

APPLICATION OF ISLAMIC BUSINESS ETHICS TO BUYING AND SELLING TRANSACTIONS IN TRADITIONAL MARKETS

Sunaria Kaisupy¹, Hasan², Evy Savitri Gani³

^{1, 2, 3}IAIN Ambon, Jl. Dr. H. Tarmizi Taher, Batu Merah, Maluku, Indonesia
Email: s.kaisupy99@gmail.com

Article History

Received: 11-02-2024

Revision: 02-03-2024

Accepted: 19-03-2024

Published: 25-03-2024

Abstract. The purpose of the study was to determine the application of business ethics based on Islamic law to the practice of buying and selling in traditional markets. This type of research uses a qualitative approach. The subjects in this study were traders who made buying and selling transactions in the traditional market of Hamlet Olas. The technique of determining the subject by purposive sampling is the determination of the subject using criteria for the type of goods sold. The results of research in the traditional market of Olas Hamlet obtained, the practice of buying and selling transactions was found by traders who prioritized profit even though the quality of the goods they sold was not appropriate. The practice of buying and selling transactions carried out by traders has not fully implemented ethical principles that are in accordance with Islamic business. In addition, it is the lack of friendliness of the merchants that makes buyers uncomfortable. When viewed from the five principles of Islamic business ethics, namely the principle of unity, the principle of balance and freedom have been well applied by traders. However, it can be seen from the principle of responsibility and the principle of righteousness, virtue and honesty have not been fully carried out by traders and are more concerned with profit alone.

Keywords: Business Ethics, Islam, Buying and Selling, Traditional Markets

Abstrak. Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui penerapan etika bisnis berdasarkan hukum Islam pada praktik jual beli di pasar tradisional. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Subjek dalam penelitian ini adalah pedagang yang melakukan transaksi jual beli di pasar tradisional Dusun Olas. Teknik penentuan subjek secara purposive sampling yaitu penentuan subjek menggunakan kriteria jenis barang yang dijual. Hasil penelitian di pasar tradisional Dusun Olas yang diperoleh, praktek transaksi jual beli di temukan pedagang yang mementingkan keuntungan walaupun kualitas barang yang mereka jual tidak sesuai. Praktik transaksi jual beli yang dilakukan oleh para pedagang belum sepenuhnya menjalankan prinsip etika yang sesuai dengan bisnis Islam. Selain itu kurangnya keramahan para pedagang yang membuat pembeli menjadi tidak nyaman. Jika ditinjau dari ke lima prinsip etika bisnis Islam yaitu prinsip kesatuan, prinsip keseimbangan serta kebebasan sudah diterapkan dengan baik oleh para pedagang. Namun dapat dilihat dari prinsip tanggung jawab dan prinsip kebenaran, kebajikan dan kejujuran belum sepenuhnya dijalankan oleh para pedagang dan lebih mementingkan keuntungan semata.

Kata Kunci: Etika Bisnis, Islam, Jual Beli, Pasar Tradisional

How to Cite: Kaisupy, S., Hasan., & Gani, E. S. (2024). Application of Islamic Business Ethics to Buying and Selling Transactions in Traditional Markets. *DIVERSIFICATION: Journal of Economics and Management Studies*, 1 (1), 46-59. <http://doi.org/10.54373/djems.v1i1.969>

PENDAHULUAN

Etika bisnis islam adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral bertujuan untuk mendidik moralitas manusia dalam perdagangan barang maupun perdagangan jasa yang mengacu pada Al-Quran dan Hadis (Kalemci & Kalemci Tuzun, 2019). Etika bisnis Islam yaitu serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dapat dibatasi jumlah kepemilikan harta (barang/jasa) termasuk profitnya namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram (T. Islam et al., 2021; Siti Hofifah, 2020). Etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun pada suatu masyarakat atau kelompok masyarakat yang diwariskan dari satu orang ke orang yang lain atau dari satu generasi ke generasi yang lain (Ghafran & Yasmin, 2020). Etika merupakan studi sistematis tentang tabiat, konsep nilai, baik, buruk, salah dan lain sebagainya (Aydin, 2020; G. Islam, 2020).

Bisnis selalu memainkan peranan penting dalam kehidupan ekonomi dan sosial bagi semua orang dan semua lapisan masyarakat (Hamzah et al., 2019). Adapun pengertian bisnis adalah pertukaran barang dan jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat (Samawi, 2020). Bisnis juga berlangsung karena adanya kebergantungan antar individu untuk mempertahankan dan meningkatkan standar hidup dan lain sebagainya. Bisnis dilakukan dengan tujuan untuk mendapat keuntungan (profit), dari sekian banyak bentuk bisnis salah satunya adalah jual beli. Allah SWT mensyariatkan jual beli sebagai suatu kemudahan untuk manusia dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya. Manusia mempunyai kebutuhan yang berbeda, untuk memenuhi kebutuhan tersebut seseorang tidak mungkin memberi tanpa ada imbalan (Arifin, 2020). Dengan demikian, diperlukan hubungan interaksi dengan sesama manusia, salah satu sarannya adalah dengan jalan melakukan jual beli. Jual beli merupakan suatu perjanjian tukar menukar benda ataupun barang antara kedua belah pihak, di mana yang satu menerima benda atau barang dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau keterangan yang dibenarkan serta disepakati (Sri Handayani & Asep Ramdan Hidayat, 2022; Ulum, 2020). Oleh sebab itu jual beli diperbolehkan dalam agama Islam selama masih dalam batasan tertentu serta berpegang dalam aturan syariat Islam (Pekerti & Herwiyanti, 2018).

Salah satu sarana jual beli adalah pasar yang merupakan tempat berkumpulnya penjual dan pembeli. Pasar adalah tempat terjadinya transaksi dari setiap pihak yang saling memiliki kepentingan. Posisi pasar bagi masyarakat, investor dan pemerintah menjadi begitu penting untuk dipahami apalagi dilihat dari segi aktivitas pasar yang semakin hari semakin berubah (Nur, 2019). Seiring perkembangan zaman sektor ekonomi juga menimbulkan persaingan yang ketat antar pedagang. Berbagai cara dilakukan untuk mencari keuntungan, sehingga tidak

jarang terjadi penyimpangan-penyimpangan di dalam pasar. Pasar merupakan salah satu tempat bertemunya para penjual dan pembeli dalam menentukan barang yang sesuai dengan keinginan konsumen (Achmad Zurohman & Eka Rahayu, 2019). Pada hakikatnya tingkat kejujuran yang tinggi harus dimiliki oleh setiap pedagang, namun pada kenyataannya dalam pasar terdapat pergeseran etika dagang ataupun bisnis. Para pedagang akan melakukan berbagai macam cara untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya tanpa memperdulikan kerugian yang dialami oleh satu pihak. Pembeli atau konsumen seharusnya menerima barang dalam kondisi baik dan dengan harga yang wajar, mereka juga harus diberitahu apabila terdapat kekurangan-kekurangan pada suatu barang yang dijual (Samawi, 2020; Siti Hofifah, 2020). Kelengkapan suatu informasi merupakan daya tarik tersendiri karena kelebihan suatu barang atau produk menjadi faktor yang sangat menentukan bagi pembeli atau konsumen untuk menentukan pilihannya, oleh karena itu informasi merupakan hal pokok yang dibutuhkan setiap konsumen.

Kejujuran dalam memberikan informasi sangat diperlukan oleh pembeli atau konsumen. Nilai kejujuran dipraktekkan oleh nabi Muhammad SAW. Beliau adalah seorang pedagang yang terkenal dengan kejujurannya. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surat Asy-Syu'ara ayat 181-183:

﴿أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

Artinya:

”Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu Termasuk orang-orang yang merugikan; dan timbanglah dengan timbangan yang lurus; dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan;”

Maksud dari ayat diatas adalah Allah SWT telah menganjurkan kepada seluruh umat manusia pada umumnya, dan kepada para pelaku bisnis khususnya untuk berlaku jujur dalam menjalankan roda bisnisnya dalam bentuk apapun, adanya sebuah penyimpangan dalam menimbang, menakar, dan mengukur barang merupakan wujud kecurangan dalam berbisnis.

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti di pasar Dusun Olas, di mana masyarakat tidak mendapatkan kepuasan dalam transaksi jual beli yang dilakukan oleh para pedagang. Di dalam pasar masih adanya para pedagang yang melakukan kecurangan untuk menutupi kecacatan barang dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan yang diinginkan. Seperti yang dirasakan oleh konsumen dalam berbelanja sayuran, dan ikan yang tidak segar lagi. Kelengkapan suatu informasi merupakan daya tarik tersendiri karena kelebihan suatu barang atau produk menjadi faktor yang sangat menentukan bagi pembeli atau konsumen untuk menentukan pilihannya, oleh karena itu informasi merupakan hal pokok yang di butukan setiap

konsumen (Abdurohman et al., 2020; Amalia, 2023). Kejujuran dalam memberikan informasi sangat di perlukan oleh pembeli anatu konsumen.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif yaitu metode penelitian yang di gunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamia, di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data di lakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif dan hasil peneliti kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiono, 2018). Pada penelitian ini peneliti untuk bermaksud untu melihat fakta atau pengamatan di lapangan terkait penerapan etika bisnis islam pada pedagang di pasar tradisional Dusun Olas. Teknik penentuan informasi yang dilakukan oleh peniliti dalam penilitian ini adalah teknik *proposive sampling*. teknik. *proposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Informan (narasumber)³⁰ penilitian adalah seseorang yang memiliki informasi mengenai objek penilitian tersebut. Informan dalam penilitian ini yaitu berasal dari wawancara langsung yang di sebut narasumber. Dalam penilitian ini menentukan informasi dengan menggunakan teknik *proposive*, yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu, yang benar benar menguasai suatu objek yang peniliti. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

Data primer yaitu data yang diperoleh dan dikumpulkan secara langsung objek yang diteliti, yang berupa hasil wawancara. Sedangkan data sekunder, yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung atau penelitian arsip yang memuat peristiwa masalalu yang dapat diperoleh dari jurnal, buku, majalah, data statistic dan lain-lain. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau setidaknya pada pengetahuan atau keyakinan pribadi. Terkait etika perdagangan yang ada di pasar tradisional Dusun Olas. Teknik wawancara yang digunakan yaitu wawancara terstruktur, dimana menyediakan pertanyaan-pertanyaan yang ada dengan tujuan untuk memperoleh informasi yang tepat dan akurat (Sugiono, 2018). Adapun yang menjadi responden dalam penilitian ini adalah pedagang ikan, dan pedagang sayur yang ada di pasar tradisional Dusun Olas. Teknik analisis data adalaha suatu metode atau cara untuk memproses suatu data menjadi informasi sehingga data tersebut menjadi mudah dipahami dan bermanfaat untuk digunakan menemukan solusi dan permasalahan penelitian langka-langka analisis data tersebut adalah (1) memperoleh data yang telah di peroleh dari hasil wawancara (interview) dan observasi, (2) menyusun data yang diperoleh sesuai dengan urutan pembahasan yang telah di rencanakan (3) melakukan

interpretasi secukupnya terhadap data yang telah tersusun untuk, dan (4) menjawab rumusan masalah sebagai hasil kesimpulan.

HASIL

Gambaran Karakteristik Informan

Gambaran Responden Pada bagian ini peneliti menggambarkan hasil wawancara dan dokumentasi kepada pedagang dalam melakukan transaksi penjualan di pasar Dusun Olas, namun terlebih dahulu akan membahas mengenai gambaran karakteristik responden berdasarkan lama responden berjualan, jenis usaha, pendidikan terakhir dan usia. Pada Penelitian ini jumlah responden 6 orang, yang mencakup pedagang ikan berjumlah 3 orang dan pedagang sayur berjumlah.

Informan Berdasarkan Umur

Berdasarkan Para Pedagang Pasar menjadi andalan bagi pedagang dalam menjual hasil dagangannya, untuk itu tidak terlepas dari barang yang ingin diperjualbelikan kepada masyarakat, yang salah satunya yaitu menjual ikan dan sayur. Berikut ini hasil data para pedagang dalam menjual dagangannya:

Tabel 1. Informan penjual ikan

No	Nama	Umur	Pendidikan	Lama Usaha
1.	Informan MI	40 Tahun	SMA	10 Tahun
2.	Informan RA	42 Tahun	SMA	10 Tahun
3.	Informan MA	38 Tahun	SMP	9 Tahun

Berdasarkan tabel 1 di atas, pedagang ikan di pasar olas memiliki umur antara 38-40 tahun, dengan jenjang pendidikan lulusan SMA sebanyak 2 orang dan lulusan SMP 1 orang. Lama pedagang ikan berjualan yaitu 10 tahun sebanyak 2 orang dan 9 tahun 1 orang.

Tabel 2. Informan penjual sayuran

No	Nama	Umur	Pendidikan	Lama Usaha
1.	Informan HA	39 Tahun	SMP	6 Tahun
2.	Informan JA	43 Tahun	SMP	6 Tahun
3.	Informan AI	23 Tahun	SMA	3 Tahun

Berdasarkan tabel 2 di atas, pedagang ikan di pasar olas memiliki umur antara 23-43 tahun, dengan jenjang pendidikan lulusan SMA sebanyak 1 orang dan lulusan SMP sebanyak 2 orang. Lama pedagang ikan berjualan yaitu 6 tahun sebanyak 2 orang dan 3 tahun 1 orang.

Praktek Penjualan di Pasar Olas

Praktek transaksi jual beli di pasar olas dengan menggunakan uang cash. Para pedagang ikan di pasar olas membeli bahan jualannya di nelayan Olas dan di kampung tetangga. Sedangkan untuk sayur ada juga yang di beli dari petani Dusun Olas sendiri dan ada juga pedagang yang membeli bahan sayur- mayur di Gemba. Untuk patokan harga ikan dan sayur para pedagang yang membeli barang dagangannya langsung di Dusun Olas mereka menyesuaikan dengan modal yang mereka beli di nelayan atau petani. Sedangkan untuk barang dagangannya yang dibeli dari kampung lainnya para pedagang menyesuaikan dengan harga beli dan biaya transportasi. Praktek jual beli yang terjadi di pasar tradisional dusun olas tidak jauh berbeda dengan pasar tradisional lainnya. Yang menjadi kendala dari para pedagang yaitu belum tersedianya sarana dan prasaran yang memadai seperti tempat berjualan yang masi menggunakan bangunan semi permanen yang dibangun oleh masing-masing pedagang.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pedagang tentang praktek jual beli yang mereka lakukan di pasar tradisional dusun olas ditemukan jawaban yang bervariasi dari para pedagang ikan dan sayur. Wawancara peneliti dengan informan MA beliau mengungkapkan untuk menentukan harga ikan disesuaikan dengan modal beli, kualitas ikan yang beliau jual sangat diperhatikan misalnya ikan sudah sehari di jual jika tidak laku semua informan MA memilih untuk menjadikan ikan asar dibanding harus di Es kembali karena kalau ikannya di Es dan di jual kembali esoknya kualitas ikannya akan menurun. Dalam menjual ikan informan MA berserah kepada Allah SWT beliau tidak akan memaksakan pembeli untuk membeli dagangannya. Pada saat jam Shalat informan MA selalu menyempatkan diri untuk shalat. Tidak jauh berbeda dengan keterangan Informan RA beliau mengungkapkan dalam berjualan beliau selalu memperhatikan kualitas ikan. informan RA tidak banyak membeli ikan agar ikan yang beliau jual kembali bisa cepat habis. Hal ini beliau lakukan agar ikan yang beliau jual selalu segar dan terjaga kualitasnya. Berbeda dengan keterangan dari informan MI beliau mengatakan dalam berjualan ikan beliau lebih mementikan keuntungan, ikan yang beliau jual jika tidak segar tetap beliau jual karena menjaga tidak terjadi kerugian. Waktu shalat informan MI kadang melaksanakan shalat kadang juga tidak melakukan jika beliau sibuk melayani pembeli.

Sedangkan untuk pedagang sayur dari wawancara peneliti dengan informan AI beliau mengatakan menjual sayur disesuaikan dengan harga beli dari petani. Misalnya beliau membeli sayur seharga Rp 4.500 beliau akan menjual kembali dengan harga Rp 5.000. Untuk sayur yang sudah layu informan AI lebih memilih memasaknya dan di jual kembali pada sore hari agar beliau tidak rugi. Dalam berjualan informan AI, selalu jujur kepada pembeli tentang kondisi dagangannya beliau tidak akan memaksakan pembeli dan selalu ramah kepada pembeli, beliau juga selalu melaksanakan shalat pada waktunya. Berbeda dengan informan HA dalam menjual

sayur beliau lebih melihat kondisi jika sayur sedang mahal beliau akan menaikkan harga sayur yang beliau jual meskipun sayur itu beliau beli dengan murah di petani dengan alasan agar tidak ada rasa iri hati dari pedagang sayur lainnya. Dari keterangan informan HA jika sayur yang beliau jual sudah layu maka akan di campur dengan sayur yang segar untuk dapat dijual kembali dengan harga normal agar tidak terjadi kerugian. Menurut informan MA dalam menjual sayur beliau tidak memaksakan pembeli untuk membeli sayurannya jika ada pembeli yang menawar harga sayur informan MA tidak menurunkan harga sayurannya dengan alasan karena tidak mau rugi kalau ada pembeli yang komplain dengan kualitas sayur yang informan MA jual beliau akan melihat kondisi sayurnya kalau memang sayurnya sudah tidak layak konsumsi beliau akan mengganti sayur dengan yang baru. Dalam melaksanakan shalat informan MA jarang sekali shalat tepat waktu beliau beralasan kalau sampai beliau shalat tidak ada yang menjaga jualannya beliau takut jualannya tidak laku.

Wawancara peneliti dengan penjual sayur lainnya yaitu informan JO beliau mengatakan setiap kali menjual sayur selalu menjaga kualitas sayurnya. Informan JO menjual sayur yang di beli langsung dari petani dusun Olas, kadang kalau stok sayurnya habis informan JO membeli sayur langsung ke Gempa. Untuk harga sayurnya bervariasi tergantung dari harga beli di petani, saya memberi kebebasan kepada para pembeli untuk membeli atau menawar. Untuk sayuran yang sudah layu tapi masi layak konsumsi saya tetap jual tapi harganya saya kurangi, kalau ada yang komplain saya tetap bertanggung jawab mengganti sayur tersebut.

DISKUSI

Dalam berbisnis dan bekerja wajib bagi setiap manusia untuk memahami bagaimana berinteraksi agar tidak terjerumus dalam jurang keharaman karena ketidaktahuan mereka (Aydin, 2020; De Clercq et al., 2019). Oleh sebab itu seorang pedagang harus menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis islam dalam berdagang sekaligus dalam menempatkan diri sebagai pedagang yang melakukan praktek kejujuran dan berusaha menghindari memperoleh kekayaan dengan cara yang tidak adil agar menjadi pebisnis yang berpegang teguh kepada etika bisnis islam karena dengan begitu usaha yang dijalani akan sukses (Kavas et al., 2020).

Praktik etika bisnis yang dijalankan dalam transaksi jual beli belum sepenuhnya dirasakan oleh masyarakat (Kavas et al., 2020). Seperti yang dirasakan oleh para pembeli, sebagian di antaranya masih menemukan barang yang tidak sesuai dengan keinginan mereka yang salah satunya adalah hasil dari wawancara para pedagang yang menemukan ikan yang kurang bagus dicampur dengan ikan yang bagus. Selain itu kurangnya keramahan dalam melayani konsumen sehingga menjadi salah satu faktor para pedagang yang menjadi sorotan masyarakat.

Pertimbangan lainnya adalah masih tingginya harga barang yang menjadi kekhawatiran masyarakat sekitar, dikarenakan ekonomi masyarakat yang terkadang tidak stabil (Silviyah & Lestari, 2022). Oleh karena itu dalam melakukan transaksi penjualan, Islam mengharuskan berbuat adil untuk memperoleh keberkahan dari Allah SWT. Apabila seorang pedagang menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, maka seseorang tersebut menempatkan dirinya dalam melakukan praktik kejujuran dan berpegang teguh yang sesuai dengan etika Islam (Husin & Kernain, 2020). Dari hasil penelitian yang telah dilakukan di pasar tradisional Dusun Olat, dimana penulis menganalisis bagaimana penerapan etika para pedagang dalam melakukan transaksi jual beli yang ditinjau dari Indikator etika bisnis Islam.

Indikator Tauhid

Tauhid adalah konsep dalam akidah islam yang menyatakan keesaan Allah SWT. Apapun yang dikerjakan harus berpedoman pada ajaran islam bagaimana barang yang di jual harus halal dan terhindar dari unsur riba (Basheer et al., 2019). Selain itu prinsip tauhid juga dapat diartikan sebagai manusia yang benar-benar tunduk, patuh dan berserah diri sepenuhnya atas apa yang menjadi kehendak-Nya. Adapun prinsip tauhid yang ditunjukkan dari hasil wawancara berikut.

“Saya selalu mengutamakan niat ibadah dalam melakukan suatu usaha yang saya jalankan. Karena usaha berdagang ini untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarga saya dan niatnya karna Allah dan supaya dalam menjalankan usaha tentunya untuk memperoleh keberkahan. Saya tidak banyak mengambil keuntungan ikan yang saya jual dan juga ikan yang saya jual dalam kondisi segar (Hasil wawancara informan RA, 2021)”.

“Saya berserah kepada Allah SWT dan tidak akan memaksakan pembeli untuk membeli dagangan saya. Pada saat jam Shalat saya selalu menyempatkan diri untuk shalat Hasil wawancara informan MA, 2021)”

Berdasarkan pemaparan para pedagang ada yang lebih mementingkan aturan-aturan Al-Quran dan tidak akan menunda atau melalaikan tugasnya kepada Allah, karena apabila pedagang yang mentaati aturan yang sesuai dengan bisnis Islam maka dalam melakukan aktivitasnya akan memperoleh keberkahan dari Allah SWT (Ghafran & Yasmin, 2020). Maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa para pedagang sebagiannya telah menjalankan prinsip Tauhid (Ahmad Syafiq, 2019). Sedangkan dari keterangan sebagian pedagang dapat dikatakan bahwa, pedagang lebih memilih berjualan dari pada beribada kepada Allah SWT dengan beralasan takut jualannya tidak laku.

Allah SWT memuji terhadap hambanya yang menggabungkan antara mencari rezeki dengan jual beli dan ibadah. Dalam hal ini jual beli tidak melalaikan seseorang dalam beribadah kepada Allah. Sifat-sifat kaum muslimin adalah mereka yang dalam melakukan penjualan dan pembelian tetap mengutamakan ibadah misalnya meninggalkan segala bentuk aktivitas dan menjalankan ibadah kepada Allah (Kristianto Dwi estijayandono, 2019). Perdagangan yang dilakukan dengan cara jual beli atau yang lainnya berupa pekerjaan yang dihalalkan dan sesuatu yang dicari oleh syara', karena dapat mendatangkan manfaat yang besar bagi manusia dan masyarakat.

Indikator Keseimbangan

Islam sangat menganjurkan untuk berbuat adil dalam melakukan aktivitas bisnis serta melarang kecurangan atau berbuat zalim. Rasulullah diutus Allah untuk membangun keadilan, sehingga apabila seseorang berbuat adil dalam bisnis dagangannya maka akan memperoleh kesejahteraan dalam hidupnya dan kecelakaan besar bagi orang yang berbuat curang (Aydin, 2020; Yunia, 2018). Prinsip keseimbangan (Equilibrium) yang berisikan ajaran keadilan merupakan salah satu prinsip dasar harus dipegang oleh siapapun dalam kehidupannya. Prinsip perilaku adil sangat menentukan perilaku seseorang, di mana salah seorang pedagang menyatakan bahwa:

“Saya akan memberitahukan kepada pembeli tentang dagangan saya yang kurang bagus, misalnya ada sayuran yang sudah layu atau bawang yang kurang bagus. Tujuan saya agar pembelinya percaya dengan saya dan bisa menjadi langganan di tempat saya Hasil wawancara informan AI, 2021)”

“Dalam berjualan sayur saya berjualan sesuai harga yang biasanya pedagang lain terapkan karena saya tidak mau ada kesalahpahaman. Untuk ukurannya saya tidak mengurangi atau melebihkan (Hasil wawancara informan JO, 2021)”

Dalam keseimbangan perlu adanya adil dalam melakukan aktivitas, tetapi celaknya bagi mereka yang berbuat kecurangan yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain menerima untuk dipenuhi, namun apabila menakar atau menimbang untuk orang selalu dikurangi. Oleh karena itu para pedagang agar melakukan proses dagangannya untuk dapat menakar dan menimbang dengan benar. Dalam setiap usaha yang kita lakukan untuk dapat menyempurnakanlah setiap takaran dalam aktivitas perdagangan, dengan tujuan agar dapat terpenuhinya setiap hak atau milik seorang pembeli (Azizah & Hariyanto, 2021). Maka dengan demikian menurut peneliti perilaku para pedagang sudah sesuai dengan keseimbangan, namun ada beberapa diantaranya para pedagang yang tidak menjalankan prinsip keseimbangan.

Indikator Kehendak Bebas

Kebebasan merupakan bagian penting dalam etika bisnis Islam, namun kebebasan tidak merugikan kepentingan kolektif (Silviah & Lestari, 2022). Kepentingan tersebut tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang dalam bekerja. Dalam Islam kehendak bebas mempunyai tempat tersendiri dikarenakan kebebasan tersebut sudah ada sejak manusia itu dilahirkan. Berdasarkan hasil wawancara diperoleh pernyataan bahwa:

“Saya juga memberi kebebasan kepada para pembeli dalam menawar harga, namun tetap sewajar dengan harganya, kalau terlalu murahkan saya rugi juga, yang penting pembeli saya nyaman belanja di tempat saya. Intinya pembeli dan saya sama-sama setuju dengan harga tersebut (Hasil wawancara informan AI, 2021)”.

“Dalam berjualan saya tidak memaksakan pembeli untuk membeli dagangan saya dan memberi kebebasan buat para pembeli untuk memilih (Hasil wawancara informan MA, 2021)”

Berdasarkan hasil wawancara di atas maka dapat diketahui bahwa, penerapan etika Islam yang dilihat dari prinsip kehendak bebas telah diterapkan dengan baik di Pasar Olas. Dalam hal ini terlihat jelas bahwa para pedagang tetap memberikan kebebasan buat pembeli dalam hal membeli dan juga dalam proses penawaran pedagang memberi kebebasan asal tidak merugikan sebelah pihak, dalam artian harga yang ditawarkan dalam batasan tertentu dan keduanya sama-sama rela. Selain itu menurut etika bisnis Islam, setiap para pelaku bisnis dalam berdagang hendaknya tidak semata-mata bertujuan mencari keuntungan sebesar-besarnya, akan tetapi yang paling penting adalah mencari keridhaan dan mencapai keberkahan atas rezeki yang diberikan oleh Allah SWT (Khan & Naguib, 2019).

Indikator Tanggung Jawab

Islam menekankan konsep tanggung jawab dalam kehidupan manusia untuk memenuhi tuntunan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggung jawabkan atas tindakannya. Menurut Islam, segala aktivitas yang dilakukan hendaklah dengan rasa penuh tanggung jawab (Javed et al., 2019). Selain itu tanggung jawab dalam dunia bisnis sangat dibutuhkan dan ditampilkan secara transparan, keterbukaan dan kejujuran dengan tujuan agar bisnis yang dijalankan berjalan dengan baik. Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara bahwa:

“Saya memang menyediakan ikan segar, namun kalau sudah beberapa hari tidak laku saya tetap menjualnya. Ikannya saya beri es dan garam supaya bisa bertahan 2-3 hari. Tetapi ikannya ada sedikit berubah tidak terlalu segar lagi. Jadi kalau dalam tanggung jawab tergantung kondisi ikannya, kalau bisa masih dijual kenapa tidak (Hasil wawancara informan MI, 2021)”.

Adapun data yang peneliti dapatkan bahwa sebagian para pedagang tetap menjual ikan yang kurang bagus dan memilih untuk tetap menjual barang tersebut, jadi para pedagang masih kurangnya tanggung jawab dalam melakukan penjualannya. Tanggung jawab yang dimiliki para pedagang belum sepenuhnya diterapkan, sehingga munculnya kesempatan bagi para pedagang dalam melakukan kecurangan (Aydin, 2020). Namun di sisi lain apabila hasil dagangannya tidak laku terjual, para pedagang mengolah kembali ikan tersebut untuk dijadikan dalam bentuk lain, salah satunya seperti dijadikan sebagai ikan asin agar lebih bermanfaat. Berbagai kecurangan terjadi di dalam pasar, yang salah satunya adalah faktor yang memotivasi para pedagang dalam memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dan cenderung mengabaikan kepuasan masyarakat (Ghafran & Yasmin, 2020). Tanggung jawab dalam artian bisnis yang dilakukan harus ditampilkan secara keterbukaan, jujur dan tidak adanya penipuan dalam segala kegiatan yang dilakukan. Sehingga setiap pedagang harus bertanggung jawab dalam menyediakan barang dalam memenuhi kebutuhan masyarakat lainnya (Siti Hofifah, 2020). Tanggung jawab harus dimiliki oleh para pedagang dalam menjalankan bisnis, karena tanggung jawab merupakan suatu prinsip dinamis yang berhubungan dengan perilaku manusia.

Indikator Kebenaran, Kebijakan dan Kejujuran

Konteks bisnis kebenaran dimaksudkan yaitu sebagai niat dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya untuk menetapkan keuntungan (Silviyah & Lestari, 2022). Prinsip ini juga mengajarkan seseorang dalam menjalankan aktivitas dagangannya untuk dapat memberikan manfaat kepada orang lain yang salah satunya dengan memiliki prinsip kejujuran, kebajikan yang dilakukan dengan kemurahan hati kepada orang lain, jujur dalam berdagang, tidak berbuat kecurangan dan memberikan tenggang waktu kepada pembeli (Kalemci & Kalemci Tuzun, 2019). Adapun hasil wawancara diketahui bahwa:

“Bagi saya sendiri kejujuran itu penting dalam berdagang, saya akan memberi tahu kepada pembeli kalau sayur saya sudah 2 hari. Kadang juga saya kasih lebih untuk pembeli langganan saya. Tapi ada juga saya tidak menerapkan, misalnya saya ambil sayuran sama orang lain kan modal saya disitu. Jadi kalau keadaan sayurnya sudah lebih beberapa hari ya tergantung pembelinya beli, tapi harganya tetap sama. Karna modal saya kan disitu. Kalau saya terapkan kejujuran ini kan nanti bagaimana dengan dagangan saya (Hasil wawancara informan JO, 2021)”.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat penulis simpulkan bahwa, penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli yang dilakukan oleh para pedagang belum sepenuhnya menjalankan prinsip etika yang sesuai dengan bisnis Islam. Selain itu kurangnya keramahan

para pedagang yang membuat pembeli menjadi tidak nyaman. Jika ditinjau dari ke lima prinsip etika bisnis Islam yaitu prinsip kesatuan, prinsip keseimbangan serta kebebasan sudah diterapkan dengan baik oleh para pedagang (T. Islam et al., 2021; Silviah & Lestari, 2022). Namun dapat dilihat dari prinsip tanggung jawab dan prinsip kebenaran, kebajikan dan kejujuran belum sepenuhnya dijalankan oleh para pedagang dan lebih mementingkan keuntungan semata. Sedangkan dalam Islam kejujuran yang paling utama diterapkan dalam aktivitas bisnis yang sesuai dengan ketentuan-ketentuan agama Islam (Ghafran & Yasmin, 2020).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa praktek transaksi jual beli ditemukan pedagang yang mementingkan keuntungan walaupun kualitas barang yang mereka jual tidak sesuai. Sebaiknya ada beberapa pedagang yang lebih memilih mengolah dagangannya menjadi ikan asar atau lauk sayur masak agar dapat di jual kembali. Praktik transaksi jual beli yang dilakukan oleh para pedagang belum sepenuhnya menjalankan prinsip etika yang sesuai dengan bisnis Islam. Selain itu kurangnya keramahan para pedagang yang membuat pembeli menjadi tidak nyaman. Jika ditinjau dari ke lima prinsip etika bisnis Islam yaitu prinsip kesatuan, prinsip keseimbangan serta kebebasan sudah diterapkan dengan baik oleh para pedagang. Namun dapat dilihat dari prinsip tanggung jawab dan prinsip kebenaran, kebajikan dan kejujuran belum sepenuhnya dijalankan oleh para pedagang dan lebih mementingkan keuntungan semata. Sedangkan dalam Islam kejujuran yang paling utama diterapkan dalam aktivitas bisnis yang sesuai dengan ketentuan-ketentuan agama Islam.

REKOMENDASI

Berdasarkan temuan penelitian, maka dapat direkomendasikan kepada seluruh pedagang bahwa dalam melakukan praktik jual beli dapat mengedepankan prinsip hukum Islam, sehingga dapat memperoleh keuntungan dan ridha Allah SWT.

REFERENSI

- Abdurohman, D., Putra, H. M., & Nurdin, I. (2020). Tinjauan Fiqih Muamalah Terhadap Jual Beli Online. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam: Jurnal Ecopreneur*, 1(2), 35–48.
- Achmad Zurohman, & Eka Rahayu. (2019). Jual Beli Online dalam Perspektif Islam. *Iqtishodiyah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1), 21–32. <https://doi.org/10.36835/iqtishodiyah.v5i1.87>

- Ahmad Syafiq. (2019). Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen dalam pandangan Islam. *El-Faqih: Jurnal Pemikiran Dan Hukum Islam*, 5(1), 96–113. <https://doi.org/10.29062/faqih.v5i1.54>
- Amalia, A. (2023). Jual Beli Dengan Menggunakan Sistem Dropshipping Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Ilmu Ekonomi Syariah*, 2(1), 151–175.
- Arifin, M. J. (2020). Keabsahan Akad Transaksi Jual Beli dengan Sistem Dropshipping dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Lisyabab: Jurnal Studi Islam Dan Sosial*, 1(2), 279–290. <https://doi.org/10.58326/jurnallisyabab.v1i2.34>
- Aydin, N. (2020). Paradigmatic foundation and moral axioms of ihsan ethics in Islamic economics and business. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 11(2), 288–308. <https://doi.org/10.1108/JIABR-12-2016-0146>
- Azizah, M., & Hariyanto, H. (2021). Implementasi Etika Bisnis Islam terhadap Konsep Green Economics. *Supremasi Hukum: Jurnal Kajian Ilmu Hukum*, 10(2), 237. <https://doi.org/10.14421/sh.v10i2.2392>
- Basheer, M. F., Hameed, W. U., Sabir, S. A., & Jehangir, M. S. (2019). Islamic business ethics and Islamic banks performance in Malaysia: Does sincerity matter. *Natural Product Reports*, 42(2), 217–224.
- De Clercq, D., Rahman, Z., & Haq, I. U. (2019). Explaining Helping Behavior in the Workplace: The Interactive Effect of Family-to-Work Conflict and Islamic Work Ethic. *Journal of Business Ethics*, 155(4), 1167–1177. <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3541-3>
- Ghafran, C., & Yasmin, S. (2020). Ethical Governance: Insight from the Islamic Perspective and an Empirical Enquiry. *Journal of Business Ethics*, 167(3), 513–533. <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04170-3>
- Hamzah, Z., Arif, M., & Nisa, C. (2019). Analisis Komparasi Strategi Pemasaran Dalam Transaksi Jual Beli Online Dan Offline Pada Hijab (STUDI Kasus: Mahasiswa Universitas Islam Riau). *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 2(1), 16–26. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2019.vol2\(1\).3694](https://doi.org/10.25299/syarikat.2019.vol2(1).3694)
- Husin, W. N. W., & Kernain, N. F. Z. (2020). The Influence of Individual Behaviour and Organizational Commitment Towards the Enhancement of Islamic Work Ethics at Royal Malaysian Air Force. *Journal of Business Ethics*, 166(3), 523–533. <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04118-7>
- Islam, G. (2020). Psychology and Business Ethics: A Multi-level Research Agenda. *Journal of Business Ethics*, 165(1), 1–13. <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04107-w>
- Islam, T., Ahmad, S., Kaleem, A., & Mahmood, K. (2021). Abusive supervision and knowledge sharing: moderating roles of Islamic work ethic and learning goal orientation. *Management Decision*, 59(2), 205–222. <https://doi.org/10.1108/MD-08-2019-1069>
- Javed, B., Fatima, T., Yasin, R. M., Jahanzeb, S., & Rawwas, M. Y. A. (2019). Impact of abusive supervision on deviant work behavior: The role of Islamic work ethic. *Business Ethics*, 28(2), 221–233. <https://doi.org/10.1111/beer.12212>
- Kalemci, R. A., & Kalemci Tuzun, I. (2019). Understanding Protestant and Islamic Work Ethic Studies: A Content Analysis of Articles. *Journal of Business Ethics*, 158(4), 999–1008. <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3716-y>
- Kavas, M., Jarzabkowski, P., & Nigam, A. (2020). Islamic Family Business: The Constitutive Role of Religion in Business. *Journal of Business Ethics*, 163(4), 689–700. <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04384-5>
- Khan, F. R., & Naguib, R. (2019). Epistemic Healing: A Critical Ethical Response to Epistemic Violence in Business Ethics. *Journal of Business Ethics*, 156(1), 89–104. <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3555-x>

- Kristianto Dwi estijayandono, D. (2019). Etika Bisnis Jual Beli Online dalam Perspektif Islam. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(1), 53–68.
- Nur, I. (2019). Transaksi Jual Beli Melalui Media Online dalam Tinjauan Ekonomi Islam (Studi pada Situs Jual Beli Online Tokopedia dan Shopee). *Khozana: Journal of Islamic Economic and Banking*, 2(2), 64–81. <http://journal.stebisdarussalamoki.ac.id/index.php/khozana/article/view/37>
- Pekerti, R. D., & Herwiyanti, E. (2018). Transaksi Jual Beli Online dalam Perspektif Sariat Madzhab Asy-Syafi'i. *JEBA: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 20(2), 1–12. https://core.ac.uk/display/267947229?utm_source=pdf&utm_medium=banner&utm_campaign=pdf-decoration-v1
- Samawi, M. L. (2020). Tinjauan hukum islam mengenai jual beli online. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(01), 52. <https://doi.org/10.30868/ad.v4i01.616>
- Silviah, N. M., & Lestari, N. D. (2022). Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 10(1), 96–112. <https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v10i1.295>
- Siti Hofifah. (2020). Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman di Ngebel Ponorogo ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 3(2), 37–44. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2020.vol3\(2\).6469](https://doi.org/10.25299/syarikat.2020.vol3(2).6469)
- Sri Handayani, & Asep Ramdan Hidayat. (2022). Tinjauan Fiqih Muamalah dan Perilaku Konsumen dalam Islam terhadap Transaksi Jual Beli Rumah dengan Sistem Borongan. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 61–68. <https://doi.org/10.29313/jres.v2i1.807>
- Sugiono. (2018). *Metode Penelitian*. Alfabeta.
- Ulum, M. (2020). Prinsip-Prinsip Jual Beli Online dalam Islam dan Penerapannya pada e-Commerce Islam di Indonesia. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 17(1), 49–64. <https://doi.org/10.34001/jdeb.v17i1.1115>
- Yunia, N. (2018). Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menjalankan Usaha Kecil. *Jurnal Aksioma Al-Musaqoh*, 1(1), 77–92.