat, dengan mempertimbangkan harga beli dari produsen atau distributor, masa kedaluwarsa produk, dan daya beli konsumen sekitar. Produk

³¹ Wawancara Ibu Nina Pedagang Pakaian di di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

³² Wawancara Bapak Edi Setiawan Pedagang Perabot di di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

³³ Wawancara Bapak Edi Sujoko Pedagang Pupuk di di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

snack memiliki perputaran cepat, tetapi juga memiliki risiko kedaluwarsa yang tinggi, sehingga pedagang lebih memilih mengambil untung sedikit namun barang cepat laku. Berdasarkan hasil wawancara menyatakan:

“Saya nggak ambil untung banyak, paling Rp500 sampai Rp1.000 per bungkus. Soalnya kalau mahal nanti nggak laku, apalagi kalau snack-nya cepat expired.”³⁴



Gambar 4.9 Wawancara dengan ibu Maryumi dan ibu Zumartini pedagang Ayam dan Daging

Strategi pengambilan keuntungan oleh para pedagang mencerminkan nilai-nilai etika Islam yang mengedepankan kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab terhadap konsumen. Ini sesuai dengan teori dalam Bab II, bahwa bisnis yang berkah tidak hanya mengejar laba, tetapi juga memperhatikan manfaat dan keberkahan dalam setiap transaksi.

d. Berkaitan Dengan Tanggapan Terhadap Keluhan Konsumen

Tanggapan pedagang terhadap keluhan konsumen di Pasar Pagi 28 Purwosari secara umum menunjukkan sikap tanggung jawab dan

³⁴ Wawancara Ibu Siti, Pedagang Snack di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

pelayanan yang baik. Pedagang berusaha menerima masukan dengan lapang dada, memperbaiki kesalahan, dan menjaga hubungan baik dengan pembeli. Hal ini mencerminkan prinsip amanah dan ihsan (berbuat baik) dalam etika bisnis Islam.

Pedagang Kelontong: Keluhan dari pembeli umumnya muncul terkait barang yang rusak, seperti kemasan bocor, makanan kedaluwarsa, atau minuman yang berubah rasa. Pedagang kelontong sebagian bersedia menerima pengembalian atau penukaran barang, terutama jika kesalahan berasal dari pihak toko atau distributor. Namun, beberapa pedagang juga cenderung berhati-hati karena risiko kerugian. Salah satu pedagang menyatakan:

“Kalau ada yang rusak dari sananya atau salah kasih barang, biasanya saya ganti. Tapi kalau udah dibuka dan dipakai, susah juga. Selama masih wajar, saya bantu.”³⁵

Pedagang Daging: Pedagang daging umumnya bersikap terbuka jika ada keluhan terkait kualitas atau potongan daging. Mereka tidak langsung membantah, tetapi menawarkan solusi seperti penggantian atau potongan harga. Berdasarkan hasil wawancara menyatakan:

“Kalau dagingnya dikomplain alot atau amis, saya tawari ganti atau kasih potongan, yang penting pembeli puas,”³⁶

Pedagang Sayuran: Keluhan terkait sayur yang layu atau tidak segar ditanggapi dengan kerelaan untuk mengganti atau menukar

³⁵ Wawancara Bapak Adi, Pedagang Kelontong di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

³⁶ Wawancara Bapak Hadi Pedagang Daging di di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

dengan ikatan yang lebih baik. Berdasarkan hasil wawancara menyatakan:

“Kalau ada yang protes karena sayurnya jelek, ya saya tukar aja sama yang masih bagus, biar mereka nggak kecewa.”³⁷

Pedagang Pakaian: Keluhan biasanya muncul terkait ukuran atau jahitan. Pedagang pakaian biasanya bersedia menukar barang selama belum dipakai dan tidak rusak. Berdasarkan hasil wawancara menyatakan:

“Kalau ukurannya salah atau nggak muat, asal belum dipakai, boleh ditukar, saya usahakan bantu.”³⁸

Pedagang Perabot: Keluhan yang sering muncul berupa cacat ringan atau kerusakan barang. Pedagang akan mengecek kondisi dan jika memungkinkan mengganti dengan barang baru. Berdasarkan hasil wawancara menyatakan:

“Kalau ada yang pecah atau rusak, biasanya saya ganti, apalagi kalau baru beli, jangan sampai kecewa.”³⁹

Pedagang Pupuk: Keluhan terhadap pupuk biasanya berupa ketidaksesuaian jenis atau kualitas tidak sesuai harapan. Pedagang bersedia menjelaskan ulang cara penggunaan atau menukar produk bila memungkinkan. Berdasarkan hasil wawancara menyatakan: “Kalau salah ambil pupuk atau nggak cocok, saya tukar atau kasih solusi, kadang orang nggak ngerti fungsinya.”⁴⁰

³⁷ Wawancara Ibu Lina Wati Pedagang Sayuran di di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

³⁸ Wawancara Ibu Nina Pedagang Pakaian di di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

³⁹ Wawancara Bapak Rudi Pedagang Perabot di di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

⁴⁰ Wawancara Edi Sujoko Pedagang Pupuk di di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

Pedagang Snack: Keluhan terhadap snack umumnya berkaitan dengan rasa yang kurang sesuai, kemasan rusak, atau produk yang mendekati atau melewati tanggal kedaluwarsa. Pedagang biasanya menerima keluhan dengan terbuka dan bersedia mengganti barang jika memang terbukti bermasalah. Mereka juga memberikan penjelasan kepada konsumen agar lebih berhati-hati dalam memilih produk. Berdasarkan hasil wawancara menyatakan:

“Kalau pembeli komplain snack-nya nggak enak atau kemasannya rusak, biasanya saya tukar atau ganti dengan yang lain. Kita jelaskan juga, kadang mereka nggak lihat tanggal expired-nya.”⁴¹



Gambar 4.10 Wawancara dengan Bapak Edi Sujoko Pedagang Pestisida dan Fertilizer

Tanggapan pedagang terhadap keluhan konsumen mencerminkan nilai-nilai Islam dalam bertransaksi, seperti, tanggung jawab, kesabaran, dan berbuat baik. Hal ini sejalan dengan teori dalam Bab II bahwa seorang pedagang Muslim harus menjaga kepuasan konsumen dengan akhlak mulia dan pelayanan yang baik, karena

⁴¹ Wawancara Ibu Erna, Pedagang Snack di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

kepuasan konsumen juga merupakan bentuk muamalah yang diridhai Allah.

e. Berkaitan Dengan Tanggung Jawab Terhadap Kualitas Barang

Tanggung jawab terhadap kualitas barang menjadi perhatian utama pedagang di Pasar Pagi 28 Purwosari. Mereka tidak hanya fokus menjual, tetapi juga memastikan barang yang ditawarkan layak, sesuai standar, dan tidak merugikan pembeli. Prinsip ini mencerminkan nilai amanah, kejujuran dan tanggung jawab dalam etika bisnis Islam.

Pedagang Daging: Pedagang daging memastikan daging yang dijual masih segar, disimpan dengan es dan dalam kondisi bersih. Jika daging sudah tidak layak, mereka memilih tidak menjualnya. Berdasarkan hasil wawancara menyatakan:

“Kalau dagingnya udah bau atau warnanya nggak bagus, saya nggak berani jual, biar nggak rugi orang.”⁴²

Pedagang Sayuran: Kualitas sayuran menjadi perhatian penting. Jika kondisi sayur mulai layu atau tidak segar, pedagang akan menginformasikan kepada pembeli, bahkan menjualnya dengan harga lebih murah. Berdasarkan hasil wawancara menyatakan:

“Kalau sayur sisa kemarin, saya bilang terus terang, dan saya jual murah aja.”⁴³

Pedagang Kelontong: Kualitas barang dagangan seperti makanan kemasan, minuman, dan kebutuhan sehari-hari menjadi perhatian bagi pedagang kelontong. Mereka biasanya rutin memeriksa

⁴² Wawancara Bapak Hadi Pedagang Daging di di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

⁴³ Wawancara Ibu Lina Pedagang Sayuran di di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

kondisi barang, terutama tanggal kedaluwarsa dan kemasan. Jika ditemukan barang yang mendekati masa kedaluwarsa atau kemasannya sedikit rusak, pedagang akan memberitahu pembeli atau menjualnya dengan harga lebih murah. Salah satu pedagang menyatakan:

“Kalau barangnya udah deket expired atau bungkusnya penyok, saya kasih tahu pembeli. Biasanya saya jual lebih murah, yang penting mereka tahu kondisinya.”⁴⁴

Pedagang Ikan: Karena ikan mudah rusak, pedagang menjaga kesegaran dengan es batu dan tidak menjual ikan yang sudah tidak layak konsumsi. Berdasarkan hasil wawancara menyatakan:

“Saya jaga ikannya tetap segar, dikasih es. Kalau udah busuk ya dibuang aja, takut merugikan pembeli.”⁴⁵

Pedagang Pakaian: Pedagang pakaian memeriksa kondisi jahitan, kancing, dan bahan sebelum dijual. Mereka juga memberi tahu pembeli jika ada cacat kecil atau barang dengan harga diskon karena kualitas tertentu. Berdasarkan hasil wawancara menyatakan:

“Kalau ada noda atau cacat sedikit, saya kasih tahu dan jual lebih murah. Jangan sampai pembeli merasa tertipu.”⁴⁶

Pedagang Perabot: Pedagang selalu mengecek barang pecah belah dan kualitas plastik sebelum dijual. Barang yang retak atau lecet biasanya disingkirkan atau dijual dengan diskon. Berdasarkan hasil wawancara menyatakan:

“Saya cek dulu sebelum dijual, takutnya pecah atau ada goresan. Kalau rusak, ya saya kasih tahu dari awal.”⁴⁷

⁴⁴ Wawancara Ibu Martini, Pedagang Kelontong di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

⁴⁵ Wawancara Ibu Maryuni Pedagang Ikan di di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

⁴⁶ Wawancara Ibu Nina Pedagang Pakaian di di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

Pedagang Pupuk: Pedagang pupuk bertanggung jawab memberikan produk asli dan berkualitas. Mereka juga menjelaskan perbedaan pupuk organik dan kimia kepada pembeli agar tidak salah pakai. Berdasarkan hasil wawancara menyatakan:

“Saya nggak berani jual pupuk oplosan. Harus asli, dan saya kasih tahu cara pakainya, biar tanaman nggak rusak.”⁴⁸

Pedagang Snack: bertanggung jawab terhadap kualitas produk yang dijual, terutama terkait masa kedaluwarsa, kondisi kemasan, dan rasa. Sebelum ditata di lapak, mereka biasanya memeriksa tanggal expired dan memastikan kemasan dalam kondisi baik. Jika ditemukan produk yang hampir kedaluwarsa atau kemasan rusak, maka produk tersebut dijual lebih murah atau tidak dipajang sama sekali. Berdasarkan hasil wawancara menyatakan: “Saya cek dulu tiap pagi sebelum buka stiknya, mana yang udah ga layak saya singkirin.”⁴⁹



Gambar 4.11 Wawancara dengan ibu Erna pedagang snack

⁴⁷ Wawancara Bapak Rudi Pedagang Perabot di di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

⁴⁸ Wawancara Ibu Lastri Pedagang Pupuk di di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

⁴⁹ Wawancara Ibu Siti, Pedagang Snack di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

Pedagang menunjukkan sikap tanggung jawab terhadap kualitas barang yang dijual, yang merupakan bagian dari amanah seorang pelaku bisnis Muslim. Ini sesuai dengan teori dalam Bab II bahwa dalam Islam, barang yang dijual harus jelas kualitasnya, tidak boleh ada penipuan (gharar), dan harus memberi manfaat tanpa merugikan pihak lain. Menjaga kualitas adalah bentuk ibadah dan komitmen moral dalam bermuamalah.

f. Berkaitan Dengan Upaya Menjaga Keakuratan Timbangan

Menjaga keakuratan timbangan merupakan salah satu aspek penting dalam etika bisnis Islam. Di Pasar Pagi 28 Purwosari, sebagian besar pedagang menunjukkan kesadaran akan pentingnya menimbang secara jujur. Hal ini mencerminkan nilai kejujuran, keadilan, dan larangan penipuan sebagaimana diajarkan dalam Al-Qur'an, khususnya dalam surah Al-Muṭaffifīn.

Pedagang Kelontong: Sebagian besar pedagang kelontong menggunakan timbangan manual atau digital untuk produk yang dijual dalam satuan berat, seperti gula, beras, atau tepung. Mereka berupaya menjaga keakuratan timbangan agar tidak merugikan pembeli. Jika ada pembeli yang merasa ragu, pedagang bersedia menimbang ulang sebagai bentuk transparansi. Salah satu pedagang menyatakan:

“Saya pakai timbangan biasa, tapi sering dicek ulang. Kalau ada yang minta timbang ulang, ya saya timbang lagi, biar sama-sama yakin.”⁵⁰

⁵⁰ Wawancara Bapak Adi, Pedagang Kelontong di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

Pedagang Daging: Pedagang daging menggunakan timbangan digital dan rutin memastikannya dalam kondisi baik. Jika ada keraguan dari pembeli, mereka tidak keberatan menimbang ulang. Berdasarkan hasil wawancara menyatakan:

“Timbangan saya digital, biar akurat. Kalau pembeli ragu, saya timbang ulang, nggak masalah.”⁵¹

Pedagang Sayuran: Sebagian besar pedagang sayur menggunakan timbangan manual, namun mereka tetap menjaga kejujuran dengan menimbang di depan pembeli dan memberikan lebih jika sayur mulai layu. Berdasarkan hasil wawancara menyatakan:

“Kadang saya tambahin dikit, biar nggak dikira kurang. Kalau sayur udah nggak segar, saya kasih bonus aja.”⁵²

Pedagang Ikan: Untuk ikan yang dijual dalam jumlah kiloan, pedagang memastikan timbangan dalam kondisi baik dan sering ditera ulang. Mereka juga memberi potongan jika ikan kurang dari berat yang seharusnya. Berdasarkan hasil wawancara menyatakan:

“Kalau kurang timbangannya, biasanya saya tambahin atau potong harga, biar pembeli puas.”⁵³

Pedagang Perabot: Sebagian barang dijual dalam bentuk kiloan (seperti plastik kiloan), sehingga pedagang tetap menggunakan timbangan dan berusaha akurat, serta terbuka jika ada keluhan. Berdasarkan hasil wawancara menyatakan:

“Kalau plastik kiloan, saya timbang di depan pembeli. Takutnya mereka curiga, jadi lebih baik transparan.”⁵⁴

⁵¹ Wawancara Ibu Maryuni Pedagang Daging di di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

⁵² Wawancara Ibu Lina Pedagang Sayuran di di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

⁵³ Wawancara Bapak Hadi Pedagang Ikan di di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

Pedagang Pupuk; Pupuk, terutama yang dijual eceran atau kiloan, ditimbang dengan hati-hati. Pedagang juga menggunakan takaran standar dan menimbang di hadapan pembeli agar tidak menimbulkan kecurigaan. Berdasarkan hasil wawancara menyatakan:

“Biasanya saya timbang langsung di depan mereka. Kalau ada yang minta ditambahin dikit, ya saya kasih, biar nggak kecewa.”⁵⁵

Pedagang Snack: Meskipun snack umumnya dijual dalam kemasan pabrikan, beberapa pedagang juga menjual secara eceran atau dalam jumlah besar yang ditakar ulang. Dalam hal ini, pedagang berupaya menjaga takaran dan memastikan barang dalam kondisi baik. Mereka biasanya menimbang snack secara langsung di hadapan pembeli dan bersikap fleksibel jika ada permintaan tambahan kecil, agar pembeli merasa puas. Berdasarkan hasil wawancara, seorang pedagang menyatakan:

“Kalau ditimbang kiloan, saya timbang langsung di depan pembeli. Kadang saya lebihin sedikit biar pembeli senang dan nggak ngerasa dirugikan.”⁵⁶



Gambar 4.12 Wawancara dengan ibu Nina pedagang baju

⁵⁴ Wawancara Bapak Rudi Pedagang Perabot di di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

⁵⁵ Wawancara Ibu Nina Pedagang Pakaian di di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

⁵⁶ Wawancara Ibu Erna, Pedagang Snack di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

Upaya pedagang dalam menjaga keakuratan timbangan menunjukkan implementasi nilai-nilai Islam yang menekankan kejujuran dalam takaran dan timbangan. Sesuai dengan teori dalam Bab II, Islam sangat menentang praktik curang dalam takaran, sebagaimana firman Allah dalam QS. Al-Muṭaffifin:1–3 yang mengecam orang-orang yang mengurangi timbangan. Kejujuran dalam menimbang adalah wujud nyata dari bisnis yang berkah dan bertanggung jawab.

g. Berkaitan Dengan Sikap Terhadap Barang Yang Tidak Layak Dijual

Menjual barang yang cacat, rusak, atau tidak layak tanpa penjelasan kepada pembeli termasuk dalam bentuk penipuan (*tadlīs*) yang dilarang. Di Pasar Pagi 28 Purwosari, sebagian besar pedagang menunjukkan sikap bertanggung jawab dengan tidak menjual barang yang sudah tidak layak atau dengan memberikan penjelasan jujur kepada konsumen. Ini mencerminkan nilai amanah, kejujuran dan transparansi dalam muamalah.

Pedagang Daging: Pedagang daging menolak menjual daging yang sudah tidak segar, terlihat dari warna atau bau yang menyengat. Mereka lebih memilih untuk membuang atau memrosesnya sendiri daripada menjual kepada pembeli. Berdasarkan hasil wawancara menyatakan:

“Kalau udah nggak bagus, warnanya pucat atau bau, saya nggak jual. Nggak enak kalau sampai pembeli kecewa.”⁵⁷

⁵⁷ Wawancara Ibu Maryuni Pedagang Daging di di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

Pedagang Sayuran: Sayur yang sudah layu atau sisa hari sebelumnya tetap dijual, tetapi dengan harga lebih murah dan disertai penjelasan kepada pembeli mengenai kondisinya. Berdasarkan hasil wawancara menyatakan;

“Kalau sayur udah sisa kemarin, saya kasih tahu. Biasanya dijual murah, pembeli juga ngerti.”⁵⁸

Pedagang Ikan: Ikan yang mulai tidak segar tidak dijual dengan harga normal. Pedagang biasanya menjual dengan harga lebih rendah atau memberikan kepada pembeli tetap yang sudah tahu kualitasnya. Berdasarkan hasil wawancara menyatakan:

“Kalau udah nggak segar, saya bilang terus terang. Saya jual murah atau nggak dijual sama sekali.”⁵⁹

Pedagang Pakaian: Pakaian yang memiliki cacat seperti sobek kecil, noda, atau jahitan tidak rapi biasanya dijual dalam bentuk obral, dan pedagang akan memberi tahu cacatnya sejak awal. Berdasarkan hasil wawancara menyatakan:

“Kalau ada noda atau sobek, saya kasih tahu. Jadi mereka beli dengan sadar, bukan tertipu.”⁶⁰

Pedagang Perabot: Barang pecah belah yang cacat ringan seperti retak atau gores biasa dijual dengan harga diskon, disertai penjelasan bahwa barang tersebut tidak dalam kondisi sempurna. Berdasarkan hasil wawancara menyatakan:

⁵⁸ Wawancara Ibu Lina Pedagang Sayuran di di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

⁵⁹ Wawancara Bapak Hadi Pedagang Ikan di di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

⁶⁰ Wawancara Ibu Nina Pedagang Pakaian di di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

“Kalau ada cacat saya jual murah dan saya bilang dari awal, jangan sampai mereka salah sangka.”⁶¹

Pedagang Kelontong: Barang dagangan yang mengalami kerusakan ringan, seperti kemasan penyok, sobek, atau label pudar, biasanya dijual dengan harga lebih murah. Pedagang kelontong umumnya menjelaskan terlebih dahulu kepada pembeli bahwa kondisi barang tidak sempurna, agar tidak menimbulkan kesalahpahaman. Salah satu pedagang menyampaikan:

“Kalau kemasan rusak tapi isinya masih bagus, saya jual lebih murah. Tapi saya kasih tahu dulu ke pembeli, biar mereka nggak salah paham.”⁶²

Pedagang Pupuk: Pupuk yang menggumpal, kadaluarsa, atau tercampur biasanya tidak dijual. Jika tetap dijual, pedagang memberi tahu konsumen secara jujur tentang kondisinya. Berdasarkan hasil wawancara menyatakan:

“Kalau pupuknya udah nggak bagus, saya nggak jual. Tapi kalau masih bisa dipakai, saya kasih tahu kekurangannya dulu.”⁶³

Pedagang Snack: Snack yang sudah melewati tanggal kedaluwarsa, kemasannya rusak, atau rasanya berubah umumnya tidak dijual oleh pedagang. Namun, jika snack masih dalam batas layak konsumsi, pedagang akan memberi tahu konsumen terlebih dahulu

⁶¹ Wawancara Bapak Rudi Pedagang Perabot di di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

⁶² Wawancara Bapak Adi, Pedagang Kelontong di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

⁶³ Wawancara Ibu Latri Pedagang Pupuk di di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

tentang kekurangan produk tersebut dan biasanya menjualnya dengan harga lebih murah. Berdasarkan hasil wawancara menyatakan:

“Kalau snack-nya udah expired atau rasanya berubah, saya nggak jual. Tapi kalau masih bisa dimakan dan tinggal beberapa hari lagi expired, saya kasih tahu dulu, biar pembeli tahu dan nggak salah paham.”⁶⁴



Gambar 4.13 Wawancara dengan bapak Rudi pedagang pecah belah

Sikap pedagang terhadap barang yang tidak layak jual menunjukkan penerapan prinsip kejujuran, tanggung jawab, dan larangan penipuan dalam perdagangan sebagaimana diatur dalam ajaran Islam. Ini selaras dengan teori pada Bab II, bahwa dalam Islam dilarang keras menjual barang yang cacat tanpa memberitahukan cacat tersebut kepada pembeli, sebagaimana hadis Nabi SAW: “Barang siapa menipu, maka ia bukan dari golongan kami.” (HR. Muslim). Maka, menjelaskan kondisi barang dengan jujur adalah bagian dari akhlak pedagang yang amanah dan berorientasi pada keberkahan, bukan semata-mata keuntungan.

⁶⁴ Wawancara Ibu Siti, Pedagang Snack di Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 3 Mei 2025.

C. Temuan Penelitian

1. Prinsip Kesatuan (Tauhid)

Prinsip ini mengajarkan bahwa aktivitas bisnis merupakan bagian dari ibadah yang harus mencerminkan ketundukan kepada Allah SWT. Dalam praktiknya, hanya sebagian pedagang yang memahami bahwa berdagang merupakan bentuk ibadah. Hasil wawancara menunjukkan bahwa hanya 5 dari 14 pedagang yang secara konsisten menjunjung nilai kejujuran dan menghindari praktik curang dalam berdagang. Mereka menyadari bahwa mencari keuntungan duniawi harus tetap dalam batasan syariat. Sebaliknya, pedagang lain cenderung mengutamakan keuntungan, bahkan dengan cara yang menyimpang seperti menutupi cacat barang atau menaikkan harga secara tidak wajar. Hal ini menunjukkan belum menyatunya niat ibadah dalam kegiatan bisnis mereka.

Analisis Peneliti: Kurangnya pemahaman terhadap nilai spiritual dalam berdagang menjadi faktor utama mengapa hanya sedikit pedagang yang jujur. Etika bisnis belum dianggap sebagai bagian dari penghambaan kepada Allah, melainkan hanya sebagai strategi dagang semata. Bagi pedagang yang sudah menjadikan bisnis sebagai ibadah, mereka tampak lebih konsisten menjaga kejujuran dan keberkahan. Sebaliknya, bagi yang hanya menjadikan bisnis sebagai alat mencari keuntungan semata, mudah tergoda untuk melakukan manipulasi. Hal ini menunjukkan pentingnya membangun kesadaran tauhid dalam bisnis agar tidak terjebak dalam praktik curang yang merusak nilai-nilai Islam.

2. Prinsip Keseimbangan

Prinsip ini menekankan keadilan dalam transaksi dan perlakuan terhadap konsumen. Sebagian pedagang menjaga keadilan dalam penetapan harga dan keakuratan timbangan. Namun masih ditemukan pedagang yang mengurangi takaran atau menaikkan harga secara tidak adil, terutama saat permintaan tinggi. Sesuai QS. Al-Muthaffifin ayat 1–3, tindakan mengurangi takaran dan timbangan termasuk dalam praktik yang tercela. Pedagang yang adil biasanya menunjukkan sikap terbuka dan tidak keberatan menimbang ulang barang jika diminta oleh pembeli.

Analisis Peneliti: Menilai bahwa tekanan persaingan dan rendahnya pengawasan membuat beberapa pedagang merasa wajar melakukan praktik tidak adil. Mereka menganggapnya sebagai bagian dari strategi bertahan di tengah pasar yang kompetitif. Padahal, dalam Islam, adil tidak hanya berarti tidak merugikan orang lain, tetapi juga mencerminkan integritas dan takut kepada Allah. Ketika seorang pedagang berlaku adil, maka dia telah menjaga hak-hak konsumen sekaligus memperkuat hubungan sosial yang sehat. Praktik ketidakadilan yang terus dibiarkan akan merusak struktur sosial pasar dan menciptakan ketidakpercayaan dalam jangka panjang.

3. Prinsip Kehendak Bebas

Islam memberi kebebasan dalam berbisnis, namun tetap dalam batas syariah. Di lapangan, ditemukan bahwa sebagian besar pedagang mengambil keputusan sendiri dalam menetapkan harga, memilih barang

dagangan, serta cara melayani konsumen. Namun, dalam beberapa kasus, kebebasan ini disalahgunakan untuk menjual barang tidak layak tanpa penjelasan yang jujur. Contohnya, seorang pedagang buah mengakui tetap menjual buah busuk karena “*yang penting dagangan laku*”, tanpa memperingatkan pembeli terlebih dahulu.

Analisis Peneliti: Saya melihat bahwa kebebasan yang diberikan dalam Islam seharusnya digunakan untuk memilih jalan yang halal, bukan justru membenarkan tindakan tidak etis. Kurangnya kontrol diri dan lemahnya pemahaman agama menyebabkan kebebasan ini disalahgunakan. Kebebasan dalam bisnis harus disertai kesadaran bahwa Allah akan meminta pertanggungjawaban atas setiap keputusan. Dalam konteks ini, banyak pedagang yang belum menyadari bahwa setiap tindakan mereka, sekecil apa pun, harus mencerminkan nilai amanah dan jujur. Oleh karena itu, pendidikan akhlak dan spiritual sangat penting untuk membentuk karakter pedagang yang bertanggung jawab dalam kebebasan memilih.

4. Prinsip Pertanggung Jawaban

Prinsip ini menekankan bahwa setiap pelaku bisnis bertanggung jawab atas produknya dan dampaknya terhadap konsumen. Beberapa pedagang menunjukkan sikap bertanggung jawab, seperti: Mengganti barang rusak, Memberikan penjelasan jika barang cacat, Menjaga kualitas barang agar tetap layak jual. Namun, sebagian pedagang lainnya justru

melemparkan kesalahan kepada pembeli, tidak mau menerima komplain, dan menolak untuk menukar barang yang rusak.

Analisis Peneliti: Menurut saya, prinsip tanggung jawab masih belum tertanam secara menyeluruh. Sebagian besar pedagang hanya merasa bertanggung jawab sampai barang laku, bukan sampai konsumen merasa puas. Hal ini tentu bertentangan dengan konsep khiyar dalam Islam yang menjamin hak konsumen untuk mendapatkan produk berkualitas. Sikap menghindar dari komplain atau menolak menukar barang menunjukkan lemahnya pemahaman akan pentingnya menjaga reputasi dan keberkahan usaha. Jika pedagang bersikap terbuka dan bertanggung jawab, maka hubungan dagang akan menjadi lebih berkelanjutan. Oleh karena itu, penguatan nilai tanggung jawab harus menjadi prioritas dalam edukasi pedagang pasar.

5. Prinsip Kebenaran

Kebenaran berkaitan erat dengan kejujuran dalam menyampaikan informasi. Dalam observasi, ditemukan: Pedagang yang jujur menyampaikan kondisi barang secara terbuka, tidak menyembunyikan cacat, dan menjelaskan manfaat produk dengan apa adanya. Sebaliknya, masih ada pedagang yang berbohong tentang kualitas, menyembunyikan barang yang mulai rusak, atau sengaja mencampur barang bagus dan buruk.

Analisis Peneliti: Saya melihat bahwa kebenaran menjadi tantangan utama dalam etika bisnis. Banyak pedagang tidak merasa

bersalah menutupi kekurangan barang, karena budaya pasar menganggap itu sebagai hal biasa. Padahal, dalam Islam, hal ini sangat dilarang dan dapat menghilangkan keberkahan rezeki. Sayangnya, dalam praktiknya, banyak pedagang tidak merasa bersalah ketika menutupi kekurangan barang. Mereka menganggap hal tersebut sebagai strategi pasar yang lazim. Padahal, perilaku semacam ini adalah bentuk pengkhianatan terhadap nilai Islam dan dapat menghilangkan keberkahan rezeki. Untuk menumbuhkan budaya *ṣiḍq* di pasar tradisional, perlu adanya pembinaan yang berkelanjutan dan penegakan norma yang adil agar kejujuran menjadi kebiasaan, bukan pengecualian.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa penerapan etika bisnis Islam di Pasar Pagi 28 Purwosari sudah mulai terlihat, terutama dalam hal kejujuran, tanggung jawab, persaingan yang sehat, sikap terhadap pembeli, serta penggunaan timbangan dan kualitas barang. Namun, penerapan tersebut belum merata dan konsisten. Masih ditemukan pedagang yang kurang jujur, menghindari tanggung jawab, Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya perbedaan perilaku di lapangan, Sebagian konsumen mengaku puas karena dilayani oleh pedagang yang jujur. Namun, tidak sedikit juga yang mengeluhkan praktik dagang yang merugikan Perbedaan pengalaman ini menunjukkan bahwa penerapan prinsip etika bisnis Islam oleh para pedagang belum sepenuhnya menyeluruh dan masih memerlukan perbaikan.

Secara keseluruhan, penerapan etika bisnis Islam oleh pedagang di Pasar Pagi 28 Purwosari sudah mulai diterapkan namun belum konsisten. Masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan, terutama dalam hal tanggung jawab, keadilan dalam persaingan, dan kejujuran dalam timbangan serta kualitas barang.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Pedagang dan Konsumen

Peneliti menyarankan agar pedagang lebih memahami dan menerapkan prinsip etika bisnis Islam seperti kejujuran, tanggung jawab, dan keadilan, karena selain meningkatkan kepercayaan pembeli, hal tersebut juga bernilai ibadah. Pengelola pasar diharapkan rutin memberikan pembinaan serta melakukan pengawasan terhadap praktik dagang yang merugikan konsumen. Sementara itu, konsumen diharapkan lebih kritis dan berani menyampaikan keluhan sebagai bentuk kontrol sosial demi terciptanya perdagangan yang lebih jujur dan adil.

Bagi Konsumen Konsumen diharapkan lebih kritis dan selektif dalam memilih pedagang, serta berani menyampaikan keluhan atau kritik yang membangun apabila menemukan ketidaksesuaian. Hal ini dapat menjadi bentuk control social untuk mendorong terciptanya perdagangan yang lebih jujur dan adil.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas jumlah informan agar hasil penelitian lebih representatif, serta mempertimbangkan penggunaan pendekatan kuantitatif atau campuran untuk memperoleh data yang lebih terukur. Selain itu, penelitian berikutnya juga dapat difokuskan pada jenis dagangan tertentu guna

mendapatkan analisis yang lebih spesifik dan mendalam, serta menelusuri faktor-faktor penghambat penerapan etika bisnis Islam di pasar tradisional.

3. Bagi Masyarakat

Meningkatkan kesadaran akan pentingnya etika dalam jual beli, menjadi konsumen yang kritis dan bijak, serta memberikan dukungan kepada pedagang yang amanah. Peran aktif masyarakat dalam memberikan edukasi dan pembinaan kepada pedagang juga sangat penting agar nilai-nilai etika bisnis Islam semakin membudaya dalam aktivitas perdagangan sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Adolph, Ralph. *Triangulasi Data dalam Analisis Data Kualitatif*. Palembang: UIN Raden Fatah Palembang, 2016.
- Albara. "Analisis Pengaruh Perilaku Pedagang Terhadap Inflasi." *Academia* 5, no. 2, 2016.
- Ali, Karnila. *Pengantar Bisnis*. Lampung: Laduny, 2020.
- Al-Qaradawi, Yusuf. *Perkembangan Fiqh Antara Statis dan Dinamis*. Terjemahan Saifullah M. Yunus. Kairo: Maktabah Wahbah, 2022.
- Ambarwati, Diana. "Etika Bisnis Yusuf Al-Qaradawi." *Adzkiya: Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah* 1, no. 1, 2013.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Etika Bisnis Islam*. Jakarta: Gema Insani Press, 2014.
- Astuti, An Ras Try. *Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)*. Parepare: Nusantara Press, 2022.
- Azis, Abdul. *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Badroen, Faisal. *Etika Bisnis Islam*. Jakarta: Prenada Media Group, 2018.
- Bahrudin, Muhammad. *Relativisme Etika dalam Dunia Profesional*. Jakarta: Badan Standardisasi Nasional, 2012.
- Choiriyah, Siti. *Muamalah Jual Beli dan Selain Jual Beli*. Surakarta: CDAC STAIN Surakarta, 2009.
- Fahmi, Irham. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Fahmi, Irham. *Perilaku Konsumen Teori Dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Fathoni, Abdurrahmat, dkk. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2021.
- Fitriani, Lailatul, dkk. "Implementasi Konsep Etika Bisnis Islam dalam Jual Beli Online." *Al-Maqashid: Journal of Economics and Islamic Business* 1, no. 2, 2021.
- Hasanah, Muti Atul, dan Siti Achria. "Analisis Harga Adil Pada Pasar Sempurna." *Journal of Sharia Economics* 5, no. 2, 2024.
- Herzeqovina, Berlian. "Konsep Manajemen Bisnis dalam Pandangan Islam Berdasarkan Al-Qur'an dan Hadits." *Jurnal Pendidikan dan KeIslaman* 3, no. 1, 2020.

- Hidayat, Riyan Erwin, et al. "Peran Electronic Word Of Mouth Dalam Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Ke Wisata Alam Taman Waru." *Adzkiya: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah* 9, no. 01, 2021.
- Hofifah, Siti. "Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman di Ngebel Ponorogo Ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam." *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 3, no. 2, 2020.
- Hushein, Imron A. "Etika Bisnis Islam dalam Era Revolusi Industri 5.0." *ICHES: International Conference on Humanity, Education, dan Sosial* 2, no. 1, 2023.
- Kadir, Abdul. "Peranan Brainware dalam Sistem Informasi Manajemen." *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Sistem Informasi* 1, no. 1, 2018.
- Kansil, C.S.T. dan Christine S.T. Kansil. *Pokok-pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika, 2008.
- Lubis, Shety Sugiarti, Rini Oktaviani, dan Putri Amelia. "Bisnis dalam Perspektif Islam." *Manajemen Kreatif Jurnal* 3, no. 1, 2025.
- Marwal, M. Rafid, dan Sri Julyarti Halid. "Implementasi Etika Transaksi Jual Beli dalam Islam pada Pasar Tradisional di Watampone." *Al-Tsarwah: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam* 4, no. 2, 2021.
- Masykuroh, Nihayatul. *Etika Bisnis Islam*. Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Management, 2020.
- Maulida, dkk. "Etika Bisnis Islam: Implementasi Prinsip Keadilan dan Tanggung Jawab dalam Ekonomi Syariah." *El-Iqthisadi: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Hukum dan Syariah* 6, 2024.
- Maulida, Novita, dan Siti Femilivia Aisyah. "Etika Bisnis Islam: Implementasi Prinsip Keadilan dan Tanggung Jawab dalam Ekonomi Syariah." *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 6, no. 1, 2024.
- Nanda, Dennis Ulfan dan Khusnul Fikriyah. "Perilaku Pedagang Pasar Bandar Kecamatan Mojoroto Kota Kediri Dalam Prespektif Prinsip Dasar Pasar Islami." *Jurnal* 6, no. 03, 2020.
- Nurmadiansyah, Muhammad Toriq. *Etika Bisnis Islam: Konsep dan Praktek*. Yogyakarta: Cakrawala Pustaka, 2017.
- Rachmawati, Imami Nur. "Pengumpulan Data dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara." *Jurnal Keperawatan Indonesia* 11, no. 1, 2007.
- Rachmayani, Asiva Noor. "Teori-teori Etika Perilaku Bisnis dan Pandangan Islam tentang Perilaku Etika Bisnis." *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis* 1, no. 1, 2015.

- Rahmawati, Yuli. Wawancara langsung. Pasar Pagi 28 Purwosari, Tanggal 5 Mei 2025.
- Rizkiani. "Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Jual Beli Online." *At-Tariiz: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 1, no. 4, 2022.
- Saragih, Siti Artika M. Yarham, dkk. "Perspektif Ekonomi Syariah dalam Jual Beli Online di Kota Baru." *Jurnal Masyarif al-Syariah* 9, no. 1, 2024.
- Sari, Ani Mutia, Ambok Pangiuk, dan Mellya Embun Baining. "Penerapan Khiyar Pada Pengembalian Barang Dalam Jual Beli Pakaian Grosir di Pasar Komplek WTC Jambi." *IJIEB: Indonesian Journal of Islamic Economics and Business* 7, no. 1, 2022.
- Sudarminta, J. "Relativisme Konseptual L. Wittgenstein dan Implikasi Epistemologisnya." *Studia Philosophica et Theologica* 3, no. 2, 2003.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Surajiyo dan Harry Dhika. "Teori-Teori Etika dan Peranan Prinsip Etika Bisnis dalam Kelangsungan Usaha Perusahaan Bisnis." *Jurnal Manajemen Universitas Persada Indonesia* 11, no. 1, 2024.
- Suriani, Nidia, dan M. Syahrani Jailani. "Konsep Populasi dan Sampling serta Pemilihan Partisipan Ditinjau dari Penelitian Ilmiah Pendidikan." *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam* 1, no. 2, 2023.
- Syafe'i, Rachmat. *Fiqh Muamalah*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2001.
- Syantoso, Arie dan Parman Komarudin. "Tafsir Ekonomi Islam Atas Konsep Adil Dalam Transaksi Bisnis." *Al-Iqtishadiyah: Jurnal Ekonomi Syariah dan Hukum Ekonomi Syariah* IV, no. 1, 2018.
- Tainpubolon, Hirmawati Fanny. "Etika Bisnis Pelaku Usaha yang Merugikan Konsumen dalam Hukum Persaingan Usaha." *Jurnal Program Magister Hukum Fakultas Hukum Universitas Indonesia* 1, no. 1, 2021.
- Ulum, Misbahul. "Prinsip-Prinsip Jual Beli Online Dalam Islam Dan Penerapannya Pada E-Commerce Islam di Indonesia." *Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis* 17, no. 1, 2020.
- Ummah, Masfi Sya'fiatul. *Fikih Muamalah*. Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2021.
- Wulandari, Putrima, Furi Indriyani, dan Rohani Lestari Napitupulu. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Somethinc di Kota Bekasi." *Cakrawala Akademika (JCA)* 1, no. 3, 2024.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id. e-mail: iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : B-2847/In.28.3/D.1/TL.00/12/2024
Lampiran : -
Perihal : PEMBIMBING SKRIPSI

Metro, 6 Desember 2024

Kepada Yth,
Diana Ambarwati, M.E.Sy (Dosen Pembimbing Skripsi)
Di-
Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka menyelesaikan studinya, maka kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membimbing mahasiswa dibawah ini:

Nama : SILVI ARLITA SAPUTRI
NPM : 2103011087
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah (ESy)
Judul : Penerapan etika bisnis islam dan kepuasan konsumen dalam transaksi jual beli studi kasus pasar pagi 28 purwosari

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Dosen Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal sampai dengan penulisan skripsi, dengan tugas untuk mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi skripsi Bab I s.d Bab IV
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK Pembimbing Skripsi ditetapkan oleh Fakultas
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah/skripsi yang ditetapkan oleh IAIN Metro
4. Banyaknya halaman skripsi antara 60 s.d 120 halaman dengan ketentuan sebagai berikut:
 - a. Pendahuluan \pm 1/6 bagian
 - b. Isi \pm 2/3 bagian
 - c. Penutup \pm 1/6 bagian

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan FEBI

Putri Swastika

OUTLINE

PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA PEDAGANG PASAR PAGI 28 PURWOSARI KOTA METRO

HALAMAN JUDUL

HALAMAN SAMPUL

NOTA DINAS

HALAMAN PERSETUJUAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR TABEL

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Etika Bisnis Islam
 - 1. Pengertian Etika Bisnis Islam
 - 2. Teori Etika Bisnis Islam
 - 3. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis
- B. Jual Beli
 - 1. Pengertian Jual Beli
 - 2. Syarat Syah Jual Beli
 - 3. Prinsip-Prinsip Jual Beli
 - 4. Dasar Hukum Jual Beli

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Metode Pengumpulan Data
- D. Teknik Penjamin Keabsahan Data
- E. Teknik Analisa Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Deskripsi Lokasi Penelitian
 - 1. Sejarah singkat Psar Pagi 28 Purwosari
 - 2. Letak geografis dan Kondisi Pasar
 - 3. Jenis-jenis pedagang di Pasar
 - 4. Karakteristik umum Pedagang (usia, pengalaman, jenis dagang)
- B. Deskripsi Data Penelitian
 - 1. Profil singkat Informan (pedagang dan konsumen)
 - 2. Bentuk Penerapan Etika Bisnis Islam
- C. Temuan Penelitian
 - 1. Penerapan Prinsip Kejujuran
 - 2. Penerapan Prinsip Tanggung Jawab
 - 3. Penerapan Prinsip Persaingan dan Keadilan
 - 4. Pengembangan Sikap terhadap Pembeli
 - 5. Pengembangan Timbangan dan Kualitas Barang

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

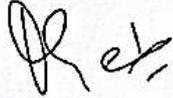
- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

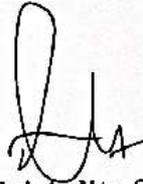
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Menyetujui,
Dosen Pembimbing



Dr. Diana Ambarwati, M.E.Sy
NIP. 198109162023212017

Metro, April 2025
Mahasiswa



Silvi Arlita Saputri
NPM.2103011087

ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)

PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA PEDAGANG PASAR PAGI 28 PURWOSARI KOTA METRO

A. Wawancara

1. Wawancara Kepada Pedagang

Nama :

Jenis Kelamin :

Umur :

Lama Berdagang :

Jenis Barang Dagangan :

Pertanyaan:

- a. “Bagaimana Bapak/Ibu biasanya menentukan harga jual ?”
 1. Apakah harga tersebut sudah tetap atau bisa berubah?
 2. Apakah pernah menaikkan harga karena melihat pembeli tertentu ?
- b. “Apakah Bapak/Ibu selalu menyampaikan kondisi barang dengan jujur kepada pembeli?”
 1. Bagaimana jika barang tersebut ada cacat/rusak?
 2. Apakah pembeli diberitahu sebelumnya?
- c. “Pernahkah Bapak/Ibu merasa bimbang antara mengambil untung besar dan tetap jujur?”
 1. Apa yang akhirnya Bapak/Ibu pilih?
 2. Apa alasan dibalik keputusan tersebut?
- d. “Apa yang biasanya Bapak/Ibu lakukan jika pembeli merasa tidak puas atau komplain?”
 1. Apakah ada pengembalian atau ganti rugi?
 2. Bagaimana cara menenangkan pembeli?
- e. “Apakah Bapak/Ibu merasa memiliki tanggung jawab terhadap kualitas dagangan?”

1. Bagaimana cara memastikan barang yang dijual layak?
- f. “Bagaimana Bapak/Ibu menyikapi pedagang lain yang menjual barang serupa?”
 1. Apakah ada kerja sama atau justru bersaing keras?
 2. Bagaimana cara menjaga hubungan dengan sesama pedagang?
- g. “Pernahkah Bapak/Ibu mengalami atau melihat praktik persaingan yang tidak sehat di pasar ini?”
 1. Bagaimana tanggapan atau tindakan Bapak/Ibu?
- h. “Bagaimana sikap Bapak/Ibu ketika pembeli menawar terlalu rendah?”
 1. Apakah tetap dilayani dengan ramah?
 2. Apakah pernah menolak pembeli?
- i. “Apakah perlakuan Bapak/Ibu berbeda antara pembeli tetap dan pembeli baru?”
 1. Mengapa?
 2. Apa keuntungan punya pembeli tetap?
- j. “Bagaimana Bapak/Ibu menjaga keakuratan timbangan atau takaran?”
 1. Apakah timbangan diperiksa secara rutin?
- k. “Bagaimana Bapak/Ibu menyikapi barang yang sudah tidak layak dijual?”
 1. Apakah tetap dijual, diberi diskon, atau dibuang?
- l. “Apakah nilai-nilai agama memengaruhi cara Bapak/Ibu berdagang?”
 1. Apa ajaran agama yang paling Bapak/Ibu pegang dalam berdagang?
- m. “Apakah ada kebiasaan atau tradisi lokal yang diterapkan dalam berdagang?”
 1. Misalnya terkait jam buka, salam, atau cara melayani pembeli?

Pertanyaan Penutup

1. “Menurut Bapak/Ibu, apa arti pedagang yang beretika baik?”
2. “Apa harapan Bapak/Ibu terhadap pada pedagang muda ke depan?”
3. “Apa pesan Bapak/Ibu untuk menjaga suasana pasar tetap sehat dan saling percaya?”

2. Wawancara Kepada Pembeli

Tujuannya Mendapatkan perseptif konsumen terhadap perilaku dan etika bisnis pedagang di Pasar Pagi Metro, meliputi kejujuran, tanggung jawab, keadilan, dan sikap sosial pedagang.

Nama :
Jenis Kelamin :
Umur :
Pekerjaan :
Frekuensi berbelanja di Pasar Pagi 28 :

Pertanyaan:

- a. "Sejak kapan Bapak/Ibu bereblanja di Pasar Pagi Metro?"
 1. Mengapa memilih pasar ini dibanding tempat lain?
 2. Apa yang Bapak/Ibu suka dari pasar ini?
- b. "Jenis barang apa yang biasa Bapak/Ibu beli?"
 1. Apakah belanja pada pedagang yang sama atau berganti-ganti?
- c. "Bagaimana Bapak/Ibu menilai kejujuran pedagang di pasar ini?"
 1. Pernahkah merasa ditipu soal harga atau kualitas barang?
 2. Bagaimana pedagang menyampaikan kondisi barang (misalnya jika barang kurang segar, rusak, dsb)?
- d. "Pernahkah Bapak/Ibu membeli barang yang ternyata rusak atau tidak sesuai harapan?"
 1. Bagaimana respons pedagang ketika dikomplain?
 2. Apakah pedagang mengganti barang atau mengembalikan uang?
- e. "Bagaimana sikap pedagang saat melayani Bapak/Ibu?"
 1. Apakah tetap ramah jika Bapak/Ibu hanya menawar tapi tidak membeli?
 2. Apakah ada perbedaan perlakuan antara pembeli tetap dan pembeli baru?
- f. "Apakah Bapak/Ibu merasa nyaman saat berbelanja di pasar ini?"
 1. Apa yang membuat nyaman/tidak nyaman?
 2. Apakah ada pedagang yang sangat berkesan?

- g. “Bagaimana Bapak/Ibu menilai keadilan pedagang dalam hal harga dan timbangan?”
1. Apakah harga cenderung wajar dan sesuai kualitas?
 2. Apakah pernah merasa ditimbang tidak sesuai?
- h. “Menurut Bapak/Ibu, apakah pedagang di pasar ini peduli pada lingkungan sekitar atau sesama pedagang?”
1. Misalnya dalam menjaga kebersihan, memberi bantuan, atau bekerja sama?
- i. “Apakah Bapak/Ibu pernah menyaksikan konflik atau perselisihan antara pedagang dengan pembeli? Bagaimana pedagang menyikapinya?”
- Pertanyaan Penutup
1. “Menurut Bapak/Ibu, apa ciri pedagang yang beretika baik?”
 2. “Apa harapan Bapak/Ibu terhadap pedagang di Pasar Pagi Metro?”
 3. “Apakah Bapak/Ibu berniat terus berbelanja di sini? Mengapa?”

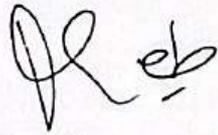
B. Observasi

Pengamatan terhadap perilaku pedagang dalam aktivitas jual beli serta penerapan etika bisnis islam seperti kejujuran, keadilan, transparansi dan tanggung jawab, persaingan sehat, sistem pembayaran, intraksi dengan pembeli.

C. Dokumentasi

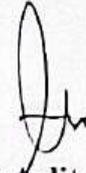
1. Foto lapak pedagang untuk menunjukkan lokasi dan aktivitas nyata saat berdagang.
2. Foto intraksi jual beli antara pedagang dengan konsumen.
3. Catatan lapangan hal-hal yang tidak terekam oleh kamera seperti percakapan, ekspresi, atau situasi sosial tertentu.
4. Dokumen visual seperti brosur harga atau tulisan informasi produk mengevaluasi transparansi dalam penyampaian informasi.
5. Transkrip Wawancara sebagai bukti tertulis dari pendapat dan pengalaman pedagang terkait etika bisnis.

Menyetujui,
Dosen Pembimbing



Dr. Diana Ambarwati, M.E.Sy
NIP. 198109162023212017

Metro, April 2025
Mahasiswa



Silvi Arlita Saputri
NPM.2103011087



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki, Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0478/In.28/D.1/TL.00/04/2025
Lampiran : -
Perihal : IZIN RESEARCH

Kepada Yth.,
Pimpinan Pasar Pagi 28 Purwosari
Kota Metro
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-0479/In.28/D.1/TL.01/04/2025,
tanggal 17 April 2025 atas nama saudara:

Nama : SILVI ARLITA SAPUTRI
NPM : 2103011087
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada Pimpinan Pasar Pagi 28 Purwosari Kota Metro bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Pasar Pagi 28 Purwosari Kota Metro, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Pasar Pagi 28 Purwosari Kota Metro".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Bapak/Ibu untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 17 April 2025
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001

No. :
Lamp : -
Hal : Pemberian Izin Pra Survey

Kepada Yth.

**Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
IAIN Metro Lampung**

Di -
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan permohonan Izin Pra Survey yang diajukan kepada Pedagang Pasar Pagi 28 Purwosari Kota Metro, yang diajukan atas nama :

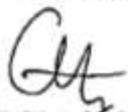
Nama : SILVI ARLITA SAPUTRI
NPM : 2103011087
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA PEDAGANG PASAR PAGI
28 PURWOSARI KOTA METRO

Dengan ini disampaikan bahwa saya menyetujui permohonan pra survey di Pedagang Pasar Pagi 28 Purwosari Kota Metro.

Demikian surat balasan ini saya sampaikan, atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Metro, 15 Desember 2024
Pedagang Pasar Pagi 28 Purwosari
Kota Metro


PEDAGANG
416



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Silvi Arlita Saputri
NPM : 2103011087
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Pasar Pagi 28 Purwosari Kota Metro** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 23%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 04 Juni 2025
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah



Muhammad Mujib Baidhowi, M.E.
NIP. 199103112020121005



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

NPP: 1807062F0000001

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; perpustakaan@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-317/In.28/S/U.1/OT.01/05/2025**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : SILVI ARLITA SAPUTRI
NPM : 2103011087
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2024/2025 dengan nomor anggota 2103011087

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.



Metro, 26 Mei 2025
Kepala Perpustakaan,

Kan. Gufroni, S.I.Pust.
920428 201903 1 009



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

NAMA : Silvi Arlita Saputri
NPM : 2103011087

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESY
Semester/TA : VIII/2024

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	6/1 2025	<ul style="list-style-type: none">- Cek ukuran font, spasi, margin dll.- 1 paragraf => 3-5 kalimat efektif (s+p+tk).- Perhatikan penulisan huruf kapital, tanda baca, typo.- Perhatikan cara penulisan footnote- Pada cm paparkan masalah 2 yg muncul di lapangan. munculkan juga masalah akademiknya.- Bab II -> di konstruks ulang -> Rujuk buku 2/ yg relevan Jurnal	

Dosen Pembimbing

Diana Ambarwati, M.E.Sy
NIDN. 2116098101

Mahasiswa

Silvi Arlita Saputri
NPM. 2103011087



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

NAMA : Silvi Arlita Saputri

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESY

NPM : 2103011087

Semester/TA : VIII/2024

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	7/2025 /2	<ul style="list-style-type: none">- Perbaiki typo → Penulisan huruf kapital.- Beri penjelasan tentang metode pengumpulan data yang lebih rinci.- Gunakan metode Representative sampling & tentukan partisipan.- LOM di perbaiki cara menjawab masalah lapangan.- Paparkan juga masalah akademik.	

Dosen Pembimbing

Diana Ambarwati, M.E.Sy
NIDN. 2116098101

Mahasiswa

Silvi Arlita Saputri
NPM. 2103011087



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Silvi Arlita Saputri
NPM : 2103011087

Jurusan/Fakultas : ESy/FEBI
Semester / T A : VIII / 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	11/2025 /2	Ace y di sertakan seminar	

Dosen Pembimbing

Diana Ambarwati, M.E., Sy
NIDN. 2116098101

Mahasiswa Ybs,

Silvi Arlita Saputri
NPM. 2103011087



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Silvi Arlita Saputri
NPM : 2103011087

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESY
Semester/TA : VIII/2025

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	14/1 2025	konsul APD dan Outline	Diana
2.	15/1 2025	Acc APD dan Outline	

Dosen Pembimbing

Diana Ambarwati, M.E.Sy
NIDN. 2116098101

Mahasiswa

Silvi Arlita Saputri
NPM. 2103011087



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Inggimulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.metroainiv.ac.id; E-mail: iaimetro@metroainiv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Silvi Arlita Saputri
NPM : 2103011087

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESY
Semester/TA : VIII/2025

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	20 / mei 2025	Bimbingan Hasil wawancara Bimbingan pola alur penyusunan skripsi Bimbingan mengedit hasil wawancara	

Dosen Pembimbing

Dr. Diana Ambarwati, M.E.Sy
NIP. 198109162023212017

Mahasiswa

Silvi Arlita Saputri
NPM. 2103011087



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Silvi Arlita Saputri
NPM : 2103011087

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESY
Semester/TA : VIII/2025

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	26/2025 /5	<ul style="list-style-type: none">- Masukan hasil penelitian ds poler → narasi → kesimp → pelem wawancara - Masukan krusu penelitian → pentalu pdaja swai ks feru → tambatkan teori pendubz atau bententyan ds paha sosial / lapangan	

Dosen Pembimbing

Diana Ambarwati, M.E.Sy
NIDN. 2116098101

Mahasiswa

Silvi Arlita Saputri
NPM. 2103011087



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41597; faksimili (0725) 47296; website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Silvi Arlita Saputri
NPM : 2103011087

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESY
Semester/TA : VIII/2025

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	2/ Juli 2025	ke U/ & tugas manajemen.	

Dosen Pembimbing

Diana Ambarwati, M.E.Sy
NIDN. 2116098101

Mahasiswa

Silvi Arlita Saputri
NPM. 2103011087

DOKUMENTASI

A. Dokumentasi Kondisi Pasar Pagi 28 Purwosari





B. Dokumentasi kepada pedagang Pasar Pagi 28 Purwosari



Wawancara dengan Bapak Adi pedagang kelontong



Wawancara dengan Bapak Bayu pedagang Hasil Bumi



Wawancara dengan Ibu Maryuni pedagang Ayam dan Daging



Wawancara dengan Ibu Zumiarti pedagang Daging



Wawancara dengan Bapak Edi Sujoko pedagang Pestisida dan Fertilizer



Wawancara dengan Ibu Erna pedagang Snack



Wawancara dengan Ibu Nina pedagang baju



Wawancara dengan Bapak Rudi pedagang pecah belah



Wawancara dengan Lina Wati pedagang Sayuran

C. Dokumentasi dengan Konsumen pasar pagi 28 Purwosari



Wawancara dengan konsumen ibu umi hanip



Wawancara dengan konsumen bapak Hermanto



Wawancara dengan konsumen ibu siti wilastri



Wawancara dengan konsumen ibu umi mahmuda



Wawancara dengan konsumen ibu nur hidayanti dan sri astute



Wawancara dengan konsumen ibu yuli rahmawati



Wawancara dengan bapak Hermanto

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Silvi Arlita Saputri, lahir di Metro, 15 September 2002 merupakan anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan bapak Joko Susilo dan ibu Umi Mahmudah. Penulis menempuh Pendidikan di TK Darma Wanita Pujodadi Lampung Tengah pada tahun 2007, kemudian menempuh Pendidikan Dasar di SDN 2 Metro Utara, lulus pada tahun 2015. Kemudian melanjutkan kejenjang pertama di SMP Ma'arif 1 Metro lulus pada tahun 2018, kemudian melanjutkan kejenjang atas SMK Ma'arif 1 Metro lulus pada tahun 2021. Kemudian pada tahun 2021 melanjutkan ke jenjang perguruan tinggi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Ekonomi Syariah. Penulis berharap kepada Allah SWT agar menjadikan ilmu yang penulis dapat menjadi ilmu yang bermanfaat, dan dapat diamankan dengan sebaik-baiknya bagi masyarakat dan bangsa negara.