

IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PROSES JUAL BELI DI PASAR TRADISIONAL JATI MULYO LAMPUNG SELATAN TAHUN 2024

Samidi¹, Estelee Elora Akbar², Lisa Efriana³

¹Universitas Islam An Nur Lampung, Lampung, Indonesia,

²Universitas Islam An Nur Lampung, Lampung, Indonesia,

³Universitas Islam An Nur Lampung, Lampung, Indonesia,

Email; samidiaskia@gmail.com

Abstract

This study has a formulation of the problem regarding how to apply Islamic business ethics in buying and selling transactions in traditional markets Jati Mulyo Market and how to apply Islamic business ethics in buying and selling transactions in traditional markets in Jati Mulyo Village based on the principles of Rasulullah Saw. This study uses qualitative methods, the type of data used in this study is primary data and data collection techniques are through observation, interviews and documentation so that the results of this study indicate that the application of Islamic business ethics has been going quite well. It is proven by the way traders carry out buying and selling transactions following the principles of Rasulullah SAW such as being honest, trustworthy, precise in weighing, not hoarding goods, not doing al-ghab/tadlis and mutual benefit. Most of them have implemented it even though they don't know that it is included in Islamic business ethics. This is caused by a lack of knowledge about Islamic business ethics and some of the traders also only have elementary and high school graduates.

Keywords: Business Ethics based on the Principles of the Prophet Muhammad

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



Pendahuluan

Etika adalah aturan, perilaku dan kebiasaan manusia dalam pergaulan antara sesamanya dan menegaskan mana yang benar dan mana yang tidak benar.(Febriani et al., 2024) Berdasarkan teori etika adalah tingkah laku perbuatan manusia dipandang dari segi baik dan buruk, sejauh yang bisa ditentukan oleh nalar. Etika dalam perkembangannya sangat mempengaruhi kehidupan manusia. Bisnis dalam ilmu ekonomi, bisnis atau usaha adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa pada konsumen untuk mendapatkan keuntungan(Syukur, 2020). Etika Bisnis banyak dibahas dalam berbagai literature Islam yang sumber

utamanya ialah Al-Quran dan hadist Nabi Muhammad SAW dan berbagai sumber ajaran islam lainnya(Febriani et al., 2024). Prinsip-prinsip berbisnis yang diajarkan oleh ajaran Islam yang dicontohkan Rasulullah SAW adalah kejujuran, amanah, tepat menimbang, tidak melakukan penimbunan barang, tidak melakukan al-ghab dan tadlis serta saling menguntungkan(Firdaus, 2019).

Adapun yang menjadi permasalahan bagi perekonomian Islam ialah banyaknya praktek perekonomian pada sebagian masyarakat Islam yg jauh bahkan tidak sesuai dengan nilai-nilai ke Islaman. Pasar tradisional yang terletak di Jati Mulyo Lampung Selatan. Di pasar ini kebanyakan perdagangan dikuasai oleh masyarakat lokal, Jati Mulyo Lampung Selatan perekonomian bagi beberapa wilayah. Pasar yang sangat menarik dan strategis karena pengunjung yang datang bisa melakukan transaksi jual beli dengan mendapatkan berbagai macam barang untuk memenuhi kebutuhannya(Suta & Mahagangga, 2018). Penelitian ini menarik karena adanya perilaku menyimpang pada pedagang, yaitu ada beberapa perilaku pedagang yang tidak sesuai dengan Etika bisnis Islam seperti halnya berperilaku tidak jujur, pengurangan takaran atau timbangan dan ada sebagian pedagang saat melayani pembeli tidak bersikap ramah ditandai dengan ekspresi wajah yang kurang menyenangkan. Selain itu rata-rata pedagang dan pembeli sudah mengetahui serta memahami etika bisnis islam, untuk pembelipun terkadatang ada beberapa yang melakukan kecurangan seperti mengambil barang namun tidak dibayar dikarenakan ramainya pembeli pada pedagang(Abdi & Chalimah, 2020).

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah Untuk mengetahui Bagaimana Pemahaman Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional dan Untuk mengetahui penerapan etika bisnis islam dalam transaksi jual beli di pasar tradisiona(Johan Nasution, 2014).

Landasan Teori

1. Hakikat Etika Bisnis

Etika merupakan ilmu yang mempelajari mana yang baik dan mana yang tidak baik dengan memperhatikan amal perbuatan manusia sejauh yang dapat diketahui oleh akal pikiran. Bisnis ialah suatu aktivitas yang dilakukan oleh perorangan maupun organisasi yang melibatkan kegiatan produksi,

penjualan, pembelian, maupun pertukaran barang atau jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Etika Bisnis ialah suatu bagian yang tidak bisa dipisahkan dalam kegiatan bisnis yang dilakukan oleh para pelaku bisnis di manapun berada serta etika bisnis merupakan studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah (Ferdiyono & Santoso, 2018).

Etika bisnis adalah seperangkat prinsip-prinsip etika yang membedakan baik dan yang buruk, harus, benar, salah dan lain sebagainya. Prinsip-prinsip umum yang membenarkan seseorang untuk mengaplikasikannya atas apa saja dalam dunia bisnis. Adapun prinsip Etika Bisnis Islam yang diajarkan Rasulullah SAW:

- a) Kejujuran Kejujuran ialah prinsip Rasulullah SAW dalam bertransaksi, dilakukan dengan cara menjelaskan kondisi nyata barang dagangannya. Ia tidak menyembunyikan kecacatan barang atau mengunggulkan barang dagangannya, kecuali sesuai dengan kondisi barang yang dijualnya. Praktek ini dilkaukan dengan wajar dan menggunakan bahasa yang santun. Beliau tidak melakukan sumpah untuk menyakinkan apa yang dikatakannya, termasuk menggunakan nama Tuhan (Johan Nasution, 2014).
- b) Amanah Amanah adalah bentuk masdar yang berasal dari amuna, ya'munu yang artinya dapat dipercaya. Ia juga memiliki arti pesan, perintah atau wejangan.
- c) Tepat Menimbang Etika bisnis Rasulullah SAW dalam menjual barang harus seimbang. pada penimbangan, seseorang tidak boleh mengurangi timbangan. Saat transaksi Rasulullah SAW menjauhi apa yang disebut dengan muzabana dan muḥaqala. Muzabana ialah menjual sesuatu yang jumlah berat atau ukurannya tidak diketahui dengan sesuatu yang jumlah berat atau ukurannya diketahui dengan jelas (Jusmaliani, 2023).
- d) Tidak melakukan penimbunan barang Rasulullah SAW pada praktek bisnisnya menjauhi tindakan penimbunan.
- e) Tidak melakukan al-ghab dan tadlis Al-ghab artinya al-khada (penipuan), yakni membeli sesuatu dengan harga yang lebih tinggi atau lebih rendah dari harga rata-rata. Sedangkan tadlis yaitu penipuan yang dilakukan oleh

pihak penjual atau pembeli dengan cara menyembunyikan kecacatan ketika terjadi transaksi

2. Syarat Jual Beli

- a) Penjual dan pembeli adalah orang yang telah baligh dan berakal
- b) Atas kehendak sendiri, bukan karena paksaan orang lain. Jika dipaksa orang lain maka jual belinya tidak sah
- c) Penjual dan pembeli haruslah minimal dua orang.
- d) Barang yang dijual haruslah milik sendiri.
- e) Barang yang dijual harus jelas wujudnya dan dapat diserahkan.
- f) Barang yang dijual harus suci zatnya menurut syara'
- g) Barang yang diperjual belikan harus diperoleh dengan cara yang halal.

3. Perilaku Pedagang dan Konsumen

Perilaku pedagang yang bermakna lebih khusus adalah tindakan atau aktivitas dari pedagang yang menjual, mengganti dan menukarkan sesuatu dengan sesuatu yang lain. Perilaku konsumen ialah tindakan-tindakan yang terlibat secara langsung dalam memperoleh, mengkonsumsi dan membuang suatu produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan-tindakan tersebut.

4. Pasar

Dalam arti sempit pasar ialah suatu tempat dimana pada hari tertentu para penjual dan pembeli bisa bertemu untuk jual beli barang. Pasar Tradisional merupakan pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, swasta, koperasi atau swadaya masyarakat dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda, yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil dan menengah, dan koperasi dengan usaha skala kecil dan modal kecil dan dengan proses jual beli melalui tawar-menawar(Yani et al., 2022).

Metodologi

Jenis penelitian yang dilakukan penulis adalah lapangan, yaitu penelitian yang langsung berhubungan dengan objek yang diteliti. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode deskriptif kualitatif(Sari et al., 2022). Penelitian ini berada di Jati Mulyo Lampung Selatan. Pasar ini dipilih sebagai objek

penelitian didasarkan atas pertimbangan bahwa Pasar Jati Mulyo Lampung Selatan adalah salah satu pasar yang merupakan pusat pasar tradisional terbesar di Jati Mulyo Lampung Selatan yang memenuhi Kebutuhan dalam berbelanja. Data kualitatif ialah data yang tidak berbentuk angka atau menggunakan istilah lain data yang berbentuk kalimat, kata atau gambar(Agustianti et al., 2022). Sumber data yaitu Data primer yang dibutuhkan dalam penelitian yang di peroleh secara langsung dari sumbernya dan dari lokasi objek penelitian, atau keseluruhan data hasil penelitian yang di peroleh di lapangan(Sugiyono & Lestari, 2021).

Hasil dan Pembahasan

A. Gambaran Umum dan Objek Penelitian

Tabel 4.1
Jenis jualan dan jumlah penjual

NO	Jenis Dagangan	Jumlah Pedagang
1	Sembako	7
2	Pakaian	8
3	Peralatan rumah tangga	5
4	Warung makan	4
5	Aksesoris	6
6	Toko mainan	5
7	JUMLAH	35

Tabel di atas menunjukkan bahwa pedagang yang lebih mendominasi di Jati Mulyo Lampung Selatan adalah pedagang sembako yang berjumlah 35 Orang dan pedagang.

B. Hasil Penelitian

Informan pada penelitian ini adalah 20 orang. Kerena dengan 20 informan tersebut sudah dapat merepresentasikan seluruh pedagang yang ada di Pasar Jati Mulyo Lampung Selatan khususnya pedagang sembako. Sedangkan informan tambahan yaitu dari pembeli sebagai penguat argumen data pada penelitian ini.(Suta & Mahagangga, 2018)

Table 4.2

Daftar Informasi Pedagang

NO	Nama	Alamat rumah	Jenis kelamin	Pendidikan Terakhir
1	Suheti	Jati mulyo	Perempuan	SMA
2	Indra	Natar	Laki-laki	SMP
3	Doni	Margodadi	Laki-laki	SMA
4	Juarti	Karang anyar	Perempuan	SD
5	Hedi	Way kandis	Laki-laki	SD
6	Anto	Jati Agung	Laki-laki	SMP

Table 4.3

Pemahaman Tentang etika Jualan

Jawaban	N	%
Paham	12	60%
Kurang	6	30%
Tidak faham	2	10%
Total	20	100%

Berdasarkan tabel tersebut, maka dapat diketahui bahwa sebanyak 12 orang atau 60% informan memahami apa yang dimaksud dengan etika bisnis, akan tetapi masih ada yang tidak mengetahui tentang etika bisnis dan masih ada yang kurang paham tentang etika bisnis

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan peneliti dapat ditarik kesimpulan dari peneliti tentang penerapan etika bisnis Islam dan pemahaman pedagang dalam transaksi jual beli sembako yang dilakukan di pasar Jati Mulyo Lampung Selatan, diantaranya:

1. Pedagang sembako di pasar Sungai Bengkal telah memahami etika bisnis Islam seperti yang dicontohkan oleh Rasulullah Saw dalam berdagang. Terlihat dari jawaban pedagang sembako atas wawancara dengan pertanyaan yang peneliti sampaikan apakah bapak/ibu memahami Etika Bisnis dalam berdagang dan mendapatkan jawaban dari pedagang hingga mencapai 60%

informan yang menyatakan paham dan 30% .informan mengatakan kurang paham maka dapat disimpulkan pedagang sembako di Pasar Sungai Bengkal memahami Etika Bisnis.

2. Etika Bisnis Islam yang dicontohkan oleh Rasulullah Saw sudah diterapkan oleh pedagang sembako yang ada di Pasar Sungai Bengkal. Hal ini dapat terlihat dari jawaban pedagang sembako atas wawancara dengan pertanyaan yang peneliti sampaikan yang mengatakan bahwa: Penerapan etika bisnis oleh pedagang sembako terkait dengan kejujuran yaitu dalam hal memperlihatkan cara menimbang barang dagangan kepada pelanggan dalam proses jual beli telah memadai dan dapat disimpulkan 19 informan atau 95% orang pernah menerapkannya.
3. Penerapan etika bisnis oleh pedagang sembako di pasar Sungai Bengkal terkait dengan prinsip amanah dalam hal menjelaskan kepada pelanggan mengenai cacat barang yang akan di jual dalam proses jual beli sudah dapat dikategorikan iya pernah atau menerapkan hingga mencapai 19 orang atau 95% informan.
4. Penerapan etika bisnis Islam oleh pedagang sembako terkait dengan prinsip tidak menimbun barang dalam berbisnis telah diterapkan sehingga pedagang sembako yang ada di pasar Sungai Bengkal tidak pernah melakukan praktek penimbunan barang, dengan hasil wawancara dari peneliti kepada para pedagang bahwa 20 orang atau 100% pedagang tidak pernah melakukan penimbunan barang.

Ucapan terima kasih

Peneliti mengucapkan terimakasih kepada siapapun yang sudah mendukung untuk melakukan penelitian ini. Khusus nya kepada pembimbing yang senantiasa membimbing dengan sabar dan penuh ke ikhlasan. Peneliti juga mengucapkan terimakasih kepada cipitas yang sudah mendukung terhadap penelitian ini.

Referensi

- Abdi, M. N., & Chalimah. (2020). Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 273–284.
- Agustianti, R., Nussifera, L., Angelianawati, L., Meliana, I., Sidik, E. A., Nurlaila, Q., Simarmata, N., Himawan, I. S., Pawan, E., & Ikhrum, F. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. TOHAR MEDIA.
- Febriani, E., Oktaviani, C., & Kumaidi, M. (2024). Pendidikan Akhlak Perspektif Al-Qur'an. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(4), 1081–1093. <https://doi.org/10.46799/jsa.v5i4.1074>
- Ferdiyono, J. R., & Santoso, D. (2018). Pengaruh Remunerasi, Kepuasan Kerja Dan Kepemimpinan Transformasional Terhadap Kinerja Pegawai Dengan Organizational Citizen Behavior Sebagai Variabel Intervening Pada Seksi Bpkb Ditlantas Polda Jateng. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 11(3), 240. <https://doi.org/10.26623/jreb.v11i3.1145>
- Firdaus, M. (2019). Penerapan Etika Bisnis Dalam Melakukan Transaksi Penjualan Di Pasar Tradisional Kota Langsa Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam. *Al-Muamalat Jurnal Hukum & Ekonomi Syariah*, IV No 4, 100.
- Johan Nasution, B. (2014). Kajian Filosofis Tentang Konsep Keadilan Dari Pemikiran Klasik Sampai Pemikiran Modern. *Yustisia Jurnal Hukum*, 3(2). <https://doi.org/10.20961/yustisia.v3i2.11106>
- Jusmaliani, M. E. (2023). *Pengelolaan Sumber Daya Insani*. Bumi Aksara.
- Sari, I. N., Lestari, L. P., Kusuma, D. W., Mafulah, S., Brata, D. P. N., Iffah, J. D. N., Widiatsih, A., Utomo, E. S., Maghfur, I., & Sofiyana, M. S. (2022). *Metode penelitian kualitatif*. UNISMA PRESS.
- Sugiyono, S., & Lestari, P. (2021). *Metode penelitian komunikasi (Kuantitatif, kualitatif, dan cara mudah menulis artikel pada jurnal internasional)*. Alfabeta Bandung, CV.
- Suta, P. W. P., & Mahagangga, I. G. A. O. (2018). Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 5(1), 144. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2017.v05.i01.p26>
- Syukur, A. (2020). Akhlak Terpuji dan Implementasinya di Masyarakat. *MISYKAT AL-ANWAR: Jurnal Kajian Islam Dan Masyarakat*, 3(2), 144–164. <https://doi.org/10.24853/ma.3>.
- Yani, R., Abas, E., & Pujiarti, E. (2022). *MENINGKATKAN KINERJA GURU PENDIDIKAN WAY KANAN*. 01(03), 926–934.