IMPELEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA PEDAGANG PASAR TRADISIONAL MALALAK

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE) Manajemen Bisnis Syariah

Disusun Oleh:

Muhammad Rezki 3721079

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI

2026 M/1448 H

ABSTRAK

Skripsi **"Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang Pasar Tradisional Malalak"** disusun oleh Muhammad Rezki, NIM 3721079, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah (MBS), Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI), Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, Sumatera Barat.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya penerapan etika bisnis Islam dalam kegiatan perdagangan di pasar tradisional untuk mewujudkan transaksi yang jujur, adil, dan bertanggung jawab. Namun, masih terdapat pedagang yang belum sepenuhnya menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi etika bisnis Islam pada pedagang Pasar Tradisional Malalak serta hambatan yang dihadapi dalam penerapannya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Informan penelitian adalah pedagang Pasar Tradisional Malalak yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian dianalisis dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dan teknik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam pada pedagang Pasar Tradisional Malalak secara umum telah berjalan cukup baik. Nilai *shiddiq* tercermin dari kejujuran dalam menyampaikan kondisi barang dan harga, *amanah* dari tanggung jawab dan pelayanan kepada pelanggan, *fathanah* dari kemampuan mengelola usaha dan mengambil keputusan, serta *tabligh* dari komunikasi yang sopan dan terbuka. Namun, penerapannya belum sepenuhnya konsisten pada seluruh pedagang.Hambatan penerapan etika bisnis Islam meliputi faktor internal, yaitu keterbatasan pemahaman, kemampuan komunikasi, dan ketelitian pedagang, serta faktor eksternal berupa persaingan usaha, fluktuasi harga, kondisi pasar yang tidak stabil, tuntutan ekonomi, dan rendahnya pemahaman sebagian konsumen. Oleh karena itu, diperlukan edukasi, pelatihan, dan pembinaan secara berkelanjutan agar penerapan etika bisnis Islam semakin konsisten dan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen serta keberlangsungan usaha.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Shiddiq, Amanah, Fathanah, Tabligh, Pedagang Pasar Tradisional.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, karena atas limpahan Rahmad dan karunianya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan karya ilmiah skripsi sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Sholawat beserta salam penulis ucapkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan dua pedoman hidup menuju jalan yang diridhoi oleh Allah SWT yaitu Al-quran dan Hadits, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang Pasar Tradisional Malalak.**

Dalam kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih yang tulus tak terhingga kepada yang teristimewa, kedua orangtua tercinta **Ayah Masdir** dan **Ibu Warni Yusma** yang telah memberikan cinta kasih, mengasuh, mendidik dan memberikan motivasi dalam memcapai cita-cita penulis. Tanpa adanya kedua orangtua penulis tidak akan pernah lahir di dunia ini, merekalah yang paling berjasa dalam hidup penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan sekarng ini. Bagi Penulis semua yang telah diraih ini tentunya akan dipersembahkan untuk Ayah dan Ibu. Dan tak terlupa kepada adik penulis **Ramadhani Putra**, terimakasih karena telah men*support* dan menyemangati penulis selama ini, semoga penulis dapat menjadi kakak yang mampu memberikan contoh yang baik.

Skripsi ini disusun dalam rangka penyelesaian studi stara 1 untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi. Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari berbagai bantuan moral dan material dari berbagai pihak Penulis menyadari bahwatanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa kuliah sampai pada penyusunan skripsi ini sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. **Ibu Prof. Dr. Silfia Hanani, M. Si** selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi yang telah memberikan fasilitas kepada penulis selama menuntut ilmu pengetahuan di Universitas Islam Negri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.
2. **Bapak Dr. H. Aidil Alfin, M. Ag** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.
3. Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah **Bapak Andis Febrian, SE, MM**, yang telah membantu memberikan penulis fasilitas dan motivasi dalam ilmu dan pengetahuan di Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.
4. **Ibu Septria Susanti, M.E,** selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dengan memberikan arahan-arahan bagi penulis sehingga bisa terselesaikannya skripsi ini dengan baik.

5. Bapak dan Ibuk dosen yang telah memberikan dan membekali penulis ilmu pengetahuan selama menempuh pendidikan di kampus ini.
6. Bapak dan Ibuk UPT perpustakaan UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi yang telah melayani penulis dalam keperluan mencari referensi dari awal perkuliahan sampai saat ini sehingga bisa terselesaikannya penulisan skripsi ini.
7. Terimakasih kepada para pedagang pasar tradisional yang telah mendukung dan mempermudah penulis untuk mendapatkan data yang penulis perlukan, dan sesalu memberikan dukungan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Terimakasih juga untuk sahabat-sahabat penulis yang selalu ada dari awal menempuh pendidikan hingga selesai ini, meski tak selalu berdekatan tapi peranmu selalu ada untukku. Pada penulisan skripsi ini mungkin tak akan lengkap tanpa dukungan dan bantuan kalian.
9. Teman-teman mahasiswa UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, Khususnya teman-teman seperjuangan, yang telah membimbing dan mengarahkan serta teman-teman yang telah mensupport dan semangat hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga amal baik dari semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini mendapatkan balasan pahala dari Rahmat Allah SWT. Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini

masih belum dikatakan sempurna dan masih banyak kekurangan dan kesalahan, oleh karena itu segala kritik dan saran yang membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis dan pembaca mendorong penulis untuk melakukan penelitian yang lebih baik dimasa yang akan datang.

Bukittinggi, 3 Juli 2026

Saya yang menyatakan

Muhammad Rezki

3721079

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

PENGESAHAN TIM PENGUJI

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS .....

ABSTRAK

DAFTAR ISI i

DAFTAR TABEL iii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Identifikasi Masakah 9

C. Batasan Masalah 9

D. Rumusan Masalah 9

E. Tujuan Penelitian 10

F. Manfaat Penelitian 10

G. Penjelasan Judul 11

BAB II LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori 12

1. Teori Etika Bisnis Islam 12

2. Implementasi Etika Bisnis Islam 29

B. Kajian Terdahulu 37

C. Kerangka Berpikir

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian 43

B. Lokasi dan Waktu Penelitian 43

C. Jenis dan Sumber Data 43

D. Informan Penelitian 44

E. Teknik Pengumpulan Data 44

F. Metode Analisis Data 45

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian 47

1. Profil Nagari Malalak Timur 47
2. Sejarah Pasar Tradisional Jorong Toboh Tangah 51

B. Hasil Penelitian

1. Implementasi dan Hambatan Sifat *Shiddiq* (Jujur) 52
2. Implementasi dan Hambatan Sifat *Amanah* (Terpercaya) 58
3. Implementasi dan Hambatan Sifat *Fathanah* (Bijaksana) 63
4. Implementasi dan Hambatan Sifat *Tabligh* (Transparan) 70

C. Pembahasan

1. Implementasi dan Hambatan Sifat *Shiddiq* (Jujur) 75
2. Implementasi dan Hambatan Sifat *Amanah* (Terpercaya) 81
3. Implementasi dan Hambatan Sifat *Fathanah* (Bijaksana) 89
4. Implementasi dan Hambatan Sifat *Tabligh* (Transparan) 98

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 108

B. Saran 110

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 38
Tabel 4.1 Hasil Wawancara dengan Pedagang Pasar Tradisional Jorong Toboh Tangah Pertanyaan 1..... 53
Tabel 4.2 Hasil Wawancara dengan Pedagang Pasar Tradisional Jorong Toboh Tangah Pertanyaan 2..... 54
Tabel 4.3 Hasil Wawancara dengan Pedagang Pasar Tradisional Jorong Toboh Tangah Pertanyaan 3..... 56
Tabel 4.4 Hasil Wawancara dengan Pedagang Pasar Tradisional Jorong Toboh Tangah Pertanyaan 4..... 58
Tabel 4.5 Hasil Wawancara dengan Pedagang Pasar Tradisional Jorong Toboh Tangah Pertanyaan 5..... 59
Tabel 4.6 Hasil Wawancara dengan Pedagang Pasar Tradisional Jorong Toboh Tangah Pertanyaan 6..... 61
Tabel 4.7 Hasil Wawancara dengan Pedagang Pasar Tradisional Jorong Toboh Tangah Pertanyaan 7..... 63
Tabel 4.8 Hasil Wawancara dengan Pedagang Pasar Tradisional Jorong Toboh Tangah Pertanyaan 8..... 66
Tabel 4.9 Hasil Wawancara dengan Pedagang Pasar Tradisional Jorong Toboh Tangah Pertanyaan 9..... 68
Tabel 4.10 Hasil Wawancara dengan Pedagang Pasar Tradisional Jorong Toboh Tangah Pertanyaan 10 70
Tabel 4.11 Hasil Wawancara dengan Pedagang Pasar Tradisional Jorong Toboh Tangah Pertanyaan 11 72
Tabel 4.12 Hasil Wawancara dengan Pedagang Pasar Tradisional Jorong Toboh Tangah Pertanyaan 12 73

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di berbagai negara terutama di Indonesia hampir seluruh kebutuhan manusia diperoleh dari hasil interaksi antar manusia yang dimana dalam agama Islam dengan istilah muamalah, terutama dalam hal jual-beli dan dapat dilihat di era sekarang banyak usaha dagang yang menyiapkan dan menawarkan berbagai kebutuhan manusia mulai dari pokok sampai kebutuhan primer. Islam tidak membiarkan begitu saja seseorang bekerja sesuka mereka untuk mencapai apa yang dia inginkan dengan menghalalkan segala cara seperti melakukan penipuan, kecurangan, riba, menyuap atau perbuatan yang tidak menyenangkan lainnya. Disini Islam memberikan garis pemisah yang dimana perbuatan boleh atau tidak boleh dilakukan, serta yang halal dan haram. Perlu diketahui juga bahwa ketika seseorang yang hendak berdagang dan dunia bisnis, hendaknya membekali diri dengan ilmu, minimal mengetahui transaksi jual beli yang dilarang.

Menurut Yusuf Qardawi dalam Mardani, etika berdagang (berbisnis) dalam Islam antara lain, menegakkan larangan memperdagangkan barang haram, bersikap benar, amanah, jujur, menegakkan keadilan, mengharamkan bunga, menerapkan kasih sayang, mengharamkan monopoli, menegakkan toleransi dan persaudaraan, serta berprinsip perdagangan merupakan bekal menuju akhirat. Islam menghendaki adanya keuntungan atau laba dalam bisnis. Namun, Islam tidak membiarkan begitu saja seorang bekerja sesuka hati untuk mencapai

keuntungan sebesar-besarnya dengan menghalalkan segala cara seperti melakukan penipuan, kecurangan, sumpah palsu, riba, menyuap dan perbuatan batil lainnya. Tetapi dalam Islam diberikan suatu batasan atau garis pemisah antara yang boleh dan yang tidak boleh, yang benar dan salah serta yang halal dan haram. Batasan atau garis pemisah inilah yang dikenal dengan istilah etika.[1]

Berdagang dengan menggunakan basis syariah akan membawa pedagang muslim kepada kesejahteraan di dunia dan akhirat. Pedagang yang bisa menempatkan prinsip syariah ke dalam proses berdagangnya, akan selalu melakukan semuanya dengan didasarkan keridhoan Allah karena mengingat apa yang ada di dunia selalu diawasi dan rezeki datangnya dari Allah. Selain itu pedagang juga seharusya memiliki mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam. Sehingga dalam memenuhi kesejahteraan masyarakatnya sudah seyogyanya menggunakan syari'ah Islam sebagai dasar dalam melakukan kegiatan sehari- hari. Dalam praktiknya, syari'ah Islam tidak hanya merujuk pada praktik-praktik ibadah saja, melainkan juga mengacu dan mengatur tentang praktik-praktik hubungan sesama manusia. Penggunaan istilah syariah bertujuan untuk menunjukkan penerapan sistem Islami dalam melakukan aktivitas-aktivitas ekonomi, yang saat ini menyebar ke berbagai sektor bisnis.[2]

Etika bisnis berfungsi sebagai *controlling* (pengatur) terhadap aktivitas

[1] Mabarroh Azizah and Hariyanto Hariyanto, 'Implementasi Etika Bisnis Islam Terhadap Konsep Green Economics', *Supremasi Hukum: Jurnal Kajian Ilmu Hukum*, 10.2 (2021), 237–52

[2] Jurnal Ekonomi and Hukum Ekonomi, 'Al-Iqtishadiyah', 7 (2021.)

ekonomi, karena secara filosofi etika mendasarkan diri pada nalar ilmu dan agama untuk menilai. Dengan kata lain, maka prinsip pengatuhuan akan etika bisnis mutlak harus dimiliki oleh setiap individu yang melakukan kegiatan ekonomi baik itu seorang pebisnis atau pedagang yang melakukan aktivitas ekonomi terutama para pedagang di pasar tradisional yang melakukan transaksi jual beli. Hakikatnya kegiatan bisnis harus dapat dioperasikan dengan berlandaskan pada nilai-nilai etika yang berlaku dimasyarakat. Keuntungan bukanlah satu-satunya maksud dan tujuan dari kegiatan bisnis namun kegiatan bisnis juga harus mampu berfungsi sebagai kegiatan sosial yang dilakukan dengan mengidahkan nilai-nilai dan norma-norma yang berlaku di masyarakat.

Nilai dan norma tersebut berada di dalam satu makna yaitu etika. Mengejar keuntungan pribadi tanpa memperdulikan pihak lain bahkan dapat merugikan orang lain sebaiknya dihindari dalam melakukan kegiatan bisnis. Dengan diterapkannya etika dalam berbisnis maka akan menumbuhkan perilaku yang etis dalam kegiatan berbisnis. Perilaku etis dalam berbisnis merupakan sesuatu yang penting dalam demi kelangsungan hidup bisnis itu sendiri. Bisnis yang tidak etis akan merugikan bisnis itu sendiri terutama jika dilihat dari perspektif jangka panjang. Bisnis yang baik selain menguntungkan juga harus baik secara moral, dengan perilaku yang baik sesuai dengan nilai-nilai moral.

Etika manajemen penting ditegakkan karena selain memberi manfaat yang merata juga memberikan rasa aman dalam menjalakkan kegiatan usaha, sehingga tujuan yang ingin dicapai dapat memberikan dampak yang positif seperti

adanya sebuah keadilan dalam bertransaksi tanpa adanya tindak kecurangan sedikitpun, menghindari praktik riba yang dalam ajaran islam diharamkan, dan menyentuh aspek sosial dengan cara berbagai hasil atau keuntungan bisnis melalui zakat, infaq, dan sedekah.

Semakin banyaknya kecurangan berbisnis yang menyebabkan timbulnya kegiatan bisnis yang tidak diperkenankan dalam Islam. Maka konsep implementasi etika bisnis disarankan agar diterapkan dalam aktivitas bisnis sehari hari, dengan harapan bahwa bisnis yang dikelola lebih bermanfaat dan membawa berkah atau manfaat bagi pelaku bisnis dan bagi pengguna atau konsumen. Jika konsep implementasi etika bisnis ini diterapkan dalam kegiatan bisnis maka bisnis tersebut akan menciptakan kesejahteraan bersama sehingga sesuai dengan tujuan Islam turun ke bumi yaitu *rohmatan lil'alamin.*

Konsep keesaan bukan hanya mengajarkan agar pelaku bisnis hanya memikirkan ibadah dengan tuhannya tetapi dengan bekal kedekatan tersebut manusia diharapkan memiliki etos kerja yang tinggi dan kerja keras untuk mencari sumber penghidupan seperti firman Allah:

.. يَأَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوْا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَّفْسٍ وَاحِدَةٍ وَخَلَقَ قلے مِنْهَا زَوْجَهَا وَبَثَّ مِنْهُمَا رجَا الً كَثِي ارا

وَنِسَا اء وَاتَّقُوا أَللَّ الَّذِي تَسَاءَلُوْنَ بِهِ وَالْأَرْحَامَ إِنَّ أَللَّ كَانَ عَلَيْكُمْ رَقِيب

Artinya: *"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu." (An-Nisa 4: 29)*

Implementasi dalam pengembangan Pasar Tradisional. Kondisi pasar tradisional yang lebih buruk dan tertinggal menyebabkan pasar tradisional sulit bersaing dengan pasar modern. Salah satu indikator menurunnya daya saing pasar tradisional dibuktikan dari tingkat keuntungan tingkat keuntungan yang mengalami penurunan. Hal ini juga menunjukkan bahwa kurang etika masyarakat dalam membawa dampak meningkatnya persaingan pasar dalam mendapatkan konsumen, sehingga pedagang di pasar tradisional berusaha menurunkan margin keuntungan melalui mekanisme tawar menawar.[3]

Kabupaten Agam terletak pada kawasan yang sangat strategis, dimana dilalui jalur Lintas Tengah Sumatera dan jalur Lintas Barat Sumatera dan dilalui oleh *Fider Road* yang menghubungkan Lintas Barat, Lintas Tengah dan Lintas Timur Sumatera yang berimplikasi pada perlunya mendorong daya saing perekonomian, pentingnya memanfatkan keuntungan geografis. Kabupaten Agam adalah kawasan perbukitan pegunungan dan pesisir yang didominasi oleh kawasan lindung dengan basis ekonomi pertanian (perkebunan lahan kering dan hortikultura) namun sekaligus adalah kawasan rawan bencana dengan sebaran potensi bahaya tsunami, abrasi, gerakan tanah longsor dan gempa serta letusan gunung berapi.[4]

Demikian juga terhadap pemenuhan berbagai infrastruktur yang masih

---

[3] Fitri Amalia, 'Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Bazar Madinah Depok',*ProsidingSeminas Competitive Advantage*, 1.2 (2012)

[4] Yunita Rahayu and Muhammad Iqbal Fasa, 'Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang', *Islamic Economics and Finance Journal*, 1.1 (2022), 1–12

terbatas. Malalak Timur merupakan sebuah nagari yang terletak di kecamatan Malalak Kabupaten Agam, disana terdapat sebuah pasar desa yang bernama Pasar Kamis. Pasar Kamis merupakan salah satu pasar desa yang sangat potensial, karena letaknya yang strategis yakni ditengah pusat nagari. Namun pasar kamis ini kurang mendapat perhatian dari pemerintah nagari karena sampai sekarang belum ada pembenahan atau pembangunan pasar agar lebih baik lagi.

Berdasarkan hasil wawancara menunjukkan bahwa pedagang di pasar tradisional Kecamatan Malalak memiliki kesadaran yang kuat terhadap implementasi etika bisnis Islam. Mereka menerapkan prinsip-prinsip integritas, keadilan, dan kejujuran dalam setiap aspek bisnis mereka. Dalam praktik sehari-hari, pedagang tersebut berusaha menjaga kejujuran dalam transaksi jual beli. Mereka tidak melakukan penipuan atau menimbun barang, serta memberikan harga yang adil kepada konsumen. Prinsip integritas tercermin dalam tindakan mereka untuk tidak menjual barang palsu atau merusak kualitas produk. Mereka berkomitmen untuk tidak terlibat dalam praktik-praktik bisnis yang bertentangan dengan ajaran agama Islam. Selain itu, pedagang di pasar tradisional Kecamatan malalak juga menjunjung tinggi prinsip keadilan. Mereka memberikan harga yang wajar dan adil kepada konsumen. Dari keseluruhan dapat disimpulkan, pedagang di pasar tradisional Kecamatan Malalak menerapkan etika bisnis Islam dengan menjaga kejujuran, integritas, dan keadilan dalam transaksi jual beli. Mereka memberikan harga yang adil kepada konsumen, tidak melakukan praktik yang melanggar aturan agama, dan memiliki tanggung jawab sosial dengan

memberikan bantuan kepada masyarakat yang membutuhkan.

Wawancara, pedagang di pasar tradisional Kecamatan Malalak merasakan beberapa manfaat dalam menerapkan etika bisnis Islam. Manfaat tersebut meliputi peningkatan kepercayaan pelanggan, keberlanjutan bisnis yang lebih baik, hubungan yang kuat dengan mitra bisnis dan pemasok, serta keberkahan dalam bisnis. Dengan menerapkan etika bisnis Islam, pedagang menciptakan lingkungan bisnis yang adil, jujur, dan berkah. Hambatan implementasi etika bisnis Islam dikalangan pedagang pada pasar tradisional kecamatan malalak dalam pengimplementasian etika bisnis islam di kalangan pedagang pada pasar tradisional kabupaten Malalak masih terdapat beberapa hambatan seperti kurangnya kesadaran dan pemahaman tentang prinsip-prinsip etika bisnis tekanan ekonomi dan persaingan yang ketat, keterbatasan sumber daya, kurangnya pengawasan dan penegakan hukum yang kuat, serta tantangan budaya dan tradisi.

Wawancara dengan pedagang pasar tradisional di Kecamatan Malalak, terdapat beberapa hambatan yang dihadapi dalam implementasi Etika Bisnis Islam. Salah satu hambatan utama adalah kurangnya pemahaman yang komprehensif tentang prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam di kalangan pedagang, hal ini juga dipengaruhi latar belakang pendidikan pedagang yang ada di pasar tradisional di kecamatan Malalak ini. Sebagian besar pedangan yang ada di pasar tradisional ini memiliki latar belakang lulusan dari Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan Sekolah Menengah Atas (SMA), sehingga mereka tidak begitu

memahami tentang praktik bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip ajaran Islam. Selain itu, terdapat hambatan dalam hal regulasi dan pemahaman konsep-konsep bisnis yang sesuai dengan Etika Bisnis Islam. Beberapa pedagang mungkin tidak tahu bagaimana menerapkan prinsip-prinsip seperti adil, jujur, dan transparan dalam kegiatan bisnis mereka. Kurangnya sumber daya dan akses ke pelatihan atau bimbingan yang memadai juga dapat menjadi hambatan dalam mengimplementasikan Etika Bisnis Islam. Selain itu, sulit untuk menemukan pemasok yang menyediakan bahan baku atau produk yang sesuai dengan standar etika bisnis Islam. Kesadaran dan pemahaman yang rendah tentang Etika Bisnis Islam juga menjadi hambatan dalam implementasi prinsip-prinsip ini. Baik pedagang maupun konsumen di pasar tradisional masih kurang paham akan konsep-konsep seperti adil, jujur, dan transparan dalam bisnis.[5]

Hal ini membuat sulit bagi pedagang untuk menerapkan prinsip-prinsip ini secara konsisten. Secara keseluruhan, hambatan-hambatan ini menunjukkan perlunya upaya lebih lanjut dalam memberikan pemahaman, pelatihan, dan akses yang lebih baik kepada pedagang pasar tradisional mengenai Etika Bisnis Islam. Selain itu, dukungan dari pemerintah, organisasi masyarakat, dan lembaga terkait juga dapat membantu mengatasi hambatan tersebut sehingga implementasi Etika Bisnis Islam dapat diterapkan di kalangan pedagang. Jadi berdasarkan latar belakang yang telah peneliti uraikan diatas dan dengan melihat secara langsung

[5] Hasil Wawancara jorong, (Hasbi 30 Januari 2025)

fakta yang berada di lapangan maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang bersangkutan dengan hal tersebut **"Implementasi Etika Manajemen Bisnis pada Pendagang Pasar Tradisional Malalak"**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas penulis merumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Kurangnya Pemahaman dan Kesadaram masyrakat tentang prinsip-prinsip bisnis syariah
2. Kurangnya sumber daya manusia yang memiliki kompentensi dan pengetahuan tentang bisnis syariah
3. Kurangnya pengawasan dan bentuk yang efektif dalam implementasi syariah

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas mengingatkan luas dan kompleksnya permasalahan yang ada serta keterbatasan peneliti maka peneliti membatasi ruang lingkup masalah yang akan diteliti lebih terfokus dalam implementasi etika bisnis syariah.

D. Rumusan Masalah

Berdasarakan pemaparan dari latar belakang masalah yang dikemukakan maka masalah penelitian maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana implementasi etika bisnis syariah pada pedagang di pasar tradisional di Malalak?
2. Apa saja hambatan yang dihadapi pedagang dalam mengimplementasikan

etika bisnis syariah pada pedagang di pasar tradisional di Malalak?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini jika dikaitkan dengan rumusan masalah tersebut diatas adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana implementasi etika bisnis syariah pada pedagang di pasar tradisional di Malalak
2. Untuk mengetahui apa saja hambatan yang dihadapi pedagang dalam mengimplementasikan etika bisnis syariah pada pedagang di pasar tradisional di Malalak?

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini yaitu:

1. Bagi penulis
   a. Memenuhi salah satu syarat tugas akhir dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dari Program Studi S1 Manajemen Bisnis Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.
   b. Menambah wawasan terkait dengan kajian Ilmu Ekonomi, ilmu manajemen dan Bisnis Syariah.
2. Bagi Akademik

   Untuk menambah ilmu pengetahuan dalam kajian ekonomi dan bisnis serta sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya khususnya Program Studi Manajemen Bisnis Syariah.

G. Penjelasan Judul

Implementasi: Proses penerapan atau pelaksanaan suatu konsep, aturan, maupun nilai-nilai dalam aktivitas nyata.[6] Dalam penelitian ini, implementasi mengacu pada bagaimana pedagang menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam kegiatan jual beli sehari-hari.

Etika Bisnis Islam: Seperangkat nilai, prinsip, dan norma yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis yang menjadi pedoman bagi umat Islam dalam menjalankan kegiatan bisnis. Etika bisnis Islam bertujuan agar aktivitas perdagangan berorientasi pada keuntungan, dengan kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan kemaslahatan. Dalam penelitian ini, etika bisnis Islam diukur melalui empat sifat utama Rasulullah SAW sebagai pedoman perilaku bisnis.[7]

Berdasarkan penjelasan tersebut, yang dimaksud dengan **"Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang Pasar Tradisional Malalak"** adalah penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana pedagang di Pasar Tradisional Malalak menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam yang meliputi sifat *Shiddiq*, *Amanah*, *Fathanah*, dan *Tabligh*, serta mengidentifikasi berbagai

[6] Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2023), 9
[7] Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), 35–42

hambatan yang dihadapi dalam menerapkan nilai-nilai tersebut selama menjalankan aktivitas perdagangan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Etika Bisnis Islam

a. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika adalah Sebuah disiplin ilmu yang berisi patokan patokan tentang kebaikan dan keburukan dan yang bermanfaat atau tidak bermanfaat. Menurut Webster dictionary, secara etimologis, etika adalah suatu disiplin ilmu yang menjelaskan sesuatu yang baik dan yang buruk, mana tugas atau kewajiban moral atau bisa juga mengenai kumpulan prinsip atau nilai moral. Bisnis Islami adalah sebagai serangkaian aktivitas bisnis yang didalamnya terdapat pembatasan tentang cara memperoleh keuntungan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haramnya).

Dengan demikian secara filosofis etika Islam mendasarkan diri pada nalar ilmu dan agama untuk menilai suatu perilaku manusia. Landasan penilaian ini dalam praktik kehidupan dimasyarakat sering kita temukan, bahwa secara agama dinilai baik atau buruk atau jahat sering diperkuat dengan alasan alasan dan argument argumen ilmiah atau ilmu dalam agama Islam yang telah berabad abad dinyatakan dalam agama maka dapat dibenarkan secara ilmiah oleh orang yang mencari kebenaran. Bahkan sering dalam perjalanan filosof dan para ilmuan telah

banyak membuktikan kebenaran agama Islam secara ilmiah untuk berbagai bidang dan aspek paradigma ilmu pengetahuan termasuk ilmu pengetahuan perilaku manusia dalam hubungannya dengan manusia dan alam sekitar. Menurut Fauroni, kata bisnis sendiri telah disebutkan di dalam al quran dengan sebutan *al tijarah, isytara* dan *al-ba'i tadayantum* dan yang paling sering disebutkan adalah al tijarahi atau tijaraha yang bermakna berdagang.

Menurut ar Raghib al Asfahani dalam al Mufradat fi gharib al-Qur'an, at-tijarah memiliki arti pendayagunaan kekayaan dan tujuan memperoleh profit. Nilai etik inilah yang mendorong manusia menjadi sosok individu yang mulia dan senantiasa melakukan tindakan yang menyejukkan hati misalkan keterbukaan, keseimbangan dan kesenangan.[8]

Etika Bisnis dalam pasar Syariah memiliki peran penting dalam mengatur perilaku bisnis yang tepat dengan akidah Islam. Pengembangan pasar Syariah dilatarbelakangi oleh meningkatnya kebutuhan akan produk dan jasa yang memenuhi standar kehalalan dan keberkahan. Di tengah pergeseran paradigma ekonomi global, pokok permasalahan dari sistem ekonomi pasar syariah saat ini adalah bagaimana menciptakan

[8] Ika Rinawati, M Yusuf Azwar Anas, and Yuliyanti M Manan, 'Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Perspektif Manajemen Pemasaran', *Al-Iqtishadiyah: Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah*, 7.2 (2021), 126–44

sistem bisnis yang adil, transparan, dan bertanggung jawab dalam konteks syariah. Tujuan utama etika bisnis pasar syariah adalah mempromosikan nilai-nilai keadilan, keberkahan, dan keberlanjutan yang mengakar pada prinsip-prinsip Islam. Materi ini akan membahas berbagai aspek penting dalam etika bisnis syariah, termasuk prinsip-prinsip utamanya, peraturan yang mengaturnya, dan praktik terbaik yang dapat diterapkan dalam ruang lingkup pasar syariah. Dengan memahami dasar-dasar etika bisnis syariah, diharapkan para pembaca dapat menjalankan bisnis dengan integritas dan menjawab tantangan.

Bisnis tanpa etika membawa kehancuran masih segar dalam ingatan kita pertengahan 1997, Negara Indonesia dilanda krisis moneter, penyebab utamanya dalah adanya liberalisasi ekonomi Indonesia, Bank boleh berdiri bebas,dengan modal 10 milyar saja orang bisa mendirkan usaha bank. Ekonomi Indonesia tumbuh pesat dengan modal pinjaman atau hutang luar negeri. Kapitalis-kapitalis baru bermunculan.

1) Ersatz capitalist atau kapitalis yang dikarbit, pengusaha yang menjadi besar seketika, karena banyaknya fasilits dari lingkunganya.
2) Bereaucratic capitalist yaitu pengusaha yang menjadi besar karena adanya jalur birokrat yang memberi berbagai kemudahan bagi seseorang untuk mendapat proyekdan sumber dana murah.
3) Crony capitalist yaitu pengusaha yang cepat besar karena bantuan dari

konco-konco atau familinya. Ini bisa bersifat hubungan teman ipar-besan, bapak-anak- keponakan dan sebagaian. Karena terlalu bebasnya pertumbuhan ekonomi Indonesia, maka pihak swasta mengambil utang luar negeri luar biasa besarnya, tanpa pengawasan oleh pemerintah disamping utang pemerintah sendiri. Para pengusaha kita menggunakan pinjaman luar negeri ini, tanpa perhitungan, pinjaman jangka pendek di gunakan dalam penanaman modal jangka panjang. Semua mereka menuju jurang kehancuran.[9]

Dalam hal lain kita perhatikan keadaan *seller's market*, artinya pasar dikuasai oleh penjual, dimana penjual yang berkuasa, ada nuansa monopoli, maka etika bisnis kurang diperhatikan. Keadaan seller's market ini ditemukan pada negara-negara belum maju, barang dan jasa yang ditawarkan masih langka, saingan belum banyak, sehingga para konsumen tidak mempunyai 6 pilihan lain kecuali membeli produk yang ada di pasar. Para produsen tidak memperhatikan selera konsumen, dan tidak memberikan pelayanan yang memuaskan. Akibatnya akan timbul konsumerisme. Konsumerisme bukan berarti konsumtifisme. Konsumerisme artinya ialah satu gerakan protes dari masyarakat konsumen terhadap perlakuan yang tidak memuaskan dan sangat merugikan oleh pihak produsen terhadap masyarakat konsumen.

[9] Siti Halimah Assa'diyah, 'Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Di Kedawung Mojo Kediri', 2019

Misalnya harga BBM dan Gas naik, masyarakat protes, ini disebut konsumerisme.

Produsen menjanjikan hadiah, tapi tidak jadi, produsen menyatakan barangnya berkualitas baik, tapi ternyata cepat rusak, daging yang dijual di pasar, makanan kaleng, susu bubuk untuk bayi, tidak memenuhi standar kesehatan dan halal, promosi yang menyesatkan, maka konsumen mengajukan protes, ini namanya konsumerisme. Konsumerisme tidak sama degan konsumtivisme Untuk mengatasi konsumerisme yang makin membahayakan, maka pemerintah harus turun tangan menyelesaikan masalah ini dengan mengeluarkan berbagai peraturan yang melindungi konsumen dan memaksakan berlakunya etika dalam bisnis. Pemerintah mengeluarkan berbagai peraturan misalnya hewan harus dipotong di rumah potong resmi, cantumkan label halal, tanggal kadaluwarsa, susu bubuk ini tidak layak untuk bayi, rokok berbahaya buat kesehatan dan sebagainya. Peraturan-peraturan ini sangat membantu memperbaiki sebagian kecil penerapan etika bisnis di masyarakat. [10]

Bisnis Tanpa Etika Membawa Kehancuran Masih segar dalam ingatan kita pertengahan 1997, Negara Indonesia dilanda krisis moneter,

[10] Abdul Hasis, 'Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako Di Pasar Bringkoning Desa Tlagah Kecamatan Banyuates Kabupaten Sampang', *Islamic Economics And Finance Journal*, 1.2 (2023), 132–40

penyebab utamanya dalah adanya liberalisasi ekonomi Indonesia, Bank boleh berdiri bebas, dengan modal 10 milyar saja orang bisa mendirkan usaha bank. Ekonomi Indonesia tumbuh pesat dengan modal pinjaman atau utang luar negeri. Kapitalis-kapitalis baru bermunculan.

1) *Ersatz capitalist* atau kapitalis yang dikarbit, pengusaha yang menjadi besar seketika, karena banyaknya fasilits dari lingkunganya.
2) *Bereaucratic capitalist* yaitu pengusaha yang menjadi besar karena adanya jalur birokrat yang memberi berbagai kemudahan bagi seseorang untuk mendapat proyekdan sumber dana murah.
3) *Crony capitalist* yaitu pengusaha yang cepat besar karena bantuan dari konco-konco atau familinya.Ini bisa bersifat hubungan teman ipar- besan, bapak-anak-keponakan dan sebagaian.

Coutry rial negara Indonesia akan meningkat di mata Internasional, orang mulai tidak percaya pada pemerintah. Citra ini muncul karena etika bisnis pengusaha karbitan ini, betul-betul sangat rendah, mereka membangun gedung-gedung bertingkat, mobil mewah, pesawat terbang pribadi, dan banyak pengeluaran tidak produktif. Dalam bidang perbankan, para nasabah mulai tidak percaya. Mereka berusaha menarik tabungannya dari bank. Akibatnya bank kekurangan likuiditas guna membayar kembali dana tabungan nasabah yang ada di bank. Mereka minta bantuan likuiditas pada Bank Indonesia. Dengan kebijaksanaan pemerintah, maka diperintahkan agar BI membantu bank-

bank yang diserbu nasabahnya, bank ini diberi bantuan yang terkenal dengan BLBI (Bantuan Likuiditas Bank Indonesia).

Bantuan yang diberikan dengan niat baik dari pemerintah ini, disalahgunakan pula oleh Pengusaha Perbankan. Mereka menyalahgunakan uang bantuan ini untuk mereka gunakan sendiri atau dilarikan ke luar negeri. Akhirnya muncul lagi krisis berikutnya yaitu krisis penggunaan BLBI. Banyak pengusaha dan pejabat BI, para birokrat yang diadili dan da juga yang dipenjara karena manipulasi penggunaan BLBI tersebut. Krisis moneter yang dihadapi negara kita tak kunjung selesai, karena para pengusahanya melakukan aktivitas bisnis yang tidak etis. Semua mereka menuju jurang kehancuran. [11]

Dalam hal lain kita perhatikan keadaan seller's market, artinya pasar dikuasai oleh penjual, dimana penjual yang berkuasa, ada nuansa monopoli, maka etika bisnis kurang diperhatikan. Keadaan seller's market ini ditemukan pada negara-negara belum maju, barang dan jasa yang ditawarkan masih langka, saingan belum banyak, sehingga para konsumen tidak mempunyai 6 pilihan lain kecuali membeli produk yang ada di pasar. Para produsen tidak memperhatikan selera konsumen, dan tidak memberikan pelayanan yang memuaskan. Akibatnya akan timbul konsumerisme. Konsumerisme bukan berarti konsumtifisme.

[11] Noorma Yunia, 'Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menjalankan Usaha Kecil', *Aksioma Al- Musaqoh*, 1.1 (2018)

Konsumerisme artinya ialah satu gerakan protes dari masyarakat konsumen terhadap perlakuan yang tidak memuaskan dan sangat merugikan oleh pihak produsen terhadap masyarakat konsumen. Misalnya harga BBM dan gas naik, masyarakat protes, ini disebut konsumerisme. Produsen menjanjikan hadiah akan tetapi hadiah tersebut tidak diberikan, produsen menyatakan barangnya sangat berkualitas namun pada kenyataannya barang tersebut cepat mengalami kerusakan. Sama halnya dengan daging yang dijual di pasar, makanan kaleng, susu formula bayi, tidak memenuhi standar kesehatan dan halal, promosi yang menyesatkan, maka konsumen mengajukan protes, ini namanya konsumerisme. Konsumerisme tidak sama degan konsumtivisme Untuk mengatasi konsumerisme yang makin membahayakan, maka pemerintah harus turun tangan menyelesaikan masalah ini dengan mengeluarkan berbagai peraturan yang melindungi konsumen dan memaksakan berlakunya etika dalam bisnis. Pemerintah mengeluarkan berbagai peraturan misalnya hewan harus dipotong di rumah potong resmi, cantumkan label halal, tanggal kadaluwarsa, susu bubuk ini tidak layak untuk bayi, rokok berbahaya buat kesehatan dan sebagainya.

Peraturan-peraturan ini sangat membantu memperbaiki sebagian kecil penerapan etika bisnis di masyarakat menjalankan bisnis

jasa keuangan.[12] Sayangnya yang banyak terjadi dalam praktek jasa keuangan di lapangan, tujuan utama pelaku bisnis hanyalah mengejar keuntungan setinggi-tingginya sehingga seringkali melakukan pelanggaran etika. Etika bisnis dapat diartikan etika yang diaplikasikan pada kegiatan bisnis (Chryssides dan Kaler, 1993). Etika bisnis dapat diartikan juga sebagai aturan tingkah laku dalam pengambilan keputusan bisnis (Jones dan Pollitt, 1998), dan dalam rangka memenuhi harapan masyarakat dari kegiatan bisnis (Grace dan Cohen, 1995).

Oleh karenanya, Donaldson (1982) menyatakan bahwa bisnis memiliki kewajiban moral untuk memproduksi barang dan jasa secara efisien demi kesejahteraan masyarakat, bukan hanya sekedar mengejar keuntungan semata. Lebih lajut, Steward (1996) menyatakan bahwa tanpa adanya kerangka etika yang mengatur tingkah laku bisnis dan tingkah laku individu maka bisnis tidak akan dapat berjalan dengan baik bahkan dapat menimbulkan kekacauan. Berrone et al. (2005) meneliti mengenai dampak identitas etis pada kinerja keuangan perusahaan dan hasilnya mengindikasikan bahwa "etika yang terungkap" yang merupakan salah satu aspek dalam mengkomunikasikan identitas etis perusahaan, memiliki nilai yang sangat berharga dan meningkatkan nilai

[12] Athala Rania Insyrah and Ahmad Afandi, 'Implementasi Etika Bisnis Islam Di Kalangan Pedagang Pada Pasar Tradisional Kota Serbelawan', *Al-Multazim: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 3.2 (2023), 407–23

saham, sementara “etika terapan” yang merupakan semua tindakan/ kebijakan etis dan melampaui komunikasi nilai etis memiliki dampak positif dalam meningkatkan kepuasan pemegang saham.

Etika Bisnis Islam Etika bisnis Islam mengajarkan bahwa laba yang diperbolehkan harus sesuai dengan hukum nasional maupun syariah yang berlaku, serta tingkat laba tidak menjurus pada eksploitasi, gangguan fungsi pasar, dan kejahatan sehingga penetapan harga yang berlebihan sehingga merugikan masyarakat jelas tidak diperkenankan (Basah dan Yusuf, 2013). Yusuf (1990) juga menyatakan hal yang serupa yaitu bahwa pencapaian ekonomi terkait dengan keyakinan, ibadah, juga moral seorang muslim dan etika bisnis Islam yang utama adalah kejujuran, kebenaran, pemenuhan hak, dan bertingkahlaku baik. Secara umum, prinsip etika bisnis Islam menurut Qardhawi (2001) harus memenuhi persyaratan sebagai berikut:

a. Akidah Dengan adanya penyerahan diri kepada Allah Ta’ala maka pelaku bisnis akan selalu menjaga perbuatannya dari hal-hal yang dilarang oleh syariah.
b. Shiddiq Sifat shiddiq mendorong rasa tanggung jawab atas segala perbuatan dalam hal muamalah.
c. Sifat fathanah ini mendorong kearifan berpikir dan bertindak sehingga keputusan yang dihasilkan menunjukkan profesionalisme yang didasarkan sikap akhlak seperti akhlak Rasulullah Saw.

d. Amanah/jujur Hubungan bisnis yang dilandasi kejujuran memunculkan kepercayaan yang merupakan hal paling mendasar dari semua hubungan bisnis.
e. Tabligh Kemampuan berkomunikasi dalam kata tabligh menunjukkan proses menyampaikan sesuatu untuk mempengaruhi orang lain melalui perkataan yang baik.
f. Tidak melakukan praktik bisnis yang bertentangan dengan syariah, antara lain:
    1) Produk dan jasa yang dijual haram

        Gharar adalah salah satu jual beli yang mengandung unsur penipuan karena dalam akadnya transaksi yang dilakukan belum jelas.
    2) Al-Gabn dan Tadlis Al Gabn adalah harga yang ditetapkan jauh dari rata-rata yang ada baik lebih rendah maupun lebih tinggi, sedangkan Tadlis adalah penipuan dengan menutupi kecacatan sebuah barang yang akan dijual saat transaksi terjadi.
    3) Riba jual beli yaitu riba fadlal adalah kelebihan yang diperoleh dalam transaksi tukar- menukar barang.
    4) Ihtikar adalah menimbun barang dengan harapan mendapatkan harga tinggi di kemudian hari.
    5) Mengurangi timbangan atau takaran.

Sedangkan menurut Agustin (2017), ada tiga aktivitas keuangan

yang harus berlandaskan etika bisnis Islam yaitu:

a. Aktivitas perolehan dana. Harus memperhatikan cara-cara yang sesuai dengan syariah seperti mudharabah, musyarakah, murabahah, salam, istisna', ijarah, sharf, wadi'ah, qardhul hasan, wakalah, kafalah, hiwalah, dan rahn.
b. Aktivitas pengelolaan aktiva. Memperhatikan prinsip "uang sebagai alat tukar bukan sebagai komoditas yang diperdagangkan", dapat dilakukan secara langsung atau melalui lembaga intermediari seperti bnk syariah atau reksadana syariah.
c. Aktivitas penggunaan dana. Harus digunakan untuk hal-hal yang dianjurkan seperti zakat, infaq, shadaqah, waqaf, dan untuk hal-hal yang tidak dilarang seperti membeli barang konsumtif, rekreasi, dsb.

Etika bisnis Islam menegaskan bahwa segala kegiatan ekonomi harus tunduk kepada etika, dan bukan sebaliknya (Naqvi, 1981). Lewis and Algaoud (2001) menegaskan bahwa nilai-nilai etika bisnis Islam seharusnya tercermin dalam segala aspek kegiatan bisnis sesuai nilai moralitas dan spiritualitas sehingga akan meningkatkan pandangan hidup Islami. Haniffa dan Hudaib (2007) menyatakan bahwa jasa keuangan syariah semestinya menjunjung tinggi nilai etika bisnis Islam sebab memiliki filosofi bertingkahlaku etis dengan mempromosikan keadilan dan kesejahteraan dalam masyarakat dan mencari ridho Ilahi. Obaidullah (2005) menyatakan bahwa semua transaksi bisnis yang berpedoman pada

prinsip etika bisnis Islam harus sesuai dengan aturan syariah.[13]

b. Jenis-Jenis Etika Bisnis Islam

Klasifikasi etika dapat dikelompokkan menjadi beberapa kelompok, yang terdiri dari:

1) Etika Deskriptif, dimana obyek yang dinilai adalah sikap dan perilaki yang sifatnya membudaya.
2) Etika Normatif, dimana obyek yang dinilai adalah sikap dan perilaku harus sesuai dengan norma dan moralitas berdasarkan acuan umum.
3) Etika Deontologi, etika yang didorong dengan suatu kewajiban untuk berbuat baik.
4) Etika Teleologi, etika ini diukur dari tujuan yang dicapai oleh pelaku kegiatan. Aktivitas akan dinilai baik jika bertujuan baik. Artinya sesuatu yang akan dicapai adalah sesuatu yang baik dan mempunyai akibat yang baik. Baik ditinjau dari kepentingan pihak yang terkait, maupun dilihat dari kepentingan semua pihak.

c. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Dalam hukum Islam disebutkan bagaimana pinsip-prinsip dalam berbisnis. Etika bisnis Islami merupakan tata cara pengelolaan bisnis berdasarkan Al-Qur'an, hadist, dan hukum yang telah dibuat oleh para ahli fiqih. Prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islami harus mencakup:

[13] Muhammad Djakfar, 'Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam' (UIN-Maliki Press, 2007

1) Prinsip Kesatuan

Prinsip kesatuan merupakan landasan yang sangat filosofis yang dijadikan sebagai pondasi utama setiap langkah seorang Muslim yang beriman dalam menjalankan fungsi kehidupannya. Landasan tauhid atau ilahiyah ini bertitik tolak pada keridhoan Allah, tata cara yang dilakukan sesuai dengan syariah-Nya. Kegiatan bisnis dan distribusi diikatkan pada prinsip dan tujuan ilahiyah.

2) Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan acuan yang adil dan sesuai dengan kriteria yang rasional objektif dan dapat dipertanggungjawabkan. Keadilan menuntut agar tidak boleh ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya. Dalam beraktivitas didunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihakyang tidak disukai. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam surat Al-Maidah ayat 8:

يَاَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِيْنَ أَللَّ شُهَدَاءَ بالقِسْطِ وَلَّ يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَانُ قَوْمٍ عَلَى الَّ تَعْدِلُوا اعْدِلُوا ۖ هُوَ اَقْرَبُ لِلتَّقْوَى إِنَّ أَللَّ خَبِيرٌ بِمَا وَاتَّقُوا أَللَّ

Artinya: "*Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu Jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk Berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan"*

3) Prinsip Kehendak Bebas

Kebebasan berarti bahwa manusia sebagai individu dan kolektif mempunyai kebebasan penuh untuk melakukan aktivitas bisnis. Dalam ekonomi, manusia bebas mengimplementasikan kaidah-kaidah Islam karena masalah ekonomi termasuk kepada aspek muamalah bukan ibadah maka berlaku padanya kaidah umum "semua boleh kecuali yang dilarang" yang tidak boleh dalam Islam adalah ketidakadilan dan riba.

4) Prinsip Tanggungjawab

Dalam dunia bisnis, pertanggungjawaban dilakukan kepada dua sisi yakni sisi vertikal (kepada Allah) dan sisi horizontalnya kepada masyarakat atau konsumen. Tanggungjawab dalam bisnis harus ditampilkan secara transparan (keterbukaan), kejujuran, pelayanan yang optimal dan berbuat yang terbaik dalam segala urusan. secara ogis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya.

5) Prinsip Kebenaran

Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan prilaku benar yang meliputi proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dalam prinsip ini terkandung dua unsur penting yaitu kebajikan dan kejujuran. Kebajikan dalam bisnis ditunjukkan dengan sikap kerelaan dan keramahan dalam bermuamalah, sedangkan

kejujuran ditunjukkan dengan sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan sedikitpun. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian dalam bisnis. Sebagaimana firman Allah dalam QS. Al- Isra' ayat 35 yang berbunyi

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَٰلِكَ خَيْرٌ

Artinya: "*Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih*

Berdasarkan ayat di atas dapat dipahami bahwa al-Qur'an telah memberi penegasan bahwasannya hal mendasar yang digunakan untuk membangun dan mengembangkan bisnis yang beretika adalah dengan menyempurnkan segala transaksi yang berkaitan dengan media takaran dan timbangan.[14]

d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pedagang

Pengertian perilaku pedagang tersusun dari dua kata, yaitu kata perilakudan pedagang. Perilaku adalah suatu sifat yang ada dalam diri manusia sederhananya di dorong oleh motif tertentu. Dalam kamus besar Bahasa Indonesia, Perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu yang terwujud dalam gerakan (sikap), tidak saja badan atau ucapan.

[14] Destiya Wati, Suyudi Arif, and Abrista Devi, 'Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop', *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3.1 (2022), 141–54

Sedangkan pengertian pedagang secara etimologi adalah orang yang berdagang atau bisa disebut juga saudagar. Pedagang ialah orang yang melakukan perdagangan, memperjual belikan produk atau barang yang tidak diproduksi sendiri untuk memperoleh keuntungan. Pedagang bisa juga dengan mereka yang melakukan perbuatan perniagaan sebagai pekerjaannya sehari-hari.

Dari beberapa definisi di atas, dapat dipahami bahwa yang dimaksud perilaku pedagang adalah suatu tanggapan atau reaksi pedagang terhadap rangsangan atau lingkungan yang ada di sekitar. Banyaknya perilaku pedagang, mengakibatkan juga banyaknya tanggapan tentang apa yang terjadi. Perilaku pedagang juga akan mempengaruhi harga yang ada pada pasar, terkait dengan apa yang telah disajikan oleh pemerintah atau isu yang telah berkembang. Semisal, tanggapan pedagang biasanyan akan bereaksi apabila adanya isu tentang kenaikan premium yang sebelumnya hanya isu berkembang. Adanya isu tersebut, mengakibatkan reaksi terhadap pedagang untuk langsung menaikan harga barang dagangannya, sebelum ada pengumuman resmi dari pemerintah tentang kenaikan harga premium. Hal diataslah yang dinamakan reaksi pedagang dalam mengambil keputusan, dan hal tersebutlah yang dinamakan adanya reaksi atau perilaku pedagang yang diambil pada isu kekinian.[15]

[15] Hafiz Juliansyah, ‘Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Ciputat’, 2011

2. Implementasi Etika Bisnis Islam

Islam memandang bahwa bekerja merupakan satu kewajiban bagi setiap insan. Karena dengan bekerja, seseorang akan memperoleh penghasilan yang dapat memenuhi kebutuhan hidup dirinya dan juga keluarganya serta dapat memberikan mashlahah bagi masyarakat di sekitarnya. Oleh karenanya Islam bahkan mengkategorikan bekerja sebagai ibadah. Dalam mewujudkan nilai-nilai ibadah dalam bekerja yang dilakukan oleh setiap insan, diperlukan adab dan etika yang membingkainya, sehingga nilai-nilai luhur tersebut tidak hilang sirna sia-sia. Diantara adab dan etika bekerja dalam Islam adalah:

a) Bekerja dengan ikhlas karena Allah. Ini merupakan landasan terpenting bagi seorang yang bekerja. Artinya ketika bekerja, niat utama adalah karena Allah. Bekerja adalah kewajiban dari Allah yang harus dilakukan oleh setiap hamba. Memberikan nafkah kepada diri dan keluarga adalah kewajiban dari Allah, dan dengan bekerja, dapat menunaikan kewajiban-kewajiban Islam yang lain, seperti zakat, infak dan shodaqah.
b) Tekun dan sungguh-sungguh dalam bekerja. Implementasi dari keikhlasan dalam bekerja adalah *itqon* (profesional) dalam pekerjaan. Kehadiran tepat waktu, menyelesaikan apa yang sudah menjadi kewajiban secara tuntas, tidak menunda- nunda pekerjaan, tidak mengabaikan pekerjaan adalah bagian yang tidak terpisahkan dari esensi bekerja itu sendiri yang merupakan ibadah kepada Allah.

c) Jujur dan amanah. Etika lain dari bekerja dalam Islam adalah jujur dan amanah. Karena pada hakekatnya pekerjaan yang dilakukan merupakan amanah, baik secara duniawi dari atasan atau pemilik usaha, maupun secara duniawi dari Allah yang akan dimintai pertanggungjawaban atas pekerjaan yang dilakukan. Implementasi jujur dan amanah dalam bekerja adalah dengan tidak mengambil sesuatu yang bukan menjadi haknya, tidak curang, obyektif dalam menilai, dan sebagainya.

d) Menjaga etika sebagai seorang muslim. Bekerja juga harus memperhatikan adab dan etika sebagai seroang muslim, seperti etika dalam berbicara, menegur, berpakaian, bergaul, makan, minum, rapat, dan sebagainya. Bahkan akhlak atau etika ini merupakan ciri kesempurnaan iman seorang mukmin.

e) Tidak melanggar prinsip-prinsip syariah. Aspek lain dalam etika bekerja dalam Islam adalah tidak boleh melanggar prinsip-prinsip syariah dalam pekerjaan yang dilakukan. Tidak melanggar prinsip syariah ini dapat dibagi menjadi beberapa hal, Pertama dari sisi zat atau substansi dari pekerjaan, seperti memproduksi barang yang haram, menyebarluaskan kerusakan (seperti pornografi dan permusuhan), riba, dan *risywah.* Kedua dari sisi penunjang yang tidak terkait langsung dengan pekerjaan, seperti tidak menutup aurat, ikhtilat antara laki-laki dengan perempuan akan menimbulkan fitnah dalam persaingan dan sebagainya. Pelanggaran-pelanggaran terhadap prinsip syariah, selain mengakibatkan dosa dan

menjadi tidak berkahnya harta, juga dapat menghilangkan pahala amal shaleh kita dalam bekerja.

f) Menghindari syubhat Dalam bekerja terkadang seseorang dihadapkan dengan adanya syubhat atau sesuatu yang meragukan dan samar antara kehalalan dengan keharaman. Seperti unsurunsur pemberian dari pihak luar, yang terdapat indikasi adanya satu kepentingan tertentu, atau seperti bekerja sama dengan pihak-pihak yang secara umum diketahui terdapat pelanggaran terhadap syariah. Dan syubhat semacam ini dapat berasal dari internal maupun eksternal.

g) Menjaga ukhuwah Islamiyah. Aspek lain yang juga sangat penting diperhatikan adalah masalah ukhuwah islamiyah antara sesama muslim. Jangan sampai dalam bekerja atau berusaha melahirkan perpecahan di tengah-tengah kaum muslimin.

Etos kerja dalam bisnis yang pengertiannya *Ethos* berasal dari bahasa Yunani yang berarti sikap, kepribadian, watak, karakter serta keyakinan atas sesuatu. Sikap ini tidak saja dimiliki oleh individu, tetapi juga oleh kelompok bahkan masyarakat. Ethos dibentuk oleh berbagai kebiasaan, pengaruh, budaya serta sistem nilai yang diyakini. Dari kata etos ini dikenal pula kata etika yang hampir mendekati pada pengertian akhlak atau nilai-nilai yang berkaitan dengan baik buruk moral sehingga dalam etos tersebut terkandung gairah atau semangat yang amat kuat untuk mengerjakan sesuatu secara optimal lebih baik dan bahkan berupaya untuk mencapai kualitas kerja

yang sesempurna mungkin. Agama Islam yang berdasarkan al-Qur'an dan al-Hadits sebagai tuntunan dan pegangan bagi kaum muslimin mempunyai fungsi tidak hanya mengatur dalam segi ibadah saja melainkan juga mengatur umat dalam memberikan tuntutan dalam masalah yang berkenaan dengan kerja.

Bekerja adalah fitrah dan sekaligus merupakan salah satu identitas manusia, sehingga bekerja yang didasarkan prinsip-prinsip iman tauhid, bukan saja menunjukkan fitrah seorang muslim, tetapi sekaligus meninggikan martabat sebagai hamba Allah yang mengelola seluruh alam sebagai bentuk dari cara mensyukuri kenikmatan dari Allah. Dengan demikian sangat besar tuntutan untuk bekerja, tidak ada alasan lagi bahwa kaum muslimin berada dalam kemunduran, pengangguran, kemiskinan dan keterbelakangan.

Realita kehidupan umat seperti kemunduran, pengangguran, kemiskinan dan keterbelakangan ternyata melahirkan sinyalemen bahwa keadaan umat yang demikian dikarenakan umat muslim tersebut menderita kelemahan etos kerja. Masalah etos kerja menjadi salah satu bahan pembicaran yang ramai di masyarakat. Pembicaraan itu tidak jarang dalam suasana khawatir bahwa jika sebagai bangsa atau umat muslim tidak dapat menumbuhkan etos kerja yang baik, maka kemungkinan besar umat Islam akan tetinggal oleh umat non-Muslim yang telah maju dan makmur. Dengan demikian perlu adanya kesadaran yang mendalam dalam pribadi muslim

untuk menumbuhkan semangat bekerja.

Dalam al-Qur'an dikenal kata itqon yang berarti proses pekerjaan yang sungguh- sungguh, akurat dan sempurna. Etos kerja seorang muslim adalah semangat untuk menapaki jalan lurus, dalam hal mengambil keputusan dan memegang amanah. Dalam kamus Bahasa Indonesia, bisnis diartikan sebagai usaha dagang, usaha komersial didunia perdagangan, dan bidang usaha. Bisnis adalah sebuah aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengolahan barang (produksi).

Skinner mengatakan bisnis adalah pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Barang yang dimaksud adalah suatu produk yang secara fisik memiliki wujud, sedangkan jasa adalah aktivitas-aktivitas yang memberi manfaat kepada konsumen atau pelaku bisnis lainnya. Dapat disimpulkan bahwa pelaku bisnis akan melakukan aktivitas bisnis dalam bentuk memproduksi atau mendistribusikan barang dan jasa dengan tujuan mencari profit serta memuaskan keinginan konsumen. Dalam kajian Islam, aktivitas bisnis sangatlah dianjurkan. Karena salah satu pintu kesuksesan diyakini adalah dari pintu bisnis. Kaitannya dengan ini aktifitas bisnis adalah salah satu bagian dari praktek bermuamalah.

Bisnis adalah sebuah aktifitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengolahan barang (produksi). Menurut Yusanto dan Wijayakusuma, lebih khusus terhadap

bisnis Islami adalah serangkaian aktifitas bisnis dalam berbagai bentuk yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperoleh dan pendayagunaan harta karena aturan halal dan haram. Secara umum terdapat empat jenis input yang digunakan oleh pelaku bisnis, antara lain:

1) Sumber daya manusia, yang sekaligus berperan sebagai operator dan pengendali organisasi bisnis.
2) Sumber daya alam, termasuk tanah dengan segala yang dihasilkannya.
3) Modal, meliputi keseluruhan alat dan perlengkapan serta dana yang digunakan dalam produksi dan distribusi barang dan jasa.
4) *Enterpreneurship*, yang mencakup ketrampilan dan keberanian untuk memgombinasikan ketiga faktor produksi diatas untuk mewujudkan suatu bisnis dalam rangka menghasilkan barang dan jasa.

Workaholic Dalam Pandangan Islam Seiring perkembangan zaman dan semakin meningkatnya kebutuhan hidup setiap orang, kini pekerjaan sudah menjadi sebuah aktivitas yang wajib dilakukan untuk memenuhi kebutuhan individu dan orang-orang terdekat (keluarga). Aktivitas bekerja menjadi hal yang tidak biasa dihindari dalam memenuhi kebutuhan tersebut, sehingga banyak orang merasa terpaksa melakukan pekerjaan demi mendapat gaji dan memenuhi kebutuhan hidup. Pekerjaan dalam arti luas adalah aktivitas utama yang dilakukan oleh manusia. Dalam arti sempit, istilah pekerjaan digunakan untuk suatu tugas atau kerja yang menghasilkan

uang bagi seseorang. Dalam pembicaraan sehari-hari istilah ini sering dianggap sinonim dengan profesi. Pekerjaan yang dianggap sebuah perjuangan dalam memenuhi kebutuhan hidup tentu sering membuat sebagian pelaku merasa bekerja adalah sesuatu yang melelahkan dan tidak menyenangkan. Namun disisi lain terdapat pula orang-orang yang merasa bahwa bekerja adalah sesuatu yang menyenangkan dan menjadikan kegiatan bekerja menjadi salah satu gaya hidup, kasus tersebut sering di sebut workaholic.[16]

Workaholic adalah fenomena dimana individu merasa bahagia, berhasrat, sangat bersemangat dan ketagihan dalam bekerja. Workaholic tentu merupakan kegiatan yang memiliki sisi negatif baik dalam aspek interaksi sosial dengan keluarga dan teman maupun kesehatan fisik maupun mental pelakunya. Workaholic adalah suatu kondisi dari seseorang yang mementingkan pekerjaan secara berlebihan dan melalaikan aspek kehidupan yang lain. Seperti *aholic* yang lain, *workaholic* mempunyai kecanduan yang tidak sehat, dalam hal ini adalah kecanduan kerja, mengejar karier dan menganggap mereka adalah satu-satunya yang bisa mengerjakan pekerjaan dengan benar. Perbedaan workaholic dan hardworker adalah:

a) Tidak ingin jauh dari pekerjaannya karena merasa tidak berharga dan

[16] Elida Elfi Barus and Nuriani Nuriani, 'Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Pada Rumah Makan Wong Solo Medan)', *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam (Darussalam Journal of Economic Perspec*, 2.2 (2016), 125–46

terasing, pekerjaan adalah satu-satunya hal yang memberi kebanggaan baginya.

b) Umumnya workaholic itu mengandung unsur "*compulsive*" atau "*addictive".* Compulsive sendiri bisa digambarkan seperti seolah-olah ada tekanan atau paksaan batin di dalam diri seseorang untuk terus bekerja. Sedangkan addictive merupakan kecanduan atau ketagihan oleh hal-hal negatif, seperti misalnya rokok, narkoba, dan lain-lain.

c) *Workaholic* misalnya bekerja untuk mencapai karier setinggi-tingginya sehingga mengorbankan kepentingan keluarga dan teman, adrenalin meningkat apabila menghadapi hal-hal yang tidak sesuai keinginan, serta tidak dapat mengalihkan pikiran ke hal-hal lain kecuali yang berkaitan dengan pekerjaan.

d) Pekerja keras ingin berkontribusi secara maksimal dalam pekerjaannya, namun tetap menyisihkan waktu untuk kehidupan sosial.

e) Orang yang bekerja keras memang asyik dengan pekerjaannya, namun keasyikannya itu sangat beralasan, yaitu untuk merealisasikan target-target yang dinamis.

f) *Hardworker* atau pekerja keras akan menetapkan batas pada pekerjaan sehingga masih memiliki relasi dengan keluarga dan teman, serta melakukan aktivitas rekreasi.

Seorang pekerja keras dapat mengendalikan dirinya untuk tetap tenang dan mampu mengalihkan pikiran pada hal-hal yang menyenangkan

selain pekerjaannya Workaholic terkadang tidak disadari bahkan oleh pelakunya sendiri, sehingga indikasi-indikasi perlu diperhatikan oleh semua orang untuk mengetahui apakah dirinya dapat disebut workaholic atau bukan, dan perlu adanya sumber informasi yang intens kepada masyarakat tentang isu tersebut agar bahaya-bahaya dari workaholic dapat dihindari oleh pelakunya dan dengan semakin aktif masyarakat untuk aware terhadap isu sosial ini, tentu akan menurunkan tingkat risiko bahaya workaholic dimasyarakat.[17]

B. Kajian Terdahulu

Sebagai bahan perbandingan dan referensi pada penelitian ini berikut adalah beberapa peninjauan terhadap beberapa hasil penelitian relafan dengan studi ini.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Penulis/ Tahun	Judul Penelitian	Temuan	Perbedaan
1	Yunita Rahayu, Muhammad Iqbal Fasa, Suharto 2022	Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang	Etika bisnis Islam tidak pernah bisa dilepaskan dalam kegiatan bisnis, begitu juga dengan kegiatan perdagangan. Prinsip-prinsip etika bisnis Islam akan mampu membantu dalam	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada objek, konteks perdagangan, dan fokus penelitian. Penelitian terdahulu membahas penerapan etika bisnis

[17] ristiani Utami and Siti Khatiroh, 'Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Usaha Toko

			perdagangan, karena kegiatan binsis bukan hanya untuk memperoleh keuntungan tapi untuk menjalankan perintah Allah dan mampu dihitung sebagai bentuk ibadah kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala. Penerapan etika bisnis Islam dalam perdagangan sapi akan berdampak pada kesejahteraan dan keseimbangan bersama kepada pihak-pihak yang terlibat dalam bisnis maupun yang tidak terlibat atau masyarakat umum. Kesejahteraan dalam ekonomi syariah bertujuan mencapai kesejahteraan manusia secara menyeluruh, yaitu kesejahteraan material, kesejahteraan spiritual dan moral	Islam dalam kegiatan perdagangan sapi serta dampaknya terhadap kesejahteraan dan keseimbangan pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan perdagangan. Sementara itu, penelitian ini berfokus pada implementasi etika bisnis Islam pada pedagang di Pasar Tradisional Malalak. Penelitian ini mengkaji bagaimana prinsip-prinsip etika bisnis Islam, seperti kejujuran (shiddiq), amanah, keadilan ('adl), tanggung jawab, dan kehalalan diterapkan oleh pedagang dalam menjalankan aktivitas jual beli sehari-hari. Dengan demikian, penelitian ini memiliki objek dan karakteristik perdagangan yang berbeda, sehingga dapat

				memberikan gambaran mengenai penerapan etika bisnis Islam dalam konteks perdagangan di pasar tradisional.
2	Septiani, M. Fuad Hadziq (2023)	Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Sistem Jual Beli: Studi Kasus di Pasar Tradisional Etika Bisnis Islam Pada Sistem Jual Beli: Studi Kasus di Pasar Tradisional	Berdasarkan pembahasan tersebut, penerapan etika bisnis Islam di pasar tradisional sangat penting untuk meningkatkan kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, dan kepercayaan masyarakat. Pedagang perlu menerapkan prinsip-prinsip syariah seperti kejujuran, keadilan, transparansi, dan tanggung jawab dalam setiap transaksi. Selain itu, pelatihan mengenai etika bisnis Islam serta pengawasan dari pihak terkait diperlukan untuk mendukung penerapan prinsip-prinsip tersebut. Pedagang yang tidak menerapkan etika bisnis	penelitian ini terletak pada fokus dan objek penelitian. Penelitian terdahulu lebih menekankan pada penerapan etika bisnis Islam dalam meningkatkan kualitas pelayanan, kepuasan, dan kepercayaan konsumen di pasar tradisional. Sementara itu, penelitian ini berfokus pada implementasi prinsip-prinsip etika bisnis Islam pada pedagang Pasar Tradisional Malalak, khususnya dalam penerapan kejujuran, amanah, keadilan, tanggung jawab, dan prinsip halal dalam kegiatan jual beli.

			Islam berisiko kehilangan kepercayaan dan loyalitas pelanggan di tengah meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya nilai-nilai etika dalam berbisnis.	Dengan demikian, penelitian ini lebih menitikberatkan pada praktik etika bisnis Islam yang dilakukan oleh pedagang dalam aktivitas perdagangan sehari-hari.
3	Luciana Septiani Subekti 2020	Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang Kelontong di Pasar Babatan Kota Bandung	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam pada pemilik, karyawan, dan pembeli toko kelontong di Pasar Babatan secara umum telah berjalan dengan baik. Dari lima indikator etika bisnis Islam, yaitu shiddiq, amanah, tabligh, fathanah, dan istiqomah, indikator shiddiq, amanah, dan tabligh berada pada kategori sangat tinggi, sedangkan fathanah dan istiqomah berada pada kategori tinggi. Penerapan tersebut terlihat dari	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada objek, lokasi, dan metode penelitian. Penelitian terdahulu berfokus pada penerapan etika bisnis Islam pada pemilik, karyawan, dan pembeli toko kelontong di Pasar Babatan dengan pendekatan statistik. Sementara itu, penelitian ini berfokus pada implementasi etika bisnis Islam pada pedagang di Pasar Tradisional Malalak dengan melihat penerapan prinsip shiddiq, amanah,

			kejujuran dalam menjual barang, pelayanan yang ramah, tidak menggunakan sumpah untuk meyakinkan konsumen, serta penggunaan modal sendiri tanpa melibatkan rentenir.	keadilan, tanggung jawab, dan prinsip halal dalam kegiatan jual beli. Dengan demikian, penelitian ini memiliki objek dan lokasi yang berbeda serta memberikan gambaran lebih mendalam mengenai praktik etika bisnis Islam pada pedagang pasar tradisional.
4	Abdul Hasis, Rismanto 2023	Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako Di Pasar Bringkoning Desa Tlagah Kecamatan Banyuates Kabupaten Sampang	Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang sembako di Pasar Bringkoning memahami etika bisnis Islam sebagai tata cara berdagang yang ramah, sopan, dan jujur, meskipun masih terdapat pedagang yang belum memahaminya. Penerapan etika bisnis Islam terlihat dari kejujuran dalam menjelaskan produk dan	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada objek, lokasi, dan fokus penelitian. Penelitian terdahulu membahas implementasi etika bisnis Islam pada pedagang sembako di Pasar Bringkoning, Kecamatan Banyuates, Kabupaten Sampang, dengan fokus pada pemahaman dan penerapan nilai-nilai

			takaran, transaksi atas dasar suka sama suka, pelayanan yang ramah, tidak menimbun barang, saling menghargai, serta menghindari persaingan yang tidak sehat dan sumpah palsu. Selain itu, pedagang juga dianjurkan menjaga ibadah, berniat baik, berdoa, bersedekah, dan menjalankan usaha dengan ikhlas untuk memperoleh keuntungan dunia sekaligus keberkahan di akhirat.	kejujuran, kerelaan dalam transaksi, ketepatan takaran, pelayanan, serta larangan menimbun dan bersumpah palsu. Sementara itu, penelitian ini berfokus pada implementasi etika bisnis Islam pada pedagang di Pasar Tradisional Malalak dengan mengkaji penerapan prinsip shiddiq, amanah, keadilan, tanggung jawab, dan kehalalan dalam aktivitas perdagangan. Dengan demikian, perbedaan utama terletak pada jenis pedagang, lokasi penelitian, serta fokus prinsip etika bisnis Islam yang dikaji.
5	Muhamad Viki Maulan, Muhamma	Implementasi Etika Bisnis Islam Pada	Berdasarkan hasil penelitian yang sudah peneliti laksanakan di Pasar Rojokoyo Kediri	

	d Ersya Faraby 2023	Perilaku Pedagang Sapi Di Pasar Rokojoyo Kediri	dengan judul "Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Sapi Di Pasar Rojokoyo Kediri", maka pada penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa para pedagang sapi di Pasar Rojokoyo sudah mengimplementasikan tujuh prinsip etika bisnis Islam. Meliputi kejujuran, menjual barang berkualitas, dilarang bersumpah, ramah dan bermurah hati, membangun hubungan baik dengan siapa saja, tertib administrasi, dan menetapkan harga secara transparan. Hal ini para pedagang beranggapan dan meyakini dengan berperilaku sesuai dengan ketujuh prinsip	

			etika bisnis Islam, maka dapat menjaga keberlangsungan aktivitas perdagangan yang mereka jalankan, serta diharapkan dengan kegiatan perdagangan hewan ini dapat menjaga hubungan yang saling menguntungkan antara pedagang, pembeli, dan pengelola Pasar Rojokoyo	
6	Husnul Khotimah Sylvia, Rizki Annisa, Nurafifah Zahra 2022	Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Perbankan Syariah	Perbankan syariah perlu menerapkan etika bisnis Islam secara konsisten dalam setiap kegiatan operasional, termasuk kontrak, akad, dan pembiayaan. Penerapan etika yang sesuai prinsip syariah dapat menjaga citra lembaga, meningkatkan kepercayaan dan kepuasan nasabah,	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada objek, lokasi, dan konteks penerapan etika bisnis Islam. Penelitian terdahulu berfokus pada penerapan etika bisnis Islam dalam operasional perbankan syariah, khususnya pada akad, kontrak, pembiayaan, manajemen, dan

			serta mendukung perkembangan ekonomi syariah. Oleh karena itu, diperlukan komitmen, konsistensi, dan SOP yang baik dalam penerapan etika bisnis Islam, baik pada tingkat manajemen maupun sumber daya manusia.	sumber daya manusia untuk meningkatkan kepercayaan serta kepuasan nasabah. Sementara itu, penelitian ini berfokus pada implementasi etika bisnis Islam pada pedagang di Pasar Tradisional Malalak, khususnya dalam kegiatan jual beli sehari-hari. Dengan demikian, penelitian ini memiliki objek yang berbeda, yaitu pedagang pasar tradisional, serta lebih menekankan pada praktik etika bisnis Islam dalam transaksi perdagangan secara langsung.

Berdasarkan uraian perbandingan diatas, dapat disimpulkan bahwa penelitian implementasi etika bisnis Islam pada pedagang pasar tradisional bukanlah topik baru dan telah banyak diteliti pada berbagai lokasi serta objek dagang yang berbeda-beda,

mulai dari pedagang kelontong, sembako, hewan ternak, hingga sektor perbankan syariah. Namun demikian, penelitian ini tetap memiliki kebaruan (orisinalitas) dibandingkan keenam penelitian terdahulu tersebut. Pertama, dari segi lokasi, penelitian ini dilakukan di Pasar Tradisional Malalak yang belum pernah menjadi objek penelitian serupa sebelumnya. Kedua, dari segi fokus kajian, penelitian ini secara khusus memusatkan perhatian pada empat indikator etika bisnis Islam, yaitu *shiddiq*, *amanah, fathanah,* dan *tabligh,* serta menelaah secara mendalam hambatan internal dan eksternal yang dihadapi pedagang dalam menerapkannya sehari-hari. Ketiga, dari segi pendekatan, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan wawancara langsung kepada pedagang di lapangan, sehingga menghasilkan gambaran yang lebih kontekstual mengenai praktik etika bisnis Islam di pasar tradisional Malalak. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat melengkapi kajian-kajian sebelumnya sekaligus memberikan kontribusi baru bagi pengembangan.

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, adalah penelitian untuk menjawab sebuah permasalahan secara dalam konteks waktu dansituasi yang bersangkutan, dilakukan secara wajar dan alami sesuai dengan kondisi objektif dilapangan agar fokus penelitian sesuai dengan fakta Proses penelitian yang dimaksud antara lain melakukan pengamatan terhadap narasumber, berinteraksi dengan mereka dan berupaya dalam memahami bahasa mereka. Untuk itu peneliti harus terjun dalam lapangan dalam waktu yang cukup lama.

Adapun yang menjadi Instrumen dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri. Jenis data dan wawancara yang digunakan berupa data primer melalui observasi dan wawancara yang diperlukan dalam penelitian, dan data sekunder diperoleh melalui dokumentasi, gambar, dan foto yg berhubungan dengan penelitian. Data yang diperoleh merupakan data berhubungan dengan etika bisnis Islam pasar tradisional.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di pasar tradisional yang berlokasi di Jorong Toboh, Kecamatan Malalak, Kabupaten Agam Sumatera Barat. Pemilihan lokasi ini sebagai tempat untuk melakukan penelitian karena letaknya yang strategis yakni ditengah pusat nagari, pasar tradisional ini juga merupakan pasar yang menerapkan etika bisnis dalam berdagang dan memiliki hambatan-hambatan lain

seperti kurangnya kesadaran dan pemahaman tentang prinsip-prinsip etika bisnis syari'ah, tekanan ekonomi dan persaingan yang ketat, keterbatasan sumber daya, kurangnya pengawasan dan penegakan hukum yang kuat, serta tantangan budaya dan tradisi. Pengumpulan data akan dilaksanakan selama periode Januari-Mei 2026.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Merupakan data utama yang diperoleh langsung dari lapangan melalui wawancara, observasi, dan memberikan angket kepada pedagang-pedagang yang terlibat secara langsung dalam pasar tradisional Malalak di jorong Toboh Tengah, Malalak Timur. Data ini meliputi informasi mengenai impelementasi etika bisnis Islam pada pedagang pasar tradisional Malalak. Selain itu, observasi lapangan dilakukan untuk memperoleh gambaran nyata mengenai aktivitas kerja, serta penerapan nilai-nilai syariah dalam praktik bisnis sehari-hari.

2. Data Sekunder

Merupakan data pendukung yang diperoleh dari berbagai sumber tertulis seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, laporan penelitian terdahulu, serta dokumen-dokumen yang relevan dengan topik penelitian. Data sekunder ini digunakan untuk memperkuat hasil temuan lapangan dan memberikan landasan teoritis dalam menganalisis impelementasi etika bisnis Islam pada pedagang pasar tradisional Malalak.

D. Informan Penelitian

Adapun teknik penentuan informan dalam penelitian ini berdasarkan purposive sampilng atau sengaja memilih orang-orang yang di anggap dapat memberikan informasi yang akurat sesuai maksud penelitian yaitu tentang, Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedangang Pasar Tradisonal Malalak. Dalam penelitian ini, informannya adalah pedagang yang ada di pasar tradisional Malalak dengan jumlah 20 orang.

E. Teknik Pengumpulan Data

Data Penelitian kualitatif dapat dipahami sebagai metode penelitian yang menggunakan data deskriptif berupa bahasa tertulis atau lisan dari orang dan pelaku yang dapat diamati. Pendekatan kualitatif ini dilakukan untuk menjelaskan dan menganalisis fenomena individu atau kelompok, peristiwa, dinamika sosial, sikap, keyakinan, dan persepsi. Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini, sebagai berikut;

1. Observasi

   Observasi adalah penulis melakukan pengamatan dan pencatatan langsung yang secara sistematis terhadap penelitian tentang Implementasi etika bisnis Islam pasar tradisional Kecamatan Malalak.

2. Wawancara

   Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan partisipan. Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur (dengan pertanyaan yang telah dirancang

sebelumnya) atau tidak terstruktur (memberi kebebasan pada partisipan untuk menjelaskan pandangan mereka). Wawancara ini digunakan untuk mendapatkan data langsung dari sumber data pemilik objek yang diteliti. Pada penelitian ini digunakan wawancara bebas terstruktur, artinya peneliti mengadakan wawancara langsung dengan unsur pemerintah daerah, kecamatan, pihak pengelola wisata, dan masyarakat, dan wawancara bebas artinya peneliti bebas mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini dengan menganalisis dan melihat dokumen-dokumen yang dikumpulkan dari hasil observasi lapangan yang akan dilakukan.

F. Metode Analisis Data

Penelitian kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu data *reducation*, data *display*, dan *conclusion drawing/verification*, setelah peneliti melakukan pengumpulan data, maka peneliti melakukan *anticipatory* sebelum melakukan reduksi data, setelah data direduksi maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data.

Kajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Setelah itu adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi

yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti yang valid dan konsisten.

1. Pengumpulan Data

   Pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan dari penelitian adalah mendapatkan data tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka penelitian tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

2. Reduksi Data

   Reduksi data merupakan komponen pertama analisis data yang mempertegas, memperpendek, membuat hal yang tidak penting dan mengatur data sedemikian rupa sehingga simpulan peneliti data dilakukan.

3. Sajian Data

   Sajian data merupakan suatu rangkaian informasi yang memungkinkan kesimpulan secara singkat dapat berarti cerita sistemaatis dan logis makna peristiwanya dapat dipahami.

4. Penarikan Kesimpulan.

   Dalam awal pengumpulan data, peneliti sudah harus mengerti apa arti dan hal-hal yang ditemui dengan mencatat peraturan-peraturan sebab akibat dan berbagai proporsi sehingga penarikan simpulan dapat dipertanggungjawabkan.

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Profil Nagari Malalak Timur

a. Kondisi Geografis

Nagari Malalak Timur merupakan salah satu nagari yang berada di wilayah administratif Kecamatan Malalak, Kabupaten Agam, Provinsi Sumatera Barat. Secara geografis, nagari ini berada di kawasan dataran tinggi dengan ketinggian berkisar antara 800 hingga 1.000 meter di atas permukaan laut (mdpl). Kondisi tersebut menyebabkan wilayah Nagari Malalak Timur memiliki suhu udara yang relatif sejuk, yaitu sekitar 18°C–23°C, serta curah hujan yang cukup tinggi sehingga sangat mendukung kegiatan pertanian dan perkebunan masyarakat. Kondisi iklim yang demikian menjadikan wilayah ini memiliki tingkat kesuburan tanah yang baik dan cocok untuk berbagai jenis tanaman hortikultura maupun tanaman perkebunan.[18]

Secara administratif, Nagari Malalak Timur terdiri atas lima jorong, yaitu Jorong Limo Badak, Jorong Saskand, Jorong Subarang Pakan Usang, Jorong Toboh Tangah, dan Jorong Bukik Malanca. Salah satu jorong yang memiliki peranan penting dalam aktivitas perekonomian

[18] Badan Pusat Statistik Kabupaten Agam, *Kecamatan Malalak Dalam Angka 2024*

masyarakat adalah Jorong Toboh Tangah, karena di wilayah ini terdapat pasar tradisional yang menjadi pusat perdagangan masyarakat Kecamatan Malalak dan daerah sekitarnya. Aktivitas ekonomi di pasar tersebut menjadi tempat bertemunya pedagang dan pembeli dalam melakukan transaksi berbagai kebutuhan sehari-hari.

Topografi Nagari Malalak Timur didominasi oleh daerah berbukit dan bergelombang yang merupakan bagian dari kawasan perbukitan Bukit Barisan. Meskipun memiliki kontur wilayah yang cukup menantang, kondisi tersebut tidak menghambat aktivitas masyarakat. Sebaliknya, masyarakat telah beradaptasi dengan kondisi alam melalui pemanfaatan lahan untuk kegiatan pertanian, perkebunan, peternakan, serta perdagangan. Sebagian besar lahan dimanfaatkan sebagai area persawahan, ladang, kebun, permukiman, dan fasilitas umum. Komoditas pertanian yang banyak dihasilkan antara lain padi, cabai, tomat, kentang, bawang, serta berbagai jenis sayuran dan buah-buahan yang menjadi sumber pendapatan utama masyarakat.[19]

Dari aspek aksesibilitas, Nagari Malalak Timur berada pada jalur penghubung yang menghubungkan Kabupaten Agam dengan Kota Bukittinggi dan Kabupaten Padang Pariaman. Kondisi tersebut memberikan keuntungan bagi masyarakat dalam mendistribusikan hasil

[19] Pemerintah Nagari Malalak Timur, *Profil Nagari Malalak Timur*

pertanian maupun hasil usaha lainnya ke daerah sekitar. Selain didukung oleh kondisi geografis yang strategis, Nagari Malalak Timur juga memiliki sumber daya alam yang cukup potensial. Kesuburan tanah serta ketersediaan lahan pertanian menjadikan sebagian besar masyarakat bekerja sebagai petani dan pekebun. Hasil pertanian tersebut kemudian dipasarkan melalui Pasar Tradisional Jorong Toboh Tangah, sehingga pasar memiliki fungsi yang sangat penting sebagai pusat distribusi hasil pertanian sekaligus sebagai tempat pemenuhan kebutuhan pokok masyarakat. Oleh karena itu, keberadaan pasar tradisional tidak hanya berperan dalam meningkatkan aktivitas ekonomi masyarakat, tetapi juga menjadi salah satu penunjang kesejahteraan masyarakat Nagari Malalak Timur.

Kondisi geografis yang didominasi oleh sektor pertanian dan perdagangan menjadikan Nagari Malalak Timur sebagai lokasi yang relevan untuk penelitian mengenai implementasi etika bisnis Islam pada pedagang pasar tradisional. Karakteristik masyarakat yang masih mempertahankan sistem perdagangan secara langsung melalui proses tawar-menawar memberikan peluang bagi peneliti untuk mengamati secara nyata penerapan nilai-nilai *Shiddiq* (jujur), *Amanah* (terpercaya), *Fathanah* (bijaksana), dan *Tabligh* (transparan) dalam aktivitas perdagangan sehari-hari.

b. Visi dan Misi

1) Visi Nagari Malalak Timur

"Terwujudnya keamanan dan ketentraman khususnya, serta membangun tata kelola pemerintahan nagari yang baik, bersih, dan transparan guna mewujudkan kehidupan masyarakat nagari yang berkeadilan, makmur, dan sejahtera berdasarkan agama dan adat.

2) Misi Nagari Malalak Timur

a) Mewujudkan tata pemerintahan nagari yang baik, bersih, transparan, dan akuntabel.

b) Meningkatkan kualitas pelayanan publik yang prima, cepat, dan adil bagi seluruh lapisan masyarakat jorong.

c) Meningkatkan pembangunan infrastruktur nagari yang merata, termasuk akses jalan, irigasi pertanian, dan fasilitas umum di tingkat jorong.

d) Meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM) masyarakat yang cerdas, sehat, berkualitas, dan memiliki daya saing tinggi.

e) Menumbuhkembangkan kehidupan beragama dan melestarikan nilai-nilai adat Minangkabau berdasarkan filosofi "Adat Basandi Syarak, Syarak Basandi Kitabullah".

f) Meningkatkan perekonomian masyarakat berbasis potensi lokal, khususnya sektor pertanian, perkebunan, dan UMKM.

g) Meningkatkan kesiapsiagaan dan mitigasi bencana berbasis

masyarakat untuk menjaga ketenteraman warga.

2. Sejarah Pasar Tradisional Jorong Toboh Tangah

Pasar Tradisional Jorong Toboh Tangah merupakan salah satu pasar tradisional yang berada di Jorong Toboh Tangah, Nagari Malalak Timur, Kecamatan Malalak, Kabupaten Agam. Pasar ini telah lama menjadi pusat aktivitas ekonomi masyarakat setempat dan berfungsi sebagai tempat transaksi jual beli berbagai kebutuhan pokok serta hasil pertanian dan perkebunan masyarakat. Keberadaan pasar menjadi bagian penting dalam mendukung perekonomian masyarakat karena sebagian besar penduduk Kecamatan Malalak bekerja pada sektor pertanian dan perdagangan.

Dari cerita mulut ke mulut masyarakat setempat, diketahui bahwa pasar di jorong Toboh Tangah ini merupakan pasar pusat di kecamatan pada dahulunya. Namun karena letak jorong ini berada agak pinggir dari daerah-daerah yang aktivitas pasarnya bergantung di Kecamatan Malalak saja dan untuk lokasi pasar ini tidak memungkinkan untuk dikembangkan karena berada dipinggiran jalan dan tidak ada lokasi yang memungkinkan untuk dilakukan pembangunan maka pasar pusat Kecamatan Malalak ini dipindahkan ke Jorong Campago yang berada di tengah wilayah yang membutuhkan dan memiliki lokasi dan tanah yang memungkinkan untuk dilakukan pembangunan. Namun meskipun pasar pusat dipindahkan, pasar di Jorong Toboh Tangah ini tetap berjalan walaupun tidak seramai tahun-tahun awal pasar ini ada.

Namun karena perkembangan zaman dan lancarnya transportasi ke Bukittinggi, maka pasar di Campago ini berangsur sepi dan hanya sayur mayur dan lauk pauk yang tetap eksis disana. Karena adanya penurunan pengungjung di Campago ini dan bertambahnya masyarakat yang mengguakan sepeda motor sehingga memudahkan transportasi kemanapun yang diinginkan, membuat pengunjung di Pasar Toboh Tangah ini kembali meningkat. Ketertarikan masyarakat ke pasar ini disebabkan jam operasional pasar ini dimulai dari pagi hari sekitaran jam tujuh pagi dan di Campago pada siang dan sore hari sehingga masyarakat lebih terarik ke Toboh Tangah karena tentunya sayur mayor di pasar ini masih segar. Karena Pasar di Toboh Tangah ini lebih ramai daripada biasanya maka para pedagang juga banyak yang berpindah ke pasar ini.

B. Hasil Penelitian

Dari hasil wawancara dengan pedagang di Pasar Tradisional jorong Toboh Tangah, didapatkan hasil sebagai berikut:

1. Implementasi dan Hambatan Sifat Shiddiq (Jujur)

a. Apakah Bapak/Ibu bersedia menginfokan secara jujur jika barang tersebut memiliki cacat atau penurunan kualitas (*tadlis*)?[20]

[20] Abdul Hasis dan Rismanto, 'Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Pasar Bringkoning Desa Tlagah Kecamatan Bayuates Kabupaten Sampang', *Islamic Economics And Finance Journal*, 1.2 (2023), hlm. 135

Tabel 4.1
Hasil Wawancara dengan Pedagang Pasar Tradisional Jorong Toboh Tangah Pertanyaan 1

No	Informan	Jawaban
1	Buk Tati	Iya, saya selalu kasih tahu ke pembeli kalau barangnya ada yang kurang bagus. Misalnya ada sedikit cacat atau kualitasnya sudah menurun.
2	Buk Pida	Barangnya mereka lihat sendiri. Kalau mereka tetap mau beli, berarti mereka sudah paham dan tidak ada yang merasa dirugikan.
3	Buk Ben	Saya tidak pernah sengaja menyembunyikan kekurangan barang. Kalau ada yang cacat sedikit atau kualitasnya kurang bagus, saya jelaskan saja.
4	Pak Samsir	Iya, saya selalu berusaha jujur. Kalau barangnya ada kurangnya, saya bilang terus terang. Karena pembelinya ya itu-itu saja orangnya.
5	Pak Naro	Saya jelaskan kalau ada cacat atau kualitasnya sudah berbeda. Jadi pembeli bisa memilih sendiri tanpa merasa dibohongi.
6	Pak Kari	Kalau barangnya ada yang rusak sedikit atau tidak terlalu bagus, saya bilang dulu. Biar pembeli tahu dan tidak komplain setelah sampai di rumah.
7	Pak Zul	Iya, saya kasih tahu apa adanya. Saya tidak mau menjual barang dengan menutupi kekurangannya. Lebih baik pembeli tahu dari awal daripada nanti kecewa.
8	Pak Sawa	Kalau saya, selama tahu barang itu ada kurangnya, pasti saya sampaikan. Walaupun kadang pembeli jadi tidak jadi beli.
9	Buk Nen	Saya selalu bilang kondisi barang sebenarnya. Kalau ada yang kurang bagus saya jelaskan. Biar pembeli tidak salah paham dan tetap percaya sama saya.
10	Buk Dona	Iya, saya jelaskan kalau ada cacatnya. Saya tidak ingin pembeli merasa tertipu. Kalau kita jujur biasanya pembeli juga lebih nyaman belanja di tempat kita.
11	Buk Nia	Saya tidak bilang langsung tai pembeli melihat barangnya itu ya dia sudah tau kualitasnya.
12	Pak Malin	Kalo ditanya sih saya jawab tapi kalau tidak ya berarti dia sudah tau.
13	Pak Ucok	Iya, saya selalu jelaskan kondisi barang. Saya tidak mau pembeli kecewa setelah sampai di rumah. Kalau mereka

		sudah tahu dari awal, biasanya tidak ada masalah.
14	Pak Surun	Saya bilang apa adanya. Kalau barangnya tidak sempurna, ya saya jelaskan.
15	Buk Wulan	Saya tidak pernah menutupi kekurangan barang. Kalau memang ada cacat sedikit saya kasih tahu dulu. Walaupun kadang pembeli jadi pilih barang lain,
16	Pak Kayo	Saya selalu berusaha jujur sama pembeli. Tapi saya tidak sampaikan langsung karena memang kualitas barang disini bukan yang paling bagus, sesuailah sama harganya.
17	Buk Wati	Iya, saya kasih tahu dulu kondisinya. Pembeli disini juga tidak terlalu banyak pilih.
18	Buk Yul	Kalau ada cacat sedikit saya tunjukkan juga ya paling harganya dikurangi saja daripada yang bagus.
19	Buk Mar	Saya tidak jelaskan barangnya cuma barangnya itu memang sudah saya kelompokkan berdasarkan kualitas dan harganya juga beda.
20	Buk Eli	Saya jelaskan apa adanya kepada pembeli. Kalau kualitas barang sudah menurun atau ada cacat.

b. Bagaimana sikap Bapak/Ibu dalam menyampaikan harga dan kualitas barang kepada pembeli agar informasi yang diberikan sesuai dengan kondisi sebenarnya?[21]

Tabel 4.2
Hasil Wawancara dengan Pedagang Pasar Tradisional Jorong Toboh Tangah Pertanyaan 2

No	Informan	Jawaban
1	Buk Tati	Saya jelaskan harganya dari awal, jadi pembeli langsung tahu. Biar pembeli tidak salah paham dan bisa memilih sendiri.
2	Buk Pida	Biasanya saya kasih tahu dulu harga barangnya, terus saya jelaskan kondisinya. Kalau barangnya masih baru saya bilang, kalau sudah lama juga saya bilang. J
3	Buk Ben	Saya tidak suka melebih-lebihkan barang. Saya jelaskan saja sesuai kenyataannya, baik soal harga maupun kualitasnya

[21] Rafik Issa Beekun, *Etika Bisnis Islam* (Herndon: International Institute of Islamic Thought, 1997), hlm. 19

4	Pak Samsir	Saya selalu menyampaikan harga sesuai yang saya jual. Kalau ada pembeli yang bertanya tentang kualitas barang, saya jawab apa adanya.
5	Pak Naro	Saya bilang harga barangnya segini karena kualitasnya seperti ini. Jadi pembeli bisa menilai sendiri apakah cocok atau tidak.
6	Pak Kari	Saya jelaskan pelan-pelan kalau ada yang bertanya. Saya bilang mana barang yang kualitasnya bagus dan mana yang biasa saja. Jadi pembeli bisa memilih sesuai uang yang mereka bawa.
7	Pak Zul	Saya selalu berusaha terbuka. Harga saya sebutkan sesuai, lalu saya jelaskan kondisi barangnya tanpa ditutup-tutupi.
8	Pak Sawa	Saya bilang terus terang saja. Kalau barangnya memang kualitasnya bagus saya bilang bagus, tapi kalau biasa saja ya saya bilang biasa.
9	Buk Nen	Saya jelaskan harga dan kualitasnya sebelum pembeli memutuskan membeli.
10	Buk Dona	Saya lebih senang menjelaskan apa adanya. Kalau barangnya masih segar saya bilang segar, kalau kualitasnya sudah berkurang juga saya kasih tahu dan harganya juga lebih murah.
11	Buk Nia	Kalau pembeli bertanya, saya jawab berapa harga barangnya dan kualitasnya mereka sudah lihat sendiri.
12	Pak Malin	Saya hanya menjelaskan harga dan kualitas barang sesuai kenyataannya. Setelah itu pembeli yang memutuskan mau beli atau tidak.
13	Pak Ucok	Saya kasih tahu harganya berapa, lalu saya jelaskan kalau ada kekurangan pada barang. Palingan untuk kualitas yang kurang bagus, pembeli menawar harga.
14	Pak Surun	Saya menyampaikan harga sesuai yang berlaku hari itu. Kalau kualitas barangnya berbeda, saya jelaskan juga supaya pembeli tahu alasannya.
15	Buk Wulan	Kalau barangnya bagus saya bilang bagus, kalau ada kurangnya juga saya sampaikan. Nanti pembeli akan tanya harganya sendiri.
16	Pak Kayo	Saya selalu memberi tahu harga sebelum pembeli mengambil barang. Untuk kualitas ya pembeli melihatnya sendiri.
17	Buk Wati	Saya jelaskan harga sesuai kondisi barang dan tidak pernah mengatakan barang biasa menjadi barang yang paling bagus.
18	Buk Yul	Saya biasanya menjelaskan sambil menunjukkan

		barangnya. Jadi pembeli bisa melihat langsung kualitasnya.
19	Buk Mar	Saya menjelaskan harga dengan jujur dan tidak mengubah-ubah. Kalau kualitas barangnya memang sedang kurang bagus, saya sampaikan juga.
20	Buk Eli	Saya selalu berusaha menjelaskan dengan baik kepada pembeli. Saya sampaikan harga sesuai kondisi barang dan saya jawab kalau ada yang bertanya tentang kualitasnya.

c. Apa saja kendala yang Bapak/Ibu hadapi dalam mempertahankan sikap jujur ketika berdagang, terutama saat menghadapi persaingan pasar atau tekanan ekonomi?[22]

Tabel 4.3
Hasil Wawancara dengan Pedagang Pasar Tradisional Jorong Toboh Tangah Pertanyaan 3

No	Informan	Jawaban
1	Buk Tati	Kendalanya kadang pas dagangan lagi sepi. Pengennya semua barang cepat habis supaya ada uang buat kebutuhan sehari-hari.
2	Buk Pida	Persaingan sekarang makin banyak. Kadang ada pedagang yang jual lebih murah, jadi pembeli sering membanding-bandingkan padahal kualitasnya saja berbeda.
3	Buk Ben	Kalau harga barang dari pemasok naik, kadang pembeli mengira saya yang sengaja menaikkan harga. Di situ kadang agak susah menjelaskannya.
4	Pak Samsir	Kendalanya ya kebutuhan hidup yang makin banyak. Kadang hasil jualan tidak menentu, apalagi kalau pasar sedang sepi.
5	Pak Naro	Kadang pembeli maunya barang bagus tapi harganya murah. Kalau saya jelaskan kondisi barang sebenarnya, ada yang jadi tidak jadi beli.
6	Pak Kari	Persaingan pedagang sekarang lumayan ketat. Kalau kita terlalu jujur kadang pembeli pindah ke lapak lain yang bilang barangnya lebih bagus.
7	Pak Zul	Kadang pembeli tidak percaya sama penjelasan saya. Mereka mengira saya cuma cari alasan supaya barang

[22] Luciana Septiani Subekti, 'Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang Kelontong di Pasar Babatan Kota Bandung', *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi dan Bisnis* , 2.1 (2022)

		tetap laku, jadi saya harus sabar.
8	Pak Sawa	Kendalanya waktu harga barang sering berubah. Pembeli kadang protes karena harganya naik.
9	Buk Nen	Kalau dagangan sudah lama belum laku, kadang memang ada rasa khawatir. Tapi saya tetap tidak tega kalau harus menyembunyikan kekurangan barang.
10	Buk Dona	Pembeli sekarang banyak yang teliti. Mereka sering membandingkan barang dari satu pedagang ke pedagang lain.
11	Buk Nia	Kadang ada pembeli yang maunya murah terus. Waktu saya jelaskan kualitas barang sesuai harganya, tidak semua pembeli mau mengerti.
12	Pak Malin	Tantangannya itu kalau dagangan sedang tidak laku beberapa hari. Ada rasa khawatir karena modal belum kembali.
13	Pak Ucok	Kadang ada pembeli yang cuma melihat harga tanpa melihat kualitas. Jadi waktu saya jelaskan kenapa harganya berbeda, mereka masih ragu.
14	Pak Surun	Menurut saya yang paling berat itu saat harga dari pemasok naik terus. Pembeli sering mengira saya mengambil untung terlalu banyak. Padahal saya juga menyesuaikan dengan harga modal.
15	Buk Wulan	Kendalanya lebih ke persaingan. Banyak pedagang menjual barang yang hampir sama, jadi pembeli bebas memilih.
16	Pak Kayo	Kadang kalau kebutuhan rumah lagi banyak, hasil jualan terasa kurang. Tapi saya percaya rezeki tidak akan tertukar, jadi saya tetap berusaha berkata jujur kepada pembeli.
17	Buk Wati	Saya pernah mengalami pembeli yang marah karena harga naik. Padahal saya sudah jelaskan penyebabnya. Memang tidak semua pembeli langsung mengerti dan percaya.
18	Buk Yul	Kendalanya kalau ada pembeli yang menawar terlalu jauh. Kadang mereka mengira saya mengambil untung besar.
19	Buk Mar	Kalau pasar lagi sepi memang terasa berat. Kadang barang yang dijual juga sudah lama tersimpan.
20	Buk Eli	Menurut saya tantangan paling besar adalah menjaga kepercayaan pembeli di tengah persaingan yang semakin banyak. Walaupun ada pedagang lain yang mungkin menjual dengan cara berbeda.

2. Implementasi dan Hambatan Sifat Amanah (Terpercaya)

a. Bagaimana cara Bapak/Ibu memastikan ukuran, takaran, ataupun timbangan yang diberikan kepada pembeli sudah benar dan sesuai?[23]

Tabel 4.4
Hasil Wawancara dengan Pedagang Pasar Tradisional Jorong Toboh Tangah Pertanyaan 4

No	Informan	Jawaban
1	Buk Tati	Sebelum mulai jualan saya biasanya lihat dulu timbangan, masih normal atau tidak. Waktu menimbang juga saya usahakan pas, tidak saya kurangi.
2	Buk Pida	Saya selalu pakai timbangan yang biasa saya gunakan setiap hari. Kalau ada yang terasa tidak pas, saya periksa dulu.
3	Buk Ben	Saya menimbang pelan-pelan supaya hasilnya pas. Kadang kalau pembeli minta ditimbang ulang juga saya tidak keberatan.
4	Pak Samsir	Saya selalu memastikan jarum timbangan ada di angka nol sebelum dipakai. Setelah itu baru saya timbang barangnya.
5	Pak Naro	Saya berusaha menimbang sesuai ukuran yang diminta pembeli. Kalau pembeli mau melihat proses menimbang, saya persilakan saja.
6	Pak Kari	Saya sudah biasa memakai timbangan yang sama sejak lama. Sebelum dipakai pertama kali di pasar iu saya cek dulu supaya tidak ada kesalahan.
7	Pak Zul	Saya tidak pernah sengaja mengurangi timbangan malahan biasanya saya lebihkan sedikit.
8	Pak Sawa	Saya selalu melihat hasil timbangan sebelum menyerahkan barang. Biarlah agak berlebih daripada kurang nanti kalau ketahuan kurang kita dikomplen saat pasar minggu berikutnya dan disebar ke orang-orang jadi dagangan kita sepi.
9	Buk Nen	Saya menimbang dengan teliti dan tidak terburu-buru. Kadang saya tunjukkan juga hasil timbangannya ke pembeli supaya mereka bisa melihat sendiri.
10	Buk Dona	Saya selalu memakai timbangan yang masih bagus. Waktu

[23] Luciana Septiani Subekti, 'Implementasi Etika Bisnis …

		menimbang saya pastikan ukurannya sesuai dengan yang diminta pembeli.
11	Buk Nia	Saya sudah hafal cara memakai timbangan yang benar. Kalau pembeli ragu, saya timbang lagi di depan mereka.
12	Pak Malin	Saya tidak ingin mengambil hak orang lain hanya karena mengurangi sedikit timbangannya. Lebih baik pas sesuai ukuran yang diminta.
13	Pak Ucok	Saya biasa membersihkan timbangan dulu sebelum dipakai. Setelah itu baru saya timbang barang sesuai permintaan pembeli. Kalau masih kurang saya tambahkan sampai pas.
14	Pak Surun	Saya selalu memperhatikan hasil timbangannya. Kalau pembeli ingin memastikan lagi, saya tidak keberatan menimbang ulang.
15	Buk Wulan	Saya menimbang barang di depan pembeli supaya semuanya jelas. Dengan begitu pembeli bisa langsung melihat hasilnya.
16	Pak Kayo	Saya memakai timbangan yang sudah biasa saya gunakan dan selalu saya jaga..
17	Buk Wati	Saya selalu berusaha memberikan timbangan yang pas. Kalau ternyata kurang sedikit, saya langsung tambahkan.
18	Buk Yul	Saya menimbang barang dengan pelan supaya hasilnya tepat. Kalau pembeli ingin melihat, saya biarkan mereka melihat sendiri prosesnya.
19	Buk Mar	Saya selalu mengecek timbangan selama ini saya juga belum pernah mendapat komplain soal timbangan.
20	Buk Eli	Saya memastikan timbangan dalam keadaan baik sebelum dipakai. Saat menimbang saya tidak terburu-buru supaya hasilnya benar.

b. Bagaimana tanggung jawab Bapak/Ibu apabila pembeli mengajukan komplain karena barang yang dibeli tidak sesuai?[24]

Tabel 4.5
Hasil Wawancara dengan Pedagang Pasar Tradisional Jorong Toboh Tangah Pertanyaan 5

No	Informan	Jawaban
1	Buk Tati	Biasanya saya dengarkan dulu apa yang dikeluhkan

[24] Rosdalina Bukido, Adila Afifah Mampa, dan Ridwan Jamal, 'Etika Bisnis Islam dalam Perilaku Bisnis Pedagang Muslim Makassar Kota Manado', *Maqrizi: Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Islam*, 2.2 (2022), hlm. 114

		pembeli. Kalau memang kesalahan dari saya, saya tidak keberatan menukar barang atau mengembalikan uangnya.
2	Buk Pida	Saya lihat dulu apa penyebabnya. Kalau memang barang yang saya jual bermasalah, saya minta maaf lalu saya tukarkan dengan yang lebih baik.
3	Buk Ben	Selama komplainnya memang benar, saya siap bertanggung jawab. Biasanya saya ganti barangnya kalau masih ada stok.
4	Pak Samsir	Saya ajak pembeli bicara baik-baik dulu. Kadang masalahnya cuma salah paham.
5	Pak Naro	Saya usahakan komplain diselesaikan dengan baik. Kalau masih bisa ditukar ya saya tukarkan.
6	Pak Kari	Saya tanya dulu apa yang tidak sesuai. Kalau memang barangnya rusak dari awal dan saya tidak tahu, saya tetap mau bertanggung jawab. Soalnya saya juga tidak ingin pembeli kapok belanja di tempat saya.
7	Pak Zul	Saya dengarkan dulu penjelasan pembeli tanpa langsung menyalahkan mereka. Tapi kalau barang rusak karena sudah dipakai tidak sesuai, saya jelaskan baik-baik.
8	Pak Sawa	Saya biasanya melihat dulu kondisi barangnya. Kalau memang layak ditukar ya saya tukarkan. Tapi kalau kerusakannya karena sudah dipakai pembeli, saya tidak mau gantikan.
9	Buk Nen	Saya tidak pernah marah kalau ada pembeli komplain. Saya dengarkan dulu, lalu saya cari jalan keluarnya. Kalau memang saya yang salah, saya siap bertanggung jawab.
10	Buk Dona	Kalau pembeli datang baik-baik, saya juga melayani dengan baik. Saya cek dulu barangnya, lalu saya putuskan apakah ditukar atau ada solusi lain. Yang penting pembeli merasa dihargai.
11	Buk Nia	Saya lebih suka menyelesaikan masalah dengan cara baik-baik. Biasanya saya minta pembeli menunjukkan barangnya dulu. Kalau memang kesalahan saya, tentu saya ganti.
12	Pak Malin	Saya berusaha tidak langsung membantah pembeli. Saya dengarkan dulu penjelasannya. Kalau memang saya yang kurang teliti, saya tidak keberatan mengganti barang tersebut.
13	Pak Ucok	Saya pernah mendapat komplain dari pembeli. Waktu itu saya langsung minta maaf dan mengganti barangnya. Menurut saya lebih baik rugi sedikit daripada kehilangan pelanggan.

14	Pak Surun	Saya lihat dulu masalahnya apa. Kalau memang kesalahan dari saya, saya bertanggung jawab. Tapi kalau barangnya sudah dipakai beberapa hari, biasanya saya jelaskan bahwa itu di luar tanggung jawab saya.
15	Buk Wulan	Saya selalu berusaha menjaga hubungan baik dengan pembeli. Jadi kalau ada komplain, saya tidak langsung marah. Saya cari jalan tengah supaya sama-sama merasa enak.
16	Pak Kayo	Kalau memang saya yang salah, saya akui saja. Saya ganti barangnya atau saya kembalikan uangnya kalau memang diperlukan. Menurut saya kejujuran itu lebih penting daripada untung sesaat.
17	Buk Wati	Saya dengarkan dulu keluhan pembeli. Kadang mereka hanya ingin penjelasan saja. Kalau memang barangnya tidak sesuai dari awal, saya tidak keberatan menukarnya.
18	Buk Yul	Saya usahakan pembeli pulang dengan hati yang tenang. Jadi kalau ada komplain saya jelaskan dulu penyebabnya. Kalau memang kesalahan saya, saya bertanggung jawab.
19	Buk Mar	Saya tidak ingin pembeli kecewa. Kalau memang ada kesalahan dari saya, saya minta maaf lalu saya ganti barangnya. Bagi saya kepercayaan pembeli itu yang paling penting.
20	Buk Eli	Saya biasanya mengajak pembeli berbicara baik-baik dulu. Kalau memang komplainnya benar, saya cari solusi yang terbaik, misalnya menukar barang atau mengembalikan uang. Dengan begitu hubungan baik dengan pelanggan tetap terjaga.

c. Apa saja kendala yang Bapak/Ibu hadapi dalam menjaga kepercayaan pelanggan ?[25]

Tabel 4.6

[25] Siti Nur Eliza Eka Damayanti dan Swadia Gandhi Mahardika, 'Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli (Studi Kasus pada Toko Flavio Samarinda)', *Bisnis Digital: Tren Bisnis Masa Depan* , 16.1 (2025)

Hasil Wawancara dengan Pedagang Pasar Tradisional Jorong Toboh Tangah Pertanyaan 6

No	Informan	Jawaban
1	Buk Tati	Menurut saya yang paling susah itu kalau harga barang tiba-tiba naik. Pembeli kadang mengira saya yang menaikkan harga seenaknya.
2	Buk Pida	Kadang ada pembeli yang sulit percaya walaupun saya sudah menjelaskan dengan baik. Mereka tetap membandingkan dengan pedagang lain.
3	Buk Ben	Kalau barang yang datang dari pemasok kualitasnya tidak sama seperti biasanya dan harga barang naik, saya harus banyak menjelaskan ke pembeli.
4	Pak Samsir	Menjaga kepercayaan itu tidak mudah. Sekali pembeli kecewa, biasanya mereka tidak datang lagi.
5	Pak Naro	Kadang pembeli maunya harga murah tapi kualitasnya bagus. Kalau saya jelaskan sesuai kenyataannya, ada juga yang akhirnya beli di tempat lain.
6	Pak Kari	Saya pernah salah memberikan barang karena sedang ramai. Pembelinya datang lagi dan saya gantikan dengan barang yang dibeli pembeli tersebut.
7	Pak Zul	Sekarang banyak pembeli yang sudah tahu harga dari internet atau media sosial. Jadi kalau harga di pasar sedikit berbeda, mereka langsung bertanya.
8	Pak Sawa	Kadang saya kesulitan kalau stok barang sedang sedikit. Pembeli datang mencari barang tertentu, tapi saya tidak punya jadi ya pembeli berpindah ke pedagang ain.
9	Buk Nen	Alhamdulillah selama ini belum ada masalah besar. Paling hanya pembeli menawar terlalu rendah. Ya paling agak berdebat saja sampai deal.
10	Buk Dona	Pernah ada pembeli yang salah paham soal kualitas barang. Saya agak susah menjelaskannya.
11	Buk Nia	Kadang saya juga pernah lupa menjelaskan kalau ada sedikit kekurangan pada barang. Tapi pembeli biasanya complain dan saya ganti dengan yang baru barangnya.
12	Pak Malin	Persaingan pedagang sekarang cukup berat. Ada yang menjual lebih murah walaupun kualitasnya berbeda. Kadang pembeli menyamakan harga barang bagus dengan yang kurang, maunya barang bagus harga murah.
13	Pak Ucok	Saya merasa menjaga kepercayaan itu butuh waktu lama. Tapi kalau melakukan satu kesalahan saja, kepercayaan itu bisa hilang.
14	Pak	Terus terang kadang saya juga pernah kesal kalau ada

	Surun	pembeli yang terlalu banyak komplain. Tapi saya berusaha menahan emosi dan menjelaskan baik-baik supaya masalahnya selesai.
15	Buk Wulan	Menurut saya yang penting itu bersikap ramah. Walaupun pembeli tidak jadi membeli, saya tetap melayani dengan baik. Mungkin mereka tidak membeli sekarang tapi bisa jadi minggu-minggu berikutnya mereka membeli.
16	Pak Kayo	Kadang saya kurang teliti waktu pasar sedang ramai. Pernah salah menghitung kembalian, untung pembelinya jujur dan mengingatkan.
17	Buk Wati	Saya pernah kehilangan beberapa pelanggan karena mereka pindah ke pedagang yang harganya lebih murah. Walaupun begitu saya tidak ikut-ikutan menurunkan kualitas barang hanya supaya cepat laku soalnya saya tidak dapat untung karena kadang yang menjual murah itu dia menjual hasil tani nya sendiri sementara saya membeli juga jadi harga modalnya lebih tinggi.
18	Buk Yul	Kendalanya lebih ke pembeli yang suka membandingkan semua barang dengan toko besar. Padahal barang di pasar tidak selalu sama.
19	Buk Mar	Kadang ada pembeli yang datang dengan perasaan kurang baik, jadi sedikit-sedikit marah kadang tidak saya perdulikan.
20	Buk Eli	Menurut saya menjaga kepercayaan pelanggan itu harus dilakukan setiap hari. Bukan cuma soal barang, tapi juga cara kita berbicara dan melayani mereka.

3. Implementasi dan Hambatan Sifat Fathanah (Bijaksana)

a. Apakah Bapak/Ibu mengetahui aturan perdagangan yang sesuai dengan ajaran Islam? Dari mana Bapak/Ibu mengetahuinya?[26]

Tabel 4.7
Hasil Wawancara dengan Pedagang Pasar Tradisional Jorong Toboh Tangah Pertanyaan 7

No	Informan	Jawaban
1	Buk Tati	Saya tahu sedikit tentang aturan jual beli dalam Islam.

[26] Siska Damayanti dan Mutmainah Juniawati, 'Telaah Pemahaman Etika Pemasaran Islam Pedagang dan Pembeli di Pasar Air Bunga', *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Auditing dan Akuntansi* , 10.1 (2025)

		Biasanya saya dengar waktu ikut pengajian atau ceramah di masjid. Walaupun belum paham semuanya, saya berusaha berdagang dengan jujur dan tidak merugikan orang lain.
2	Buk Pida	Terus terang saya tidak begitu paham istilah-istilahnya. Saya cuma ikut apa yang diajarkan orang tua, seperti jangan bohong, jangan curang, dan jangan mengurangi timbangan. Menurut saya itu sudah termasuk ajaran yang baik.
3	Buk Ben	Saya pernah dengar penjelasan ustaz tentang jual beli yang halal. Tapi saya belum pernah belajar lebih dalam. Yang saya ingat, penjual harus jujur dan tidak menipu pembeli.
4	Pak Samsir	Saya lumayan tahu karena sering ikut pengajian. Di sana dijelaskan kalau berdagang itu harus amanah dan tidak mengambil keuntungan dengan cara yang tidak baik. Itu yang saya pegang sampai sekarang.
5	Pak Naro	Saya tidak pernah ikut belajar khusus soal ekonomi syariah. Yang saya tahu hanya dari ceramah agama dan nasihat orang tua. Jadi saya jalankan sebisa saya.
6	Pak Kari	Saya pernah mendengar kalau dalam Islam tidak boleh menipu pembeli. Selain itu saya belum terlalu paham aturan yang lain. Kalau ada kesempatan belajar, saya juga ingin tahu lebih banyak.
7	Pak Zul	Saya tahu sedikit karena dulu pernah ikut kajian di masjid. Tapi jujur saja, banyak juga yang sudah lupa. Yang penting saya berusaha tidak berbuat curang saat berdagang.
8	Pak Sawa	Saya kurang paham kalau ditanya aturan satu per satu. Saya hanya tahu kalau berdagang harus jujur dan saling ridha antara penjual dan pembeli. Itu yang selalu saya usahakan.
9	Buk Nen	Saya belajar dari orang tua sejak mulai berdagang. Orang tua selalu bilang jangan mengambil hak orang lain dan jangan berbohong. Sampai sekarang saya masih ingat nasihat itu.
10	Buk Dona	Saya tahu sedikit dari pengajian ibu-ibu di kampung. Di sana sering dijelaskan kalau mencari rezeki harus dengan cara yang halal. Jadi saya berusaha mengikuti itu.
11	Buk Nia	Saya sebenarnya belum terlalu mengerti aturan jual beli menurut syariah secara lengkap. Saya hanya berusaha berdagang dengan baik dan tidak merugikan pembeli.

		Kalau ada pelatihan seperti itu, saya ingin ikut.
12	Pak Malin	Saya pernah membaca sedikit dari buku agama, tapi lebih banyak tahu dari ceramah. Walaupun belum paham semua, saya percaya kalau berdagang dengan jujur itu lebih berkah.
13	Pak Ucok	Saya tidak begitu tahu nama-nama aturannya. Yang saya tahu, jangan bohong, jangan mengurangi timbangan, dan jangan mengambil keuntungan yang berlebihan. Itu saja yang saya pegang.
14	Pak Surun	Saya tahu dari ustaz yang sering mengisi ceramah di masjid. Beliau sering mengingatkan supaya penjual jangan menipu pembeli. Menurut saya nasihat itu sangat penting.
15	Buk Wulan	Saya pernah ikut pengajian yang membahas jual beli. Tapi saya masih belum hafal semuanya. Yang penting saya berusaha menjalankan apa yang saya pahami.
16	Pak Kayo	Saya tidak banyak tahu teori atau aturan tertulis. Selama ini saya hanya mengikuti cara berdagang yang diajarkan orang tua. Kalau ada yang salah, saya mau belajar memperbaikinya.
17	Buk Wati	Saya tahu sedikit karena sering mendengar ceramah agama. Tapi kalau ditanya lebih dalam, saya belum bisa menjelaskan. Saya hanya berusaha berdagang dengan cara yang baik.
18	Buk Yul	Saya lebih banyak belajar dari pengalaman. Kadang juga mendengar ceramah di televisi atau media sosial. Walaupun belum paham semua, saya mencoba menerapkannya dalam berdagang.
19	Buk Mar	Saya tahu kalau dalam Islam tidak boleh berbohong dan tidak boleh merugikan pembeli. Itu yang selalu saya ingat. Soal aturan lainnya saya belum terlalu paham.
20	Buk Eli	Saya pernah ikut pengajian yang membahas tentang mencari rezeki yang halal. Dari situ saya belajar kalau penjual harus jujur, amanah, dan tidak menzalimi pembeli. Walaupun belum sempurna, saya terus berusaha menerapkannya.

b. Saat harga barang dari pemasok naik atau pembeli sepi, bagaimana Bapak/Ibu mengambil keputusan agar usaha tetap berjalan dengan baik?[27]

Tabel 4.8
Hasil Wawancara dengan Pedagang Pasar Tradisional Jorong Toboh Tangah Pertanyaan 8

No	Informan	Jawaban
1	Buk Tati	Biasanya saya tidak langsung menaikkan harga terlalu tinggi. Saya kurangi sedikit keuntungan supaya pembeli tetap mau belanja. Walaupun untungnya tidak banyak, yang penting dagangan tetap jalan dan pelanggan tidak lari.
2	Buk Pida	Kalau harga dari pemasok naik, saya lihat dulu keadaan pasar. Kalau pedagang lain juga naik, baru saya ikut menyesuaikan. Tapi saya tetap kasih tahu ke pembeli kenapa harganya berubah.
3	Buk Ben	Waktu pembeli sepi, saya biasanya mengurangi stok belanja. Daripada barang menumpuk dan rusak, lebih baik beli secukupnya dulu sampai keadaan ramai lagi.
4	Pak Samsir	Saya lebih memilih mencari pemasok yang harganya sedikit lebih murah, tapi kualitasnya tetap bagus. Jadi saya tidak perlu menaikkan harga terlalu tinggi ke pembeli.
5	Pak Naro	Terus terang kadang saya bingung juga kalau harga naik terus. Pernah beberapa kali untungnya jadi sangat sedikit. Tapi saya tetap berusaha jualan karena itu mata pencaharian saya.
6	Pak Kari	Saya biasanya berdiskusi dulu dengan istri di rumah. Kami hitung lagi modal dan keuntungan supaya tidak rugi. Kalau memang harus naik harga, kami naikkan sedikit saja.
7	Pak Zul	Kalau pembeli sedang sepi, saya lebih banyak bersabar. Saya tidak mau asal menurunkan harga sampai rugi besar. Biasanya saya menunggu sambil menawarkan barang ke pelanggan yang sudah langganan.
8	Pak Sawa	Saya pernah mengalami harga barang naik hampir setiap minggu. Akhirnya saya mengurangi jumlah belanja ke pemasok supaya modal tidak terlalu besar. Walaupun dagangan sedikit, setidaknya masih bisa berjualan

[27] Alviyana, 'Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Jual Beli pada Pedagang', *Jurnal Ilmiah Ekonomi* , 1.1 (2023)

		apalagi dia tidak bisa lagi dijual minggu berikutnya.
9	Buk Nen	Saya biasanya mencoba menjual barang yang lebih banyak dicari pembeli. Saya menjual hamper semua jenis sayuran yang biasanya dikonsumsi masyarakat disini.
10	Buk Dona	Kalau keadaan lagi susah, saya lebih memilih mengambil untung sedikit daripada dagangan tidak laku sama sekali. Karena ini kan dijual di pasar lain juga sudah tidak bisa kan sudah layu.
11	Buk Nia	Kadang saya ikut bertanya kepada pedagang lain bagaimana mereka menyiasati harga yang naik. Dari situ saya bisa belajar dan tidak salah mengambil keputusan.
12	Pak Malin	Saya biasanya menyesuaikan jumlah belanja sesuai modal yang ada. Kalau modal sedang sedikit, saya tidak memaksakan membeli banyak karena takut barang tidak habis terjual.
13	Pak Ucok	Saya pernah rugi karena salah memperkirakan keadaan pasar. Sejak itu saya lebih hati-hati membeli stok barang. Sekarang saya lebih sering melihat dulu kebutuhan pembeli sebelum belanja dan lihat keadaan juga seperti kalau lebaran, idul adha dan akan puasa itu biasanya pembeli agak banyak belanja daripada biasanya.
14	Pak Surun	Disini pembelinya hamper sama saja setiap minggunya karena yang membeli biasanya memang warga sekitar dan ya orangnya itu-itu juga.
15	Buk Wulan	Saya biasanya membuat barang dagangan lebih rapi supaya pembeli tertarik mampir. Walaupun sederhana, menurut saya tampilan dagangan juga berpengaruh.
16	Pak Kayo	Saya mencoba mengurangi pengeluaran yang tidak terlalu penting. Seperti plastic kalau masih bagus itu saya simpan untuk pembeli nantinya.
17	Buk Wati	Pernah juga saya menaikkan harga karena modal sudah terlalu tinggi. Memang ada beberapa pembeli yang mengeluh tapi ya saya bisa apa.
18	Buk Yul	Saya lebih sering bertanya kepada pedagang yang lebih lama berjualan.
19	Buk Mar	Kalau dagangan benar-benar sepi, saya biasanya membawa barang lebih sedikit ke pasar. Jadi kalau tidak habis, tidak banyak barang yang tersisa atau rusak.
20	Buk Eli	Saya mencoba tetap berpikir tenang walaupun keadaan sedang sulit. Saya hitung lagi modal, keuntungan, dan kebutuhan belanja barang.

c. Apa kesulitan yang Bapak/Ibu hadapi dalam memahami atau menerapkan aturan perdagangan sesuai syariah Islam?[28]

Tabel 4.9
Hasil Wawancara dengan Pedagang Pasar Tradisional Jorong Toboh Tangah Pertanyaan 9

No	Informan	Jawaban
1	Buk Tati	Kesulitannya sih menurut saya dalam penerapannya itu ya kadang pembeli berfikir untung yang kita dapat terlalu banyak jika kita jujur menyebutkan modalnya padahal ada modal ongkos dan kerja juga kan.
2	Buk Pida	Saya kurang paham karena istilah-istilahnya juga banyak yang belum saya mengerti. Yang saya tahu cuma jangan bohong dan jangan curang.
3	Buk Ben	Kesulitannya karena saya belum pernah belajar khusus tentang jual beli syariah. Jadi saya lebih banyak belajar dari pengalaman berdagang sehari-hari.
4	Pak Samsir	Menurut saya aturan syariah itu bagus, tapi kadang penerapannya tidak mudah. Misalnya saat harga barang terus naik, kita harus tetap menjaga pembeli supaya tidak merasa dirugikan.
5	Pak Naro	Terus terang saya belum banyak tahu soal aturan syariah. Saya hanya mengikuti kebiasaan berdagang yang sudah diajarkan orang tua dulu.
6	Pak Kari	Selama ini saya hanya mendengar sedikit dari ceramah di masjid. Jadi belum begitu memahami mana yang boleh dan mana yang sebaiknya dihindari dalam berdagang.
7	Pak Zul	Kadang saya bingung membedakan antara mengambil untung yang wajar dengan yang dianggap berlebihan. Karena itu saya biasanya melihat harga pasar supaya tidak terlalu jauh dari pedagang lain.
8	Pak Sawa	Kesulitannya lebih ke keadaan di lapangan. Kadang kita ingin mengikuti aturan yang baik, tapi kondisi pasar tidak selalu mendukung. Jadi harus pandai menyesuaikan tanpa merugikan pembeli.
9	Buk Nen	Selama ini saya hanya tahu aturan dasarnya saja.
10	Buk Dona	Saya belum pernah ikut pelatihan tentang jual beli syariah. Yang penting selama ini saya berusaha berdagang dengan

[28] Siska Damayanti dan Mutmainah Juniawati, 'Telaah Pemahaman Etika Pemasaran Islam Pedagang dan Pembeli di Pasar Air Bunga', *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Auditing dan Akuntansi* , 10.1 (2025)

		jujur dan tidak merugikan orang lain.
11	Buk Nia	Kadang saya bingung kalau menghadapi keadaan yang tidak pernah saya alami sebelumnya. Misalnya harga berubah sangat cepat atau barang dari pemasok kualitasnya menurun. Saya biasanya menyesuaikan dengan pedagang lain saja.
12	Pak Malin	Saya hanya menjalankan apa yang saya pahami selama ini yang biasa dilakukan orang saja.
13	Pak Ucok	Saya lebih banyak belajar dari pengalaman daripada dari buku atau pengajian.
14	Pak Surun	Yang paling sulit menurut saya adalah menghadapi pembeli yang maunya harga murah terus. Kadang kita sudah menjelaskan dengan baik, tapi mereka tetap tidak mau mengerti jadi harus sabar.
15	Buk Wulan	Saya tidak merasa terlalu kesulitan, hanya saja masih ingin menambah pengetahuan. Soalnya saya yakin masih banyak aturan yang belum saya pahami.
16	Pak Kayo	Saya tidak ada pendidikan yang tinggi, jadi pengetahuan saya lebih banyak dari pengalaman berdagang. Kadang saya baru tahu kalau ada aturan tertentu setelah mendengar ceramah.
17	Buk Wati	Saya pernah merasa bingung waktu harus menentukan harga saat modal naik terus. Takut kalau terlalu mahal pembeli pergi, tapi kalau terlalu murah saya malah rugi. Jadi saya menyesuaikan dengan harga pedagang ain saja lebih atau kurang sedikit saya rasa tidak apa.
18	Buk Yul	Menurut saya yang sulit itu bukan memahami, tapi menerapkannya saat keadaan ekonomi sedang susah. Kadang kita harus benar-benar sabar supaya tetap bisa berdagang dengan baik walaupun untungnya sedikit.
19	Buk Mar	Saya merasa pengetahuan saya masih terbatas. Selama ini saya berdagang mengikuti kebiasaan yang sudah ada. Mudah-mudahan ke depan ada kesempatan belajar supaya lebih paham lagi.
20	Buk Eli	Saya pikir belajar tentang aturan syariah itu penting, tapi belum semua pedagang punya kesempatan untuk mempelajarinya. Selama ini saya berusaha menjalankan yang saya tahu dulu, sambil terus belajar dari pengajian dan pengalaman berdagang.

4. Implementasi dan Hambatan Sifat Tabligh (Transparan)

a. Bagaimana cara Bapak/Ibu menjelaskan harga, kualitas, dan kondisi barang kepada pembeli?[29]

Tabel 4.10
Hasil Wawancara dengan Pedagang Pasar Tradisional Jorong Toboh Tangah Pertanyaan 10

No	Informan	Jawaban
1	Buk Tati	Biasanya saya jelaskan dulu harganya, baru saya bilang kondisi barangnya. Kalau ada yang kurang bagus saya kasih tahu juga. Biar pembeli tahu dari awal dan tidak kecewa setelah membeli.
2	Buk Pida	Saya jelaskan kalau pembeli bertanya. Misalnya mereka tanya kenapa harganya berbeda, baru saya jelaskan kualitas barangnya. Kalau tidak ditanya, biasanya saya tidak banyak bicara.
3	Buk Ben	Saya lebih suka menjelaskan pelan-pelan. Kalau barangnya baru saya bilang baru, kalau kualitasnya biasa saya bilang biasa.
4	Pak Samsir	Saya biasanya langsung memberi tahu harga dan kualitas barang. Kalau ada kekurangan saya tidak tutupi.
5	Pak Naro	Saya jelaskan seadanya saja. Kadang pembeli cuma tanya harga, jadi saya jawab harga. Tapi kalau mereka tanya kualitasnya, baru saya jelaskan lebih rinci.
6	Pak Kari	Kalau pasar lagi tidak terlalu ramai, saya bisa menjelaskan lebih lengkap. Tapi kalau sedang ramai, kadang saya hanya menjawab yang ditanyakan pembeli karena harus melayani banyak orang.
7	Pak Zul	Saya biasanya menunjukkan langsung barangnya sambil menjelaskan kualitasnya. Jadi pembeli bisa melihat sendiri, bukan hanya mendengar penjelasan saya.
8	Pak Sawa	Saya bilang apa adanya. Kalau ada barang yang sudah agak lama, saya kasih tahu. Memang kadang ada pembeli yang jadi tidak jadi beli.
9	Buk Nen	Yang penting pemeli tahu kondisi barangnya dan sudah terlihat pula kan sama mereka.
10	Buk Dona	Biasanya saya jelaskan kalau ada perbedaan kualitas. Misalnya ada barang yang lebih bagus dan ada yang biasa, saya jelaskan kenapa harganya juga berbeda.

[29] Luciana Septiani Subekti, 'Implementasi Etika Bisnis …

11	Buk Nia	Terus terang kadang saya lupa menjelaskan kalau pasar sedang ramai. Biasanya setelah pembeli bertanya baru saya jelaskan lebih lengkap.
12	Pak Malin	Saya tidak suka memaksa pembeli. Saya jelaskan secukupnya, setelah itu pembeli bebas memilih. Menurut saya keputusan tetap ada di tangan pembeli.
13	Pak Ucok	Saya biasanya menjelaskan sesuai yang saya tahu. Kalau pembeli bertanya lebih banyak, saya jawab sebisa saya.
14	Pak Surun	Saya lebih sering menjelaskan ke pembeli baru. Kalau yang sudah langganan biasanya mereka sudah tahu kualitas barang saya, jadi tidak perlu dijelaskan panjang lagi.
15	Buk Wulan	Saya selalu menunjukkan barangnya dulu supaya pembeli bisa melihat sendiri. Setelah itu baru saya jelaskan harganya dan kondisinya. Menurut saya cara itu lebih mudah dipahami.
16	Pak Kayo	Kadang saya kurang pandai menjelaskan. Jadi saya lebih sering menunjukkan langsung barangnya daripada banyak bicara.
17	Buk Wati	Saya jelaskan pelan-pelan supaya pembeli tidak salah paham. Kalau mereka masih ragu, saya persilakan melihat dan memilih barangnya sendiri dan memang mereka kan lebih nyaman dengan pilih sendiri dan kadang tidak terlalu [eduli juga dengan penjelasan kita.
18	Buk Yul	Saya biasanya menjelaskan sesuai pengalaman saja. Tidak semua pembeli suka penjelasan panjang, jadi saya menyesuaikan dengan siapa yang membeli.
19	Buk Mar	Kadang saya terlalu fokus melayani pembeli, jadi ada beberapa hal yang lupa saya jelaskan. Tapi kalau pembeli bertanya, saya jawab dengan jujur dan tidak ditutup-tutupi.
20	Buk Eli	Saya berusaha menjelaskan harga, kualitas, dan kondisi barang sebelum pembeli memutuskan membeli. Menurut saya kalau penjelasannya jelas, pembeli juga lebih yakin dan tidak mudah salah paham.

b. Bagaimana cara Bapak/Ibu berbicara dengan pembeli saat mereka menawar harga atau menyampaikan keluhan?[30]

[30] Siti Nur Eliza Eka Damayanti dan Swadia Gandhi Mahardika, 'Penerapan Etika Bisnis Islam

Tabel 4.11
Hasil Wawancara dengan Pedagang Pasar Tradisional Jorong Toboh Tangah Pertanyaan 11

No	Informan	Jawaban
1	Buk Tati	Kalau pembeli menawar, saya tetap layani dengan baik. Kalau memang masih bisa dikurangi saya kurangi sedikit. Tapi kalau memang sudah harga pas, saya jelaskan baik-baik supaya pembeli mengerti.
2	Buk Pida	Saya biasanya senyum dulu dan dengarkan apa yang pembeli mau. Kalau tidak bisa mengikuti harga yang mereka minta, saya bilang pelan-pelan alasannya.
3	Buk Ben	Saya tidak pernah marah kalau ditawar. Menurut saya itu sudah biasa di pasar.
4	Pak Samsir	Saya lebih suka menjelaskan daripada berdebat.
5	Pak Naro	Kadang ada pembeli yang menawar terlalu rendah. Saya tetap jawab dengan sopan, tapi saya jelaskan kalau harga segitu sudah tidak bisa karena modalnya juga tinggi.
6	Pak Kari	Terus terang kadang saya pernah kesal kalau ada pembeli yang banyak protes. Biasanya saya diam dulu, baru setelah tenang saya jelaskan pelan-pelan.
7	Pak Zul	Saya lebih suka bercanda sedikit supaya suasananya tidak tegang. Biasanya pembeli jadi lebih santai waktu menawar.
8	Pak Sawa	Kalau ada keluhan, saya dengarkan sampai selesai. Setelah itu baru saya jelaskan bagaimana keadaan sebenarnya.
9	Buk Nen	Saya usahakan tetap sabar walaupun pembeli kadang berbicara dengan nada tinggi.
10	Buk Dona	Saya lebih banyak mendengarkan daripada berbicara. Setelah pembeli selesai menjelaskan, baru saya kasih penjelasan.
11	Buk Nia	Saya orangnya memang agak pendiam. Jadi kalau ada yang komplain saya dengarkan dulu. Kadang saya bingung harus menjawab apa, tapi saya tetap berusaha menjelaskan dengan baik.
12	Pak Malin	Saya anggap menawar itu hal biasa di pasar. Kalau masih bisa dikurangi saya kurangi sedikit. Tapi kalau tidak bisa, saya bilang terus terang supaya tidak ada salah paham.
13	Pak Ucok	Pernah ada pembeli yang marah karena merasa harga saya lebih mahal. Saya jelaskan saja kalau kualitas barangnya juga berbeda. Akhirnya pembeli bisa mengerti.

dalam Transaksi Jual Beli (Studi Kasus pada Toko Flavio Samarinda)', *Bisnis Digital: Tren Bisnis Masa Depan* , 16.1 (2025)

14	Pak Surun	Terus terang kadang saya juga pernah menjawab dengan nada agak tinggi kalau pembeli sudah keterlaluan. Tapi setelah dipikir-pikir, saya sadar itu kurang baik.
15	Buk Wulan	Saya selalu berusaha berbicara dengan lembut. Walaupun pembeli tidak jadi membeli, saya tetap mengucapkan terima kasih. Siapa tahu nanti mereka kembali lagi.
16	Pak Kayo	Saya lebih banyak mendengarkan pembeli. Kalau memang keluhannya benar, saya akui kesalahan saya.
17	Buk Wati	Kadang saya merasa sedih kalau pembeli berbicara kasar. Menurut saya kalau kita melayani dengan baik, lama-lama pembeli juga akan mengerti.
18	Buk Yul	Saya biasanya menyesuaikan cara bicara dengan pembelinya. Kalau pembelinya bercanda saya ikut bercanda, tapi kalau mereka serius saya juga menjelaskan dengan serius.
19	Buk Mar	Kalau sedang ramai, kadang saya menjawab singkat karena masih melayani pembeli lain. Tapi kalau sudah agak sepi, saya jelaskan lagi dengan lebih lengkap supaya tidak ada salah paham.
20	Buk Eli	Saya percaya cara berbicara itu sangat penting dalam berdagang. Jadi walaupun pembeli komplain atau menawar terlalu rendah, saya tetap berusaha berbicara dengan baik.

c. Apa kesulitan yang Bapak/Ibu hadapi saat harus menjelaskan kondisi barang atau kenaikan harga kepada pembeli? [31]

Tabel 4.12
Hasil Wawancara dengan Pedagang Pasar Tradisional Jorong Toboh Tangah Pertanyaan 12

No	Informan	Jawaban
1	Buk Tati	Yang paling sering itu waktu harga barang naik, kadang pembeli yang mengira saya sengaja menaikkan harga.
2	Buk Pida	Kadang pembeli tidak mau mendengarkan penjelasan. Mereka langsung bilang mahal lalu pergi.
3	Buk Ben	Kalau kondisi barang memang tidak sebagus biasanya, kadang agak susah menjelaskannya. Takut pembeli tidak jadi beli.
4	Pak Samsir	Kesulitannya kalau pembeli membandingkan harga dengan

[31] Luciana Septiani Subekti, 'Implementasi Etika Bisnis …

		tempat lain tanpa melihat kualitas barang. Saya harus menjelaskan pelan-pelan supaya mereka paham perbedaannya.
5	Pak Naro	Saya kadang bingung menjelaskan karena harga dari pemasok sering berubah. Hari ini naik, besok bisa turun lagi. Jadi pembeli juga sering bertanya-tanya.
6	Pak Kari	Terus terang saya kurang pandai berbicara. Tapi saya tetap berusaha menjelaskan semampu saya.
7	Pak Zul	Ada pembeli yang sudah marah duluan sebelum saya menjelaskan. Kalau begitu saya lebih memilih diam.
8	Pak Sawa	Kadang pembeli maunya harga lama padahal modal saya sudah naik. Menjelaskan hal seperti itu tidak selalu mudah karena tidak semua pembeli mau mengerti.
9	Buk Nen	Saya tidak terlalu mengalami kesulitan karena kebanyakan pembeli saya sudah langganan. Mereka biasanya percaya kalau saya bilang harga memang sedang naik dari pemasok.
10	Buk Dona	Yang susah itu kalau pembeli menganggap semua barang kualitasnya sama. Padahal ada yang memang lebih bagus sehingga harganya juga berbeda.
11	Buk Nia	Saya orangnya memang tidak banyak bicara. Untungnya sebagian besar pembeli sudah paham saja.
12	Pak Malin	Kesulitannya waktu pasar sedang ramai. Saya tidak bisa menjelaskan terlalu lama karena masih banyak pembeli lain yang menunggu dilayani.
13	Pak Ucok	Pernah ada pembeli yang tidak percaya waktu saya bilang harga dari pemasok naik. Mereka mengira saya mencari untung lebih banyak.
14	Pak Surun	Kadang saya juga merasa capek kalau harus menjelaskan hal yang sama berulang-ulang ke banyak pembeli. Tapi mau bagaimana lagi, itu memang bagian dari berdagang.
15	Buk Wulan	Alhamdulillah tidak terlalu sulit. Saya sudah biasa menjelaskan dengan pelan-pelan, jadi pembeli biasanya bisa memahami. Kalau ada yang belum mengerti, saya jelaskan lagi dengan sabar.
16	Pak Kayo	Yang paling sulit itu kalau pembeli tetap ingin harga murah walaupun saya sudah menjelaskan modalnya naik. Kadang saya tidak bisa memenuhi keinginan mereka karena nanti saya malah rugi.
17	Buk Wati	Kadang ada pembeli yang langsung membandingkan dengan harga di media sosial atau toko besar. Padahal barang yang dijual tidak selalu sama.
18	Buk Yul	Menurut saya setiap pembeli beda-beda. Ada yang langsung

		mengerti, ada juga yang harus dijelaskan berkali-kali.
19	Buk Mar	Saya pernah merasa sedih karena ada pembeli yang tidak percaya sama penjelasan saya. Kalau memang mereka tidak jadi beli, saya terima saja.
20	Buk Eli	Kesulitannya lebih kepada meyakinkan pembeli bahwa kenaikan harga bukan karena saya ingin mengambil untung lebih besar. Saya biasanya menjelaskan kalau harga mengikuti modal dari pemasok.

C. Pembahasan

1. Implementasi dan Hambatan Sifat Shiddiq (*Jujur*)

a. Implementasi Sifat Shiddiq dalam Menyampaikan Cacat atau Penurunan Kualitas Barang (*Tadlis*)

Berdasarkan hasil wawancara terhadap 20 orang pedagang di Pasar Tradisional Jorong Toboh Tangah, diketahui bahwa sebagian besar pedagang telah menerapkan sifat shiddiq dalam aktivitas perdagangan. Hal ini terlihat dari kesediaan mayoritas pedagang untuk menjelaskan kepada pembeli apabila barang yang dijual memiliki cacat atau mengalami penurunan kualitas. Pedagang beranggapan bahwa kejujuran dapat menjaga kepercayaan pelanggan, menghindari komplain setelah transaksi, serta menjaga hubungan baik dengan pembeli. Bahkan beberapa pedagang menyatakan tetap menjelaskan kekurangan barang meskipun berpotensi menyebabkan pembeli membatalkan transaksi.

Namun demikian, hasil wawancara juga menunjukkan bahwa masih terdapat beberapa pedagang yang hanya menjelaskan kondisi barang

jika pembeli bertanya terlebih dahulu. Sebagian lainnya beranggapan bahwa pembeli telah mengetahui kondisi barang hanya dengan melihat secara langsung, sehingga penjelasan tambahan tidak selalu diberikan. Selain itu, terdapat pedagang yang mengelompokkan barang berdasarkan kualitas dan harga tanpa menjelaskan secara lisan kondisi barang tersebut. Temuan ini menunjukkan bahwa penerapan sifat shiddiq sudah cukup baik, namun belum dilakukan secara aktif oleh seluruh pedagang.

Dalam perspektif etika bisnis Islam, perilaku tersebut mencerminkan penerapan sifat *shiddiq*, yaitu berkata benar, jujur, dan tidak menyembunyikan informasi yang dapat merugikan pihak lain. Islam melarang praktik tadlis, yaitu menyembunyikan cacat barang atau memberikan informasi yang tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya karena dapat menghilangkan kerelaan antara penjual dan pembeli.[32] Rasulullah SAW juga menjelaskan bahwa penjual dan pembeli akan memperoleh keberkahan apabila keduanya membuka secara jujur serta terbuka dalam menjelaskan kondisi barang yang dijual.[33] Oleh karena itu, kejujuran dalam menjelaskan kualitas barang merupakan bagian dari pelaksanaan etika bisnis Islam yang harus diterapkan dalam setiap transaksi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Nurhayati dan

[32] Yusuf al-Qaradawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam* , trans. Didin Hafidhuddin (Jakarta: Rabbani Press, 2001), hlm. 265–268

[33] Abu Abdullah Muhammad bin Ismail al-Bukhari, *Shahih al-Bukhari* , Kitab al-Buyu', Hadis No.2079

Hidayat yang menyatakan bahwa pedagang yang menjelaskan kondisi barang secara jujur mampu membangun kepercayaan konsumen sehingga pelanggan cenderung melakukan pembelian ulang.[34] Penelitian Ahmad Rofiq juga menyimpulkan bahwa keterbukaan mengenai kualitas barang merupakan salah satu indikator utama penerapan etika bisnis Islam karena dapat menghindari praktik *tadlis* dan meningkatkan kepuasan konsumen.[35]

b. Implementasi Sifat Shiddiq dalam Menyampaikan Harga dan Kualitas Barang

Berdasarkan hasil wawancara terhadap para pedagang Pasar Tradisional Jorong Toboh Tangah, dapat diketahui bahwa sebagian besar pedagang telah berupaya menyampaikan harga dan kualitas barang secara terbuka kepada pembeli. Pedagang umumnya menjelaskan harga barang sebelum transaksi dilakukan, kemudian memberikan penjelasan mengenai kualitas barang sesuai dengan kondisi sebenarnya. Beberapa pedagang juga menyampaikan bahwa harga yang ditetapkan disesuaikan dengan kualitas barang, sehingga pembeli dapat memilih barang sesuai kebutuhan dan kemampuan mereka. Sikap tersebut menunjukkan adanya kesadaran pedagang untuk memberikan informasi yang benar sebelum terjadinya akad jual beli.

---

[34] Nurhayati dan Hidayat, 'Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang Pasar Tradisional', *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia* , 12.2 (2022), 150–162

[35] Ahmad Rofiq, 'Penerapan Nilai Shiddiq dalam Aktivitas Perdagangan Tradisional', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* , 7.3 (2021), 1548–1558

Meskipun demikian, hasil wawancara juga menunjukkan bahwa masih terdapat beberapa pedagang yang hanya menjelaskan kualitas barang jika pembeli bertanya terlebih dahulu. Sebagian pedagang beranggapan bahwa pembeli telah mampu menilai kualitas barang melalui pengamatan secara langsung sehingga penjelasan secara rinci dianggap tidak selalu diperlukan. Namun demikian, tidak ditemukan pedagang yang secara sengaja memberikan informasi yang tidak benar mengenai harga maupun kualitas barang. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum pedagang telah berusaha menerapkan prinsip kejujuran meskipun tingkat keterbukaan informasi yang diberikan masih berbeda-beda.

Dalam etika bisnis Islam, kejujuran dalam menyampaikan harga dan kualitas barang merupakan bagian dari sifat shiddiq yang harus dimiliki oleh setiap pelaku usaha. Islam mengajarkan bahwa transaksi jual beli harus dilakukan atas dasar saling ridha antara penjual dan pembeli sehingga informasi mengenai harga maupun kondisi barang harus disampaikan secara jelas dan tidak boleh mengandung unsur penipuan ataupun gharar.[36] Al-Qur'an juga diperintahkan agar setiap orang menyampaikan kebenaran dan tidak mencampuradukkan antara yang benar dengan yang batil sehingga kejujuran menjadi prinsip utama dalam seluruh

[36] M. Umer Chapra, *Ekonomi Islam: Apa Itu dan Bagaimana Perkembangannya* (Jeddah: Lembaga Penelitian dan Pelatihan Islam, 2000), hlm. 45–48

aktivitas muamalah.[37] Oleh karena itu, keterbukaan mengenai harga dan kualitas barang merupakan bentuk tanggung jawab moral sekaligus kewajiban syariat yang harus dijaga oleh pedagang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Sari dan Kurniawan yang menyatakan bahwa transparansi harga dan kualitas barang mampu meningkatkan kepercayaan konsumen serta menciptakan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.[38] Penelitian Abdul Rahman juga menyimpulkan bahwa keterbukaan informasi mengenai harga dan kualitas barang merupakan indikator penting dalam penerapan etika bisnis Islam karena dapat menciptakan transaksi yang adil, mengurangi jarak, dan meningkatkan kepuasan konsumen.[39]

c. Hambatan dalam Mempertahankan Sikap Shiddiq

Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa pedagang menghadapi berbagai kendala dalam mempertahankan sikap jujur selama menjalankan aktivitas perdagangan. Hambatan yang paling banyak disampaikan adalah kondisi pasar yang sepi, meningkatnya kebutuhan ekonomi keluarga, kenaikan harga dari pemasok, serta semakin ketatnya persaingan antar pedagang. Selain itu, sebagian pedagang mengungkapkan

---

[37] Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), QS. Al-Baqarah [2]:42

[38] Rina Sari dan Dedi Kurniawan, 'Transparansi Harga dalam Perspektif Etika Bisnis Islam', *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* , 9.1 (2023), 40–55

[39] Abdul Rahman, 'Etika Bisnis Islam pada Pedagang Pasar Tradisional', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8.2 (2022), 1135–1147

bahwa pembeli sering kali hanya fokus pada harga yang murah tanpa mempertimbangkan kualitas barang, sehingga penjelasan yang diberikan tidak selalu diterima dengan baik oleh pembeli.

Meskipun menghadapi berbagai tekanan tersebut, sebagian besar pedagang tetap berusaha mempertahankan kejujuran dalam berdagang. Hal ini terlihat dari pernyataan beberapa pedagang yang tetap menjelaskan kondisi barang kepada pembeli meskipun berpotensi kehilangan pelanggan atau mengalami penurunan keuntungan. Beberapa informan juga menyampaikan bahwa mereka percaya rezeki telah diatur oleh Allah SWT sehingga kejujuran harus tetap terjaga dalam kondisi apa pun. Temuan ini menunjukkan bahwa nilai keagamaan masih menjadi landasan bagi sebagian besar pedagang dalam menjalankan aktivitas usaha.

Dalam perspektif Islam, tekanan ekonomi maupun persaingan usaha tidak dapat dijadikan alasan untuk melakukan penipuan atau menyembunyikan informasi mengenai barang dagangan. Islam mengajarkan bahwa rezeki berasal dari Allah SWT dan setiap bentuk usaha harus dilakukan dengan cara yang halal serta menjunjung tinggi nilai kejujuran.[40] Rasulullah SAW juga menjelaskan bahwa pedagang yang jujur dan dapat dipercaya akan memperoleh kedudukan yang mulia bersama para nabi, orang-orang yang benar (*shiddiqin*), dan para syuhada pada hari

[40] Yusuf al-Qaradawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam* , terj. Zainal Arifin (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), hlm. 173–178

terhenti.[41] Oleh karena itu, menjaga kejujuran dalam kondisi ekonomi yang sulit merupakan salah satu bentuk ketakwaan sekaligus implementasi etika bisnis Islam.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Fauziah yang menyatakan bahwa tekanan ekonomi dan persaingan usaha merupakan faktor utama yang menghambat penerapan etika bisnis Islam pada pedagang pasar tradisional.[42] Namun demikian, penelitian Hasanah dan Yuliana menunjukkan bahwa pedagang yang memiliki pemahaman agama yang baik tetap berusaha mempertahankan kejujuran karena mereka percaya bahwa kepercayaan pelanggan merupakan aset yang lebih bernilai daripada keuntungan suatu saat.[43]

2. Implementasi dan Hambatan Sifat *Amanah* (Terpercaya)

a. Implementasi Sifat Amanah dalam Memastikan Ukuran, Takaran, dan Timbangan

Berdasarkan hasil wawancara dengan 20 orang pedagang Pasar Tradisional Jorong Toboh Tangah, diketahui bahwa sebagian besar pedagang telah berupaya menerapkan sifat amanah dalam proses penimbangan barang dagangan. Hal ini terlihat dari kebiasaan pedagang

[41] Abu Isa Muhammad al-Tirmidzi, *Sunan al-Tirmidzi* , Kitab al-Buyu', Hadis No.1209

[42] Siti Fauziah, 'Faktor Penghambat Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Pasar Tradisional', *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* , 8.4 (2021), 512–524

[43] Nur Hasanah dan Rina Yuliana, 'Kepercayaan Konsumen sebagai Dampak Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Pasar Tradisional', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* , 9.2 (2023), 1710–1722

yang selalu memeriksa kondisi timbangan sebelum digunakan, memastikan jarum timbangan berada pada angka nol, menimbang barang secara perlahan agar hasilnya tepat, serta memberikan kesempatan kepada pembeli untuk melihat langsung proses penimbangan. Bahkan beberapa pedagang menyatakan lebih memilih memberikan timbangan sedikit lebih banyak daripada mengurangi hak pembeli karena khawatir akan menimbulkan komplain dan mengurangi kepercayaan pelanggan.

Selain itu, beberapa informan juga mengungkapkan bahwa mereka bersedia melakukan penimbangan ulang apabila pembeli merasa ragu terhadap hasil timbangan. Sikap tersebut menunjukkan adanya keterbukaan dan tanggung jawab pedagang dalam memastikan hak pembeli benar-benar terpenuhi. Meskipun demikian, sebagian besar pedagang masih mengandalkan kebiasaan dan pengalaman dalam menggunakan timbangan, sedangkan pemeriksaan terhadap keakuratan timbangan melalui tera ulang secara berkala belum banyak disampaikan oleh para informan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penerapan sifat amanah telah berjalan dengan baik dalam praktik sehari-hari, namun masih memerlukan peningkatan dari aspek pemeliharaan alat ukur agar keakuratan timbangan tetap terjamin.

Dalam perspektif etika bisnis Islam, amanah berarti menjalankan transaksi dengan penuh tanggung jawab serta memberikan hak setiap pihak secara adil tanpa adanya pengurangan sedikit pun. Al-Qur'an secara tegas

memerintahkan agar setiap pelaku usaha menyempurnakan takaran dan timbangan serta melarang segala bentuk kecurangan karena dapat merugikan pihak lain.[44] Larangan tersebut juga ditegaskan dalam Surah Al-Muṭaffifin yang memberikan peringatan keras kepada orang-orang yang mengurangi takaran dan timbangan dalam transaksi perdagangan.[45] Oleh karena itu, menjaga ketepatan ukuran, takaran, dan timbangan merupakan salah satu bentuk implementasi sifat amanah sekaligus wujud tanggung jawab moral seorang pedagang kepada konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Hary Juniardi yang menemukan bahwa sebagian besar pedagang telah berupaya menerapkan etika bisnis Islam dalam aktivitas perdagangan, namun masih terdapat pedagang yang belum melakukan tera ulang timbangan sehingga berpotensi mengurangi akurasi alat ukur dan merugikan konsumen.[46] Penelitian tersebut menegaskan bahwa pemeliharaan dan pengecekan timbangan secara berkala merupakan bagian penting dalam menjaga amanah kepada pembeli. Penelitian Haryanti juga menunjukkan bahwa salah satu penyimpangan etika bisnis Islam yang masih ditemukan di pasar tradisional adalah kecurangan dalam timbangan, sehingga ketepatan

[44] Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), QS. Al-An'am [6]: 152

[45] Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), QS. Al-Muṭaffifīn [83]: 1–3

[46] Hary Juniardi, 'Akurasi Timbangan dan Etika Bisnis Pedagang Muslim dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pedagang Pasar Melati Kec. Sui Raya)', *Jurnal Muamalat Indonesia*, 4.2 (2024), 578–596

ukuran menjadi indikator penting dalam membangun kepercayaan konsumen.[47]

b. Implementasi Sifat *Amanah* dalam Bertanggung Jawab terhadap Komplain Pembeli

Berdasarkan hasil wawancara dengan 20 orang pedagang Pasar Tradisional Jorong Toboh Tangah, diketahui bahwa sebagian besar pedagang telah menunjukkan sikap amanah dalam menyelesaikan komplain yang diajukan oleh pembeli. Hal ini terlihat dari kesediaan para pedagang untuk mendengarkan terlebih dahulu keluhan pembeli sebelum mengambil keputusan. Mayoritas informan menyatakan bahwa apabila kesalahan memang berasal dari pihak pedagang, mereka bersedia meminta maaf, menukar barang, bahkan mengembalikan uang pembeli apabila diperlukan. Sikap tersebut menunjukkan bahwa pedagang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga berusaha mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan melalui penyelesaian masalah secara bijaksana.

Selain itu, beberapa pedagang menjelaskan bahwa mereka terlebih dahulu melakukan pemeriksaan terhadap penyebab komplain sebelum menentukan bentuk penyelesaian yang akan diberikan. Apabila kerusakan barang disebabkan oleh kelalaian pembeli setelah barang digunakan,

[47] Haryanti, 'Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam pada Pedagang di PD Pasar Tradisional Pancasila Tasikmalaya', *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4.2

pedagang akan memberikan penjelasan dengan baik tanpa langsung menerima seluruh tuntutan yang diajukan. Sebaliknya, apabila kerusakan telah terjadi sebelum barang diterima pembeli atau merupakan kesalahan pedagang, mereka bersedia mengganti barang ataupun mengembalikan uang sebagai bentuk tanggung jawab. Temuan ini menunjukkan bahwa para pedagang berusaha menerapkan prinsip keadilan dalam menyelesaikan komplain sehingga hak dan kewajiban kedua belah pihak tetap terjaga.

Dalam perspektif etika bisnis Islam, amanah tidak hanya diwujudkan melalui kejujuran ketika menjual barang, tetapi juga melalui kesediaan untuk bertanggung jawab apabila terjadi kesalahan dalam transaksi. Amanah mengandung makna menjaga hak orang lain, memenuhi janji, serta menyelesaikan kewajiban yang menjadi tanggung jawab seseorang. Allah SWT memerintahkan agar setiap amanah disampaikan kepada pihak yang berhak menerimanya serta menetapkan hukum secara adil apabila terjadi perselisihan.[48] Prinsip tersebut menunjukkan bahwa seorang pedagang wajib memberikan penyelesaian yang adil terhadap setiap komplain yang benar dan tidak mengabaikan hak konsumen. Rasulullah SAW juga bersabda bahwa Allah merahmati orang yang bersikap mudah dan lapang ketika menjual, membeli, maupun ketika

[48] Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), QS. An-Nisā' [4]: 58

menagih haknya.[49] Hadis ini mengandung makna bahwa penyelesaian komplain hendaknya dilakukan dengan sikap ramah, santun, dan mengedepankan musyawarah sehingga tidak merusak hubungan antara penjual dan pembeli.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Dontes Putra yang menemukan bahwa pedagang yang menerapkan etika bisnis Islam cenderung bertanggung jawab terhadap keluhan konsumen melalui pemberian penjelasan, penggantian barang, maupun penyelesaian secara musyawarah sehingga mampu mempertahankan kepercayaan pelanggan.[50] Penelitian Luciana Septiani Subekti juga menunjukkan bahwa penerapan prinsip amanah dalam bentuk tanggung jawab terhadap konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan karena konsumen merasa memperoleh perlakuan yang adil dan menghargai komitmen pedagang dalam menyelesaikan setiap permasalahan transaksi.[51] Dengan demikian, hasil penelitian di Pasar Tradisional Jorong Toboh Tangah memperkuat temuan penelitian sebelumnya bahwa tanggung jawab terhadap komplain merupakan salah satu indikator penting dalam implementasi sifat amanah pada aktivitas perdagangan.

---

[49] Abu Abdullah Muhammad bin Ismail al-Bukhari, *Ṣaḥīḥ al-Bukhārī*, Kitab al-Buyu', Hadis No. 2076

[50] Dontes Putra, 'Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Sayur di Pasar Tradisional Kabupaten Kerinci', *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 10.1 (2024)

[51] Luciana Septiani Subekti, 'Implementasi Etika Bisnis …

c. Hambatan dalam Menjaga Kepercayaan Pelanggan

Berdasarkan hasil wawancara dengan 20 orang pedagang Pasar Tradisional Jorong Toboh Tangah, diketahui bahwa menjaga kepercayaan pelanggan merupakan tantangan yang tidak mudah bagi para pedagang. Hambatan yang paling banyak diungkapkan adalah perubahan harga barang dari pemasok yang terjadi secara tiba-tiba sehingga pedagang harus memberikan penjelasan kepada pembeli mengenai penyebab kenaikan harga. Kondisi tersebut sering kali menimbulkan anggapan bahwa pedagang sengaja menaikkan harga untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar. Selain itu, sebagian pembeli juga sering membandingkan harga dengan pedagang lain maupun dengan harga yang diperoleh melalui media sosial atau internet tanpa mempertimbangkan adanya perbedaan kualitas barang maupun biaya yang dikeluarkan oleh masing-masing pedagang.

Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa persaingan usaha menjadi salah satu faktor yang meengaruhi upaya pedagang dalam mempertahankan kepercayaan pelanggan. Beberapa informan mengungkapkan bahwa terdapat pedagang lain yang menjual barang dengan harga lebih murah sehingga pembeli sering kali membandingkan harga tanpa memperhatikan kualitas barang. Di samping itu, terdapat pula hambatan yang berasal dari faktor internal, seperti kurang teliti ketika pasar sedang ramai, kesalahan memberikan barang, maupun kesalahan dalam menghitung uang kembalian. Meskipun demikian, para pedagang pada

umumnya berusaha segera memperbaiki kesalahan yang terjadi dengan meminta maaf, mengganti barang yang keliru, ataupun memberikan penjelasan kepada pembeli agar hubungan baik tetap terjaga. Temuan ini menunjukkan bahwa para pedagang menyadari bahwa kepercayaan pelanggan merupakan modal utama dalam mempertahankan keberlangsungan usaha mereka.

Dalam perspektif etika bisnis Islam, menjaga kepercayaan pelanggan merupakan bagian dari implementasi sifat amanah yang harus dipelihara secara konsisten. Amanah tidak hanya berkaitan dengan penyampaian informasi yang benar, tetapi juga mencakup komitmen untuk menjaga kualitas pelayanan, memenuhi hak konsumen, serta menepati setiap bentuk kesepakatan yang telah dibuat. Allah SWT memerintahkan orang-orang yang beriman agar senantiasa memenuhi akad atau perjanjian yang telah disepakati karena setiap perjanjian akan dimintai pertanggungjawaban.[52] Selain itu, Islam juga mengajarkan bahwa seorang Muslim wajib menunaikan amanah kepada siapa pun tanpa membedakan status maupun kepentingannya.[53] Oleh karena itu, menjaga kepercayaan pelanggan melalui pelayanan yang baik, komunikasi yang santun, serta penyelesaian masalah secara adil merupakan bagian dari implementasi

[52] Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), QS. Al-Mā'idah [5]: 1; QS. Al-Isrā' [17]: 34

[53] Yusuf al-Qaradawi, *Norma dan Etika …*, hlm. 156–163

amanah dalam aktivitas perdagangan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Kataruddin Tiakoly, Nurdin, dan Syamsuri yang menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen dapat dipertahankan apabila pedagang menerapkan prinsip amanah melalui pelayanan yang baik, kejujuran, serta tanggung jawab terhadap konsumen.[54] Penelitian Muhammad Rasyid Hidayat dan Amelia Rahmaniah juga menyimpulkan bahwa perilaku pedagang yang menjaga amanah, bersikap sopan, dan memberikan pelayanan yang adil mampu meningkatkan loyalitas pelanggan serta menciptakan hubungan jangka panjang antara pedagang dan konsumen.[55] Dengan demikian, hasil penelitian di Pasar Tradisional Jorong Toboh Tangah memperkuat hasil penelitian sebelumnya bahwa kepercayaan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh harga barang, tetapi juga oleh sikap amanah yang ditunjukkan pedagang dalam setiap proses transaksi.

3. Implementasi dan Hambatan Sifat Fathanah (Bijaksana)

a. Implementasi Sifat Fathanah dalam Memahami Aturan Perdagangan Sesuai Syariah Islam

Berdasarkan hasil wawancara terhadap 20 orang pedagang Pasar

[54] Kataruddin Tiakoly, Nurdin, dan Syamsuri, 'Penerapan Etika Bisnis Islam pada Usaha Pedagang Sembako di Pasar Tradisional Gamalama Kota Ternate', *Iqtisaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 5.2 (2019), hlm. 134–147

[55] Muhammad Rasyid Hidayat dan Amelia Rahmaniah, 'Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Sentra Antasari Banjarmasin dalam Perspektif Etika Bisnis Islam', *Journal of Islamic and Law Studies*, 3.2 (2019), hlm. 94–108

Tradisional Jorong Toboh Tangah, diketahui bahwa sebagian besar pedagang telah memiliki pemahaman dasar mengenai aturan perdagangan dalam Islam, meskipun tingkat pengetahuannya masih beragam. Mayoritas informan menyatakan bahwa mereka mengetahui prinsip-prinsip dasar seperti larangan berbohong, tidak mengurangi timbangan, tidak menipu pembeli, serta pentingnya mencari rezeki yang halal. Pengetahuan tersebut umumnya diperoleh melalui pengajian di masjid, ceramah agama, nasihat orang tua, pengalaman berdagang, maupun media massa seperti televisi dan media sosial. Temuan ini menunjukkan bahwa pemahaman pedagang terhadap etika bisnis Islam lebih banyak diperoleh melalui pendidikan nonformal dibandingkan pendidikan atau pelatihan ekonomi syariah secara khusus.

Di sisi lain, hasil wawancara juga menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang mengakui belum memahami secara mendalam konsep maupun aturan perdagangan syariah. Beberapa informan bahkan menyatakan tidak mengenal istilah-istilah dalam ekonomi syariah, meskipun telah berusaha menerapkan nilai-nilai yang mereka pahami dalam praktik berdagang. Selain itu, terdapat pedagang yang menyampaikan keinginan untuk mengikuti pelatihan atau pembelajaran mengenai jual beli syariah agar memiliki pemahaman yang lebih baik. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penerapan sifat fathanah pada pedagang sudah mulai terbentuk melalui pengalaman dan nilai-nilai

agama, namun masih memerlukan peningkatan pengetahuan agar keputusan yang diambil benar-benar sesuai dengan prinsip syariah.

Dalam perspektif etika bisnis Islam, fathanah merupakan sifat cerdas, bijaksana, dan memiliki kemampuan memahami serta menerapkan ilmu secara tepat dalam setiap aktivitas, termasuk kegiatan muamalah. Seorang pedagang tidak hanya dituntut untuk bersikap jujur dan amanah, tetapi juga harus memiliki pengetahuan yang memadai mengenai aturan halal dan haram dalam transaksi agar tidak terjerumus pada praktik yang dilarang syariat.[56] Al-Qur'an juga mendorong umat Islam untuk meningkatkan ilmu pengetahuan karena orang yang memiliki ilmu akan memperoleh derajat yang lebih tinggi di sisi Allah SWT.[57] Oleh sebab itu, pemahaman terhadap aturan perdagangan syariah menjadi salah satu bentuk implementasi sifat fathanah yang akan membantu pedagang mengambil keputusan secara tepat sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Luciana Septiani Subekti yang menunjukkan bahwa implementasi etika bisnis Islam pada pedagang dipengaruhi oleh pemahaman terhadap nilai-nilai shiddiq, amanah, tabligh, dan fathanah, meskipun tingkat pemahaman setiap pedagang berbeda-beda.[58] Penelitian tersebut menemukan bahwa sebagian

[56] Yusuf al-Qaradawi, *Norma dan Etika …*, hlm. 205–214

[57] Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), QS. Al-Mujādilah [58]: 11

[58] Luciana Septiani Subekti, 'Implementasi Etika Bisnis Islam … , hlm. 9–14

besar pedagang telah menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam berdasarkan pengalaman dan kebiasaan yang berkembang di lingkungan mereka. Selaras dengan itu, penelitian Septiani dan M. Fuad Hadziq mengenai implementasi etika bisnis Islam pada sistem jual beli di pasar tradisional juga menyimpulkan bahwa pemahaman pedagang terhadap prinsip-prinsip syariah berpengaruh terhadap perilaku mereka dalam menjalankan transaksi secara jujur, adil, dan bertanggung jawab.[59]

b. Implementasi Sifat *Fathanah* dalam Mengambil Keputusan Ketika Harga Barang Naik atau Pembeli Sepi

Berdasarkan hasil wawancara terhadap 20 orang pedagang Pasar Tradisional Jorong Toboh Tangah, diketahui bahwa sebagian besar pedagang telah menunjukkan sikap fathanah dalam mengambil keputusan ketika menghadapi perubahan kondisi pasar. Hal tersebut terlihat dari berbagai strategi yang dilakukan pedagang, seperti tidak langsung menaikkan harga secara signifikan ketika harga dari pemasok meningkat, mengurangi margin keuntungan agar pembeli tetap dapat membeli, mengurangi jumlah stok barang untuk menghindari kerugian akibat barang tidak terjual, serta mencari pemasok dengan harga yang lebih terjangkau tanpa mengurangi kualitas barang. Selain itu, beberapa pedagang juga melakukan perhitungan ulang terhadap modal dan keuntungan sebelum

[59] Septiani Septiani dan M. Fuad Hadziq, 'Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Sistem Jual Beli: Studi Kasus di Pasar Tradisional', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9.3 (2023), hlm. 4060–4066

menentukan harga jual sehingga keputusan yang diambil tetap mempertimbangkan keberlangsungan usaha sekaligus kemampuan daya beli masyarakat.

Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa sebagian pedagang memanfaatkan pengalaman berdagang sebagai dasar dalam mengambil keputusan. Beberapa informan memilih berdiskusi dengan anggota keluarga, bertanya kepada pedagang yang lebih berpengalaman, maupun mengamati kondisi pasar sebelum menentukan langkah yang akan diambil. Pedagang juga menyesuaikan jumlah barang yang dibeli berdasarkan kondisi pasar, memperhatikan pola permintaan masyarakat menjelang hari-hari besar keagamaan, serta berusaha memperbaiki tampilan barang dagangan agar lebih menarik perhatian pembeli. Temuan tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang tidak mengambil keputusan secara tergesa-gesa, tetapi berusaha mempertimbangkan berbagai alternatif agar usaha tetap berjalan meskipun menghadapi ketidakpastian kondisi pasar.

Dalam perspektif etika bisnis Islam, sifat fathanah tercermin melalui kemampuan seseorang dalam berpikir rasional, bijaksana, serta mampu mengambil keputusan yang memberikan manfaat bagi semua pihak tanpa melanggar ketentuan syariat. Seorang pedagang dituntut untuk mampu mengelola usaha secara profesional, mempertimbangkan risiko, serta memilih keputusan yang tidak merugikan konsumen maupun dirinya

sendiri.[60] Rasulullah SAW juga memberikan teladan sebagai pedagang yang memiliki kecerdasan dalam mengelola usaha, mampu membaca kondisi pasar, serta mengambil keputusan yang adil tanpa mengabaikan nilai-nilai kejujuran dan amanah.[61] Dengan demikian, kemampuan pedagang dalam menyesuaikan strategi usaha ketika harga barang berubah maupun ketika permintaan menurun merupakan salah satu bentuk implementasi sifat fathanah dalam aktivitas perdagangan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Dontes Putra yang menunjukkan bahwa pedagang yang menerapkan etika bisnis Islam tidak hanya mengutamakan keuntungan semata, tetapi juga mempertimbangkan kondisi konsumen dalam setiap pengambilan keputusan usaha. Pedagang cenderung menyesuaikan keuntungan secara wajar, menjaga kualitas barang, serta menghindari tindakan yang dapat merugikan pembeli.[62] Penelitian Kataruddin Tiakoly, Nurdin, dan Syamsuri juga menemukan bahwa kemampuan pedagang dalam mengambil keputusan secara bijaksana ketika menghadapi perubahan harga maupun persaingan usaha merupakan salah satu indikator penerapan etika bisnis Islam. Pedagang yang mampu mempertimbangkan kondisi pasar secara rasional terbukti lebih mudah mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan dan

[60] Yusuf al-Qaradawi, *Norma dan Etika …*, hlm. 205–214

[61] Afzalur Rahman, *Muhammad sebagai Seorang Pedagang*, trans. Dewi Nurjulianti (Jakarta: Yayasan Swarna Bhumy, 1997), hlm. 25–42

[62] Dontes Putra, ‘Penerapan Etika Bisnis…

menjaga keberlangsungan usahanya.[63]

c. Hambatan dalam Memahami dan Menerapkan Aturan Perdagangan Sesuai Syariah Islam

Berdasarkan hasil wawancara terhadap 20 orang pedagang Pasar Tradisional Jorong Toboh Tangah, diketahui bahwa hambatan utama yang dihadapi pedagang dalam memahami dan menerapkan aturan perdagangan sesuai syariah bukan berasal dari rendahnya kemauan untuk menerapkan ajaran Islam, melainkan karena keterbatasan pengetahuan mengenai konsep ekonomi syariah secara lebih mendalam. Sebagian besar informan mengaku hanya memahami prinsip-prinsip dasar seperti larangan berbohong, larangan mengurangi timbangan, serta kewajiban berdagang secara jujur. Pengetahuan tersebut umumnya diperoleh dari pengalaman berdagang, nasihat orang tua, maupun ceramah agama, sedangkan pemahaman mengenai konsep-konsep fiqh muamalah, mekanisme penetapan harga, batas keuntungan yang diperbolehkan, maupun aturan transaksi syariah lainnya masih relatif terbatas.

Selain keterbatasan pengetahuan, hasil wawancara juga menunjukkan bahwa kondisi ekonomi dan dinamika pasar menjadi tantangan dalam menerapkan prinsip-prinsip syariah secara konsisten.

[63] Kataruddin Tiakoly, Nurdin, dan Syamsuri, 'Penerapan Etika Bisnis Islam pada Usaha Pedagang Sembako di Pasar Tradisional Gamalama Kota Ternate', *Iqtisaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 5.2 (2019), hlm. 134–147

Beberapa pedagang mengungkapkan kesulitan ketika harus menentukan harga jual pada saat harga barang dari pemasok mengalami kenaikan yang cukup tinggi. Di sisi lain, mereka juga harus mempertimbangkan kemampuan daya beli masyarakat agar pelanggan tidak berpindah kepada pedagang lain. Beberapa informan bahkan menyatakan bahwa mereka masih sering mengikuti kebiasaan pedagang lain dalam menentukan harga karena belum memiliki pemahaman yang cukup mengenai mekanisme penetapan harga menurut syariah. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengalaman berdagang masih menjadi sumber utama dalam pengambilan keputusan dibandingkan dengan pemahaman yang bersumber dari literatur atau pelatihan ekonomi syariah.

Meskipun demikian, hampir seluruh informan menunjukkan sikap yang terbuka untuk terus belajar mengenai aturan perdagangan dalam Islam. Hal tersebut terlihat dari adanya keinginan sebagian pedagang untuk mengikuti pelatihan, pengajian, ataupun kegiatan yang membahas fiqh muamalah sehingga mereka dapat memahami aturan perdagangan syariah secara lebih baik. Temuan ini menunjukkan bahwa hambatan yang dialami pedagang lebih bersifat edukatif daripada normatif. Artinya, para pedagang pada dasarnya telah memiliki kesadaran untuk menerapkan nilai-nilai Islam, namun masih membutuhkan peningkatan literasi agar penerapan sifat fathanah dapat dilakukan secara lebih optimal.

Dalam perspektif etika bisnis Islam, sifat fathanah tidak hanya

dimaknai sebagai kecerdasan intelektual, tetapi juga sebagai kemampuan memahami ilmu, menganalisis permasalahan, serta mengambil keputusan berdasarkan pengetahuan yang benar.[64] Oleh karena itu, seorang pedagang dianjurkan untuk terus menambah ilmu agar setiap keputusan yang diambil sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dan tidak hanya berdasarkan kebiasaan atau pengalaman semata. Rasulullah SAW juga menegaskan bahwa menuntut ilmu merupakan kewajiban bagi setiap muslim, sehingga peningkatan pengetahuan mengenai fiqh muamalah menjadi bagian penting dalam menjalankan aktivitas ekonomi yang sesuai dengan ajaran Islam.[65] Dengan demikian, semakin baik pemahaman pedagang terhadap aturan perdagangan syariah, maka semakin besar pula peluang untuk menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam secara konsisten dalam kehidupan sehari-hari.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Luciana Septiani Subekti yang menunjukkan bahwa salah satu kendala dalam penerapan etika bisnis Islam adalah masih terbatasnya pemahaman pedagang mengenai konsep etika bisnis Islam secara komprehensif. Pedagang umumnya telah menerapkan nilai-nilai kejujuran dan amanah, namun belum memahami dasar-dasar fiqh muamalah yang melandasi praktik

[64] Yusuf al-Qaradawi, *Norma dan Etika …*, hlm. 205–214

[65] Ibn Majah, *Sunan Ibn Majah*, Kitab al-Sunnah, Hadis No. 224 (Hadis: *Ṭalabul 'ilmi farīḍatun 'ala kulli muslim*)

tersebut.[66] Penelitian Septiani dan M. Fuad Hadziq juga menyimpulkan bahwa peningkatan literasi ekonomi syariah melalui pendidikan, pembinaan, maupun kajian keagamaan sangat diperlukan agar pedagang tidak hanya menjalankan kebiasaan berdagang secara turun-temurun, tetapi juga memahami alasan syariah di balik setiap aktivitas perdagangan yang dilakukan.[67] Temuan tersebut memperkuat hasil penelitian ini bahwa peningkatan pemahaman terhadap aturan perdagangan syariah menjadi salah satu kebutuhan utama bagi pedagang Pasar Tradisional Jorong Toboh Tangah agar implementasi sifat fathanah dapat berjalan secara lebih optimal.

4. Implementasi dan Hambatan Sifat *Tabligh* (Transparan)

a. Implementasi Sifat Tabligh dalam Menjelaskan Harga, Kualitas, dan Kondisi Barang kepada Pembeli

Berdasarkan hasil wawancara dengan 20 orang pedagang Pasar Tradisional Jorong Toboh Tangah, diketahui bahwa sebagian besar pedagang telah berupaya menerapkan sifat tabligh melalui penyampaian informasi mengenai harga, kualitas, dan kondisi barang secara terbuka kepada pembeli. Mayoritas informan menyatakan bahwa mereka menjelaskan harga terlebih dahulu sebelum transaksi berlangsung, kemudian memberikan penjelasan mengenai kualitas barang sesuai dengan

[66] Luciana Septiani Subekti, 'Implementasi Etika Bisnis … hlm. 9–14
[67] Septiani dan M. Fuad Hadziq, 'Implementasi Etika Bisnis …, hlm. 4060–4066

kondisi sebenarnya. Beberapa pedagang juga menunjukkan langsung barang yang dijual agar pembeli dapat melihat sendiri kualitasnya sehingga informasi yang diberikan menjadi lebih jelas dan mudah dipahami. Cara tersebut dilakukan untuk menghindari kesalahpahaman antara penjual dan pembeli serta membangun rasa percaya dalam proses jual beli.

Hasil wawancara juga menunjukkan adanya variasi dalam cara pedagang menyampaikan informasi. Sebagian pedagang memilih menjelaskan seluruh kondisi barang sejak awal, sedangkan sebagian lainnya baru memberikan penjelasan apabila pembeli mengajukan pertanyaan. Selain itu, beberapa informan mengaku kesulitan memberikan penjelasan secara rinci ketika kondisi pasar sedang ramai karena harus melayani banyak pembeli secara bersamaan. Meskipun demikian, hampir seluruh pedagang tetap berusaha menyampaikan informasi yang benar dan tidak melebih-lebihkan kualitas barang yang dijual. Temuan tersebut menunjukkan bahwa penerapan sifat tabligh telah dilakukan dalam aktivitas perdagangan sehari-hari, meskipun efektivitas penyampaian informasi masih dipengaruhi oleh kondisi pasar dan kemampuan komunikasi masing-masing pedagang.

Dalam etika bisnis Islam, tabligh berarti menyampaikan informasi secara benar, jelas, dan terbuka tanpa menyembunyikan fakta yang dapat mempengaruhi keputusan pihak lain. Seorang pedagang tidak hanya berkewajiban menjual barang, tetapi juga harus mampu

mengomunikasikan kondisi barang, harga, serta kualitasnya secara jujur agar pembeli dapat mengambil keputusan secara sadar.[68] Prinsip tersebut sejalan dengan firman Allah SWT yang memerintahkan agar manusia menyampaikan perkataan yang benar (*qaulan sadidan*) dalam setiap bentuk komunikasi.[69] Oleh karena itu, kemampuan pedagang dalam menjelaskan kondisi barang secara jelas merupakan bagian dari implementasi sifat tabligh yang bertujuan menciptakan transaksi yang transparan dan bebas dari unsur penipuan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Luciana Septiani Subekti yang menunjukkan bahwa penerapan sifat tabligh dalam etika bisnis Islam diwujudkan melalui keterbukaan pedagang dalam memberikan informasi mengenai barang dagangan sehingga konsumen memperoleh informasi yang lengkap sebelum melakukan transaksi.[70] Penelitian Septiani dan M. Fuad Hadziq juga menyimpulkan bahwa komunikasi yang jelas, jujur, dan mudah dipahami oleh konsumen merupakan salah satu indikator penting dalam implementasi etika bisnis Islam di pasar tradisional. Pedagang yang mampu menjelaskan kondisi barang secara transparan cenderung memperoleh tingkat kepercayaan konsumen yang lebih tinggi dibandingkan pedagang yang kurang

[68] Yusuf al-Qaradawi, *Norma dan Etika …*, hlm. 185–193

[69] Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), QS. Al-Ahzab [33]: 70

[70] Luciana Septiani Subekti, 'Implementasi Etika Bisnis … hlm. 9–14

komunikatif.[71] Temuan tersebut memperkuat hasil penelitian ini bahwa keterbukaan informasi merupakan faktor penting dalam membangun hubungan jangka panjang antara pedagang dan pembeli.

b. Implementasi Sifat *Tabligh* dalam Berkomunikasi dengan Pembeli saat Menawar Harga atau Menyampaikan Keluhan

Berdasarkan hasil wawancara dengan 20 orang pedagang Pasar Tradisional Jorong Toboh Tangah, diketahui bahwa sebagian besar pedagang telah berupaya menerapkan sifat tabligh melalui cara berkomunikasi yang sopan, ramah, dan terbuka ketika menghadapi pembeli yang menawar harga maupun menyampaikan keluhan. Mayoritas informan menyatakan bahwa mereka terlebih dahulu mendengarkan apa yang disampaikan pembeli sebelum memberikan penjelasan mengenai harga ataupun kondisi barang. Apabila harga yang ditawarkan pembeli masih memungkinkan, pedagang bersedia memberikan potongan harga. Sebaliknya, apabila harga sudah sesuai dengan modal dan keuntungan yang wajar, pedagang menjelaskan alasannya dengan bahasa yang santun agar pembeli dapat memahami kondisi tersebut. Sikap tersebut menunjukkan bahwa komunikasi dalam proses tawar-menawar tidak hanya bertujuan mencapai kesepakatan harga, tetapi juga menjaga hubungan baik antara pedagang dan pembeli.

[71] Septiani dan M. Fuad Hadziq, 'Implementasi Etika Bisnis …, hlm. 4060–4066

Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang berusaha mengendalikan emosi ketika menghadapi pembeli yang menyampaikan keluhan ataupun berbicara dengan nada yang kurang baik. Beberapa pedagang memilih mendengarkan terlebih dahulu sebelum memberikan tanggapan, sedangkan pedagang lainnya menggunakan pendekatan yang lebih santai, seperti bercanda atau berbicara dengan bahasa yang lebih akrab agar suasana menjadi lebih nyaman. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa informan yang mengakui pernah merasa kesal atau menjawab dengan nada yang lebih tinggi ketika menghadapi pembeli yang dianggap berlebihan dalam menawar maupun menyampaikan komplain. Namun, mereka juga menyadari bahwa sikap tersebut kurang tepat dan berusaha memperbaikinya pada kesempatan berikutnya. Temuan ini menunjukkan bahwa secara umum pedagang telah berusaha menerapkan komunikasi yang baik, meskipun kemampuan mengendalikan emosi masih menjadi tantangan bagi sebagian pedagang.

Dalam etika bisnis Islam, sifat tabligh tidak hanya dimaknai sebagai kemampuan menyampaikan informasi, tetapi juga kemampuan berkomunikasi dengan cara yang santun, bijaksana, dan mudah dipahami. Seorang pedagang dituntut untuk menyampaikan penjelasan dengan lemah lembut, menghargai lawan bicara, serta menghindari perkataan yang dapat

menyakiti hati orang lain.[72] Allah SWT memerintahkan agar setiap muslim menyampaikan perkataan yang baik kepada sesama manusia karena ucapan yang baik dapat menciptakan hubungan yang harmonis dan menghindarkan terjadinya perselisihan.[73] Oleh karena itu, komunikasi yang sopan ketika menghadapi proses tawar-menawar maupun komplain merupakan bentuk implementasi sifat tabligh yang mencerminkan akhlak seorang muslim dalam bermuamalah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Muhammad Rasyid Hidayat dan Amelia Rahmaniah yang menunjukkan bahwa komunikasi yang santun, ramah, dan terbuka merupakan salah satu bentuk penerapan etika bisnis Islam yang mampu meningkatkan kepuasan dan kepercayaan konsumen.[74] Penelitian Kataruddin Tiakoly, Nurdin, dan Syamsuri juga menemukan bahwa pedagang yang mampu menjaga tutur kata, menghargai konsumen, serta memberikan penjelasan secara sopan lebih mudah membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dibandingkan pedagang yang kurang memperhatikan etika komunikasi.[75] Temuan tersebut memperkuat hasil penelitian ini bahwa kemampuan

---

[72] Yusuf al-Qaradawi, *Norma dan Etika …*, hlm. 185–193

[73] Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), QS. Al-Baqarah [2]: 83 dan QS. Ṭaha [20]: 44

[74] Muhammad Rasyid Hidayat dan Amelia Rahmaniah, 'Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Sentra Antasari Banjarmasin dalam Perspektif Etika Bisnis Islam', *Journal of Islamic and Law Studies*, 3.2 (2019), hlm. 94–108

[75] Kataruddin Tiakoly, Nurdin, dan Syamsuri, 'Penerapan Etika Bisnis Islam pada Usaha Pedagang Sembako di Pasar Tradisional Gamalama Kota Ternate', *Iqtisaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 5.2 (2019), hlm. 134–147

berkomunikasi secara baik merupakan bagian penting dari implementasi sifat tabligh dalam aktivitas perdagangan di pasar tradisional.

c. Hambatan dalam Menyampaikan Kondisi Barang atau Kenaikan Harga kepada Pembeli

Berdasarkan hasil wawancara terhadap 20 orang pedagang Pasar Tradisional Jorong Toboh Tangah, diketahui bahwa hambatan utama yang dihadapi pedagang dalam menerapkan sifat tabligh adalah menyampaikan informasi mengenai kenaikan harga barang kepada pembeli. Sebagian besar informan mengungkapkan bahwa pembeli sering kali beranggapan kenaikan harga terjadi karena pedagang ingin memperoleh keuntungan yang lebih besar, padahal perubahan harga tersebut disebabkan oleh naiknya harga dari pemasok. Kondisi tersebut menyebabkan pedagang harus memberikan penjelasan secara berulang kepada setiap pembeli mengenai alasan kenaikan harga. Selain itu, beberapa pembeli langsung membandingkan harga dengan pedagang lain tanpa mempertimbangkan adanya perbedaan kualitas barang maupun perbedaan harga modal yang diterima masing-masing pedagang.

Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa kemampuan komunikasi menjadi salah satu kendala yang dirasakan oleh beberapa pedagang. Sebagian informan mengaku kurang percaya diri dalam menjelaskan kondisi barang ataupun alasan perubahan harga kepada pembeli. Ada pula pedagang yang merasa kesulitan ketika harus

memberikan penjelasan pada saat pasar sedang ramai karena harus melayani banyak pembeli dalam waktu yang bersamaan. Beberapa informan bahkan mengungkapkan bahwa terdapat pembeli yang telah memiliki prasangka negatif sebelum mendengarkan penjelasan yang diberikan sehingga komunikasi menjadi kurang efektif. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan penerapan sifat tabligh tidak hanya dipengaruhi oleh kejujuran pedagang, tetapi juga oleh kemampuan komunikasi serta kesediaan pembeli untuk menerima informasi yang disampaikan.

Di sisi lain, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang tetap berusaha mempertahankan komunikasi yang baik meskipun menghadapi berbagai kesulitan. Beberapa informan memilih menjelaskan secara perlahan, menunjukkan langsung kondisi barang, maupun memberikan alasan yang mudah dipahami agar pembeli dapat menerima informasi dengan baik. Pedagang yang telah memiliki pelanggan tetap juga mengaku lebih mudah menjelaskan perubahan harga karena hubungan kepercayaan yang telah terbangun sebelumnya membuat pembeli lebih mudah menerima penjelasan yang diberikan. Hal tersebut menunjukkan bahwa komunikasi yang baik merupakan modal penting dalam mempertahankan kepercayaan pelanggan sekaligus mengurangi potensi terjadinya kesalahpahaman selama proses transaksi.

Dalam perspektif etika bisnis Islam, sifat tabligh mengandung

makna menyampaikan informasi dengan benar, jelas, santun, dan penuh hikmah. Seorang pedagang tidak hanya dituntut untuk mengatakan sesuatu yang benar, tetapi juga menyampaikannya dengan cara yang mudah dipahami sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman ataupun perselisihan. Allah SWT memerintahkan Nabi Muhammad SAW untuk mengajak manusia dengan hikmah, nasihat yang baik, dan berdialog dengan cara yang paling baik.[76] Prinsip tersebut menunjukkan bahwa penyampaian informasi dalam kegiatan perdagangan tidak cukup hanya berisi kebenaran, tetapi juga harus menggunakan pendekatan komunikasi yang bijaksana agar dapat diterima oleh pembeli. Selain itu, Rasulullah SAW dikenal sebagai pedagang yang memiliki kemampuan komunikasi yang baik, mampu menjelaskan kondisi barang secara jujur, serta membangun hubungan yang harmonis dengan para konsumennya.[77] Dengan demikian, kemampuan menyampaikan informasi secara efektif merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari implementasi sifat tabligh dalam etika bisnis Islam.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Septiani dan M. Fuad Hadziq yang menyimpulkan bahwa komunikasi yang terbuka dan penyampaian informasi yang jelas merupakan faktor penting dalam

[76] Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), QS. An-Naḥl [16]: 125

[77] Afzalur Rahman, *Muhammad sebagai Seorang Pedagang*, diterjemahkan oleh Dewi Nurjulianti (Jakarta: Yayasan Swarna Bhumy, 1997), hlm. 41–58

membangun kepercayaan konsumen pada aktivitas perdagangan. Pedagang yang mampu menjelaskan alasan perbedaan harga maupun kualitas barang secara baik akan lebih mudah memperoleh kepercayaan pelanggan dibandingkan pedagang yang kurang komunikatif.[78] Penelitian Luciana Septiani Subekti juga menunjukkan bahwa hambatan utama dalam penerapan sifat tabligh bukan hanya berasal dari kemampuan pedagang, tetapi juga dipengaruhi oleh karakteristik konsumen yang tidak selalu bersedia menerima penjelasan secara utuh. Oleh karena itu, kemampuan komunikasi yang baik perlu didukung oleh sikap sabar, empati, dan konsistensi dalam menyampaikan informasi agar tujuan penerapan etika bisnis Islam dapat tercapai secara optimal.[79] Temuan tersebut memperkuat hasil penelitian ini bahwa komunikasi yang efektif menjadi salah satu faktor penting dalam menjaga hubungan jangka panjang antara pedagang dan konsumen di Pasar Tradisional Jorong Toboh Tangah.

[78] Septiani dan M. Fuad Hadziq, 'Implementasi Etika Bisnis …, hlm. 4060–4066
[79] Luciana Septiani Subekti, 'Implementasi Etika Bisnis…, hlm. 9–14

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang Pasar Tradisional Malalak, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Implementasi etika bisnis Islam pada pedagang Pasar Tradisional Malalak secara umum telah berjalan dengan cukup baik, meskipun belum sepenuhnya optimal. Hal ini terlihat dari penerapan nilai-nilai shiddiq, amanah, fathanah, dan tabligh dalam aktivitas perdagangan, seperti kejujuran dalam menyampaikan kondisi dan harga barang, tanggung jawab dalam memberikan pelayanan, kemampuan mengelola usaha dan mengambil keputusan, serta komunikasi yang sopan dengan pembeli. Namun, masih terdapat beberapa pedagang yang belum konsisten menerapkan seluruh prinsip tersebut, terutama dalam menjelaskan kekurangan barang, melakukan pemeriksaan alat timbang secara berkala, serta memberikan pelayanan secara maksimal ketika kondisi pasar ramai.
2. Hambatan dalam implementasi etika bisnis Islam berasal dari faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi keterbatasan pengetahuan tentang etika bisnis Islam, perbedaan kemampuan komunikasi, kelelahan, dan kurangnya ketelitian saat melayani banyak pembeli. Sementara itu, faktor eksternal meliputi fluktuasi harga dari pemasok, persaingan usaha,

kondisi pasar yang tidak stabil, tuntutan kebutuhan ekonomi, serta rendahnya pemahaman sebagian konsumen terhadap penerapan etika bisnis Islam. Meskipun demikian, sebagian besar pedagang tetap berupaya menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam sebagai dasar dalam membangun kepercayaan pelanggan dan menjaga keberlangsungan usahanya.

B. Saran

1. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan melibatkan jumlah informan yang lebih banyak, lokasi penelitian yang lebih luas, atau menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif sehingga diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai implementasi etika bisnis Islam pada pedagang pasar tradisional. Selain itu, penelitian berikutnya dapat mengkaji hubungan antara etika bisnis Islam dengan tingkat loyalitas pelanggan, peningkatan pendapatan pedagang, atau keinginan berusaha.
2. Bagi pedagang Pasar Tradisional Malalak, diharapkan agar terus meningkatkan penerapan etika bisnis Islam secara konsisten, khususnya dalam memberikan informasi yang lengkap mengenai kondisi barang, menjaga akurasi pengukuran, meningkatkan tanggung jawab terhadap keluhan pembeli, memperdalam pengetahuan mengenai muamalah, serta menjaga komunikasi yang sopan kepada setiap pelanggan.
3. Bagi tokoh agama dan lembaga pendidikan, diharapkan dapat berperan aktif dalam memberikan edukasi mengenai prinsip-prinsip etika bisnis Islam

melalui pengajian, pelatihan, maupun kegiatan keagamaan lainnya sehingga pemahaman pedagang terhadap nilai-nilai shiddiq, amanah, fathanah, dan tabligh semakin meningkat.

4. Bagi Pemerintah Nagari, pengelola pasar, dan instansi terkait, diharapkan dapat menyelenggarakan pembinaan, sosialisasi, maupun pelatihan mengenai etika bisnis Islam dan perlindungan konsumen secara berkala. Selain itu, perlu dilakukan pemeriksaan dan tera ulang alat timbang secara rutin agar tercipta transaksi yang adil serta meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pasar tradisional.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013).

Abdul Hasis, 'Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako di Pasar Bringkoning Desa Tlagah Kecamatan Banyuates Kabupaten Sampang', *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 1.2 (2023), 132–140.

Abdul Rahman, 'Etika Bisnis Islam pada Pedagang Pasar Tradisional', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8.2 (2022), 1135–1147.

Abu Abdullah Muhammad bin Ismail al-Bukhari, *Ṣaḥīḥ al-Bukhari*.

Abu Isa Muhammad al-Tirmidzi, *Sunan al-Tirmidzi*.

Afzalur Rahman, *Muhammad sebagai Seorang Pedagang*, trans. Dewi Nurjulianti (Jakarta: Yayasan Swarna Bhumy, 1997).

Ahmad Rofiq, 'Penerapan Nilai Shiddiq dalam Aktivitas Perdagangan Tradisional', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7.3 (2021), 1548–1558.

Alviyana, 'Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Jual Beli pada Pedagang', *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1.1 (2023).

Athala Rania Insyrah dan Ahmad Afandi, 'Implementasi Etika Bisnis Islam di Kalangan Pedagang pada Pasar Tradisional Kota Serbelawan', *Al-Multazim: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* , 3.2 (2023), 407–423.

Badan Pusat Statistik Kabupaten Agam, *Kecamatan Malalak Dalam Angka 2024* (Lubuk Basung: BPS Kabupaten Agam, 2024).

Destiya Wati, Suyudi Arif, and Abrista Devi, 'Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli Online di Humaira Shop', *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3.1 (2022), 141–154.

Dontes Putra, 'Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Sayur di Pasar Tradisional Kabupaten Kerinci', *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 10.1 (2024).

Elida Elfi Barus dan Nuriani Nuriani, 'Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi pada Rumah Makan Wong Solo Medan)', *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, 2.2 (2016), 125–146.

Fitri Amalia, 'Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang di Bazar Madinah Depok', *Prosiding Seminar Keunggulan Kompetitif*, 1.2 (2012).

Hafiz Juliansyah, 'Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Ciputat' (Skripsi, 2011).

Hary Juniardi, 'Akurasi Timbangan dan Etika Bisnis Pedagang Muslim dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pedagang Pasar Melati Kecamatan Sungai Raya)', *Jurnal Muamalat Indonesia*, 4.2 (2024), 578–596.

Haryanti, 'Analisis Prinsip Penerapan-Prinsip Etika Bisnis Islam pada Pedagang di PD Pasar Tradisional Pancasila Tasikmalaya', *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4.2.

Ibn Majah, *Sunan Ibn Majah*.

Ika Rinawati, M. Yusuf Azwar Anas, dan Yuliyanti M. Manan, 'Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Perspektif Manajemen Pemasaran', *Al-Iqtishadiyah: Ekonomi Syariah dan Hukum Ekonomi Syariah*, 7.2 (2021), 126–144.

Jurnal Ekonomi dan Hukum Ekonomi, 'Al-Iqtishadiyah', 7 (2021).

Kataruddin Tiakoly, Nurdin, dan Syamsuri, 'Penerapan Etika Bisnis Islam pada Usaha Pedagang Sembako di Pasar Tradisional Gamalama Kota Ternate', *Iqtisaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 5.2 (2019), 134–147.

Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019).

Luciana Septiani Subekti, 'Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang Kelontong di Pasar Babatan Kota Bandung', *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 2.1 (2022).

Mabarroh Azizah and Hariyanto Hariyanto, 'Implementasi Etika Bisnis Islam terhadap Konsep Green Economics', *Supremasi Hukum: Jurnal Kajian Ilmu Hukum* , 10.2 (2021), 237–252.

M. Umer Chapra, *Ekonomi Islam: Apa Itu dan Bagaimana Perkembangannya* (Jeddah: Lembaga Penelitian dan Pelatihan Islam, 2000).

Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Malang: UIN-Maliki Press, 2007).

Muhammad Rasyid Hidayat dan Amelia Rahmaniah, 'Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Sentra Antasari Banjarmasin dalam Perspektif Etika Bisnis Islam', *Jurnal Kajian Islam dan Hukum* , 3.2 (2019), 94–108.

Noorma Yunia, 'Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Gerakan Usaha Kecil', *Aksioma Al-Musaqoh*, 1.1 (2018).

Nur Hasanah dan Rina Yuliana, 'Kepercayaan Konsumen sebagai Dampak Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Pasar Tradisional', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9.2 (2023), 1710–1722.

Nurhayati dan Hidayat, 'Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang Pasar Tradisional', *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 12.2 (2022), 150–162.

Pemerintah Nagari Malalak Timur, *Profil Nagari Malalak Timur*.

Rafik Issa Beekun, *Etika Bisnis Islam* (Herndon: International Institute of Islamic Thought, 1997).

Rina Sari dan Dedi Kurniawan, 'Transparansi Harga dalam Perspektif Etika Bisnis Islam', *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 9.1 (2023), 40–55.

Rosdalina Bukido, Adila Afifah Mampa, dan Ridwan Jamal, 'Etika Bisnis Islam dalam Perilaku Bisnis Pedagang Muslim Makassar Kota Manado', *Maqrizi: Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Islam*, 2.2 (2022), 114–128.

Septiani Septiani dan M. Fuad Hadziq, 'Implementasi Etika Bisnis Islam pada Sistem Jual Beli: Studi Kasus di Pasar Tradisional', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9.3 (2023), 4060–4066.

Siska Damayanti dan Mutmainah Juniawati, 'Telaah Pemahaman Etika Pemasaran Islam Pedagang dan Pembeli di Pasar Air Bunga', *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Auditing dan Akuntansi* , 10.1 (2025).

Siti Fauziah, 'Faktor Penghambat Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Pasar Tradisional', *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* , 8.4 (2021), 512–524.

Siti Halimah Assa'diyah, 'Implementasi Etika Bisnis Islam pada Perilaku Pedagang Pasar Tradisional di Kedawung Mojo Kediri' (Skripsi, 2019).

Siti Nur Eliza Eka Damayanti dan Swadia Gandhi Mahardika, 'Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli (Studi Kasus pada Toko Flavio Samarinda)', *Bisnis Digital: Tren Bisnis Masa Depan* , 16.1 (2025).

Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2023).

Yunita Rahayu dan Muhammad Iqbal Fasa, 'Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang', *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam* , 1.1 (2022), 1–12.

Yusuf al-Qaradawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, terj. Zainal Arifin (Jakarta: Gema Insani Press, 1997).

Yusuf al-Qaradawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, trans. Didin Hafidhuddin (Jakarta: Rabbani Press, 2001).