

**Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional:
Studi Kasus Pasar Leuwiliang, Kab. Bogor**

Nurul Tari Rahmawati¹, Mulyadi Kosim², Sutisna³

^{1,2,3}Universitas Ibnu Khaldun Bogor

ntariraah@gmail.com¹, mulyadikosim07@gmail.com², atn.sutisna@gmail.com³

ABSTRACT

Traditional market is a place that is able to bring together sellers and buyers to transact directly, which provides daily needs. When compared to super markets or other large stores that also provide basic needs, traditional markets have advantages that can be seen from the availability of much more complete materials at prices that are certainly more affordable. When viewed from an islamic perspective, the application of business ethics is a key or important point for traders to be successful. But unfortunately, not many people know about the proper application of business ethics based on islamic law. Seeing these problems is certainly a great interest to study more deeply about the application of islamic business ethics in buying and selling transactions that take place in traditional markets. The place that will later become the location of data collection is the leuwiliang market. The lack of public understanding, especially traders, regarding the existence of business ethics and islamic business ethics in the world of trade is certainly a big one. This could be based on several factors. Starting from selfishness or self-greed, the influence of the surrounding environment, and the lack of literacy from traders. Some people may already understand that it is not only office workers who have the rules, but also traders. Especially if the world of trade is with islamic values. This study uses a qualitative method by conducting interviews with traders and buyers in the leuwiliang traditional market. The results show that certain traders and buyers already know about islamic business ethics, but in practice there are still a handful of perpetrators who commit fraud such as lacking scales, hoarding goods, and monopolizing trade in the market. So it means, the application of islamic business ethics has not been fully implemented in the leuwiliang traditional market.

Keywords : *traditional markets, islamic business ethics, traders, buyers.*

ABSTRAK

Pasar tradisional merupakan sebuah tempat yang mampu mempertemukan penjual dan pembeli untuk bertransaksi secara langsung, yang menyediakan kebutuhan sehari-hari. Jika dibandingkan dengan super market atau toko besar lainnya yang juga menyediakan kebutuhan pokok, pasar tradisional memiliki keunggulan yang dapat dilihat dari ketersediaan bahan yang jauh lebih lengkap dengan harga yang tentunya lebih terjangkau. Jika dilihat dari perspektif keislaman, penerapan etika bisnis menjadi kunci atau poin penting bagi pedagang mendapat kesuksesan. Namun sayangnya, belum banyak orang mengetahui tentang penerapan etika bisnis berdasarkan syariat islam secara tepat. Melihat permasalahan tersebut tentu menjadi ketertarikan yang besar untuk mengkaji lebih mendalam mengenai penerapan etika bisnis islam dalam transaksi jual beli yang berlangsung di pasar tradisional. Tempat yang nantinya akan menjadi lokasi pemerolehan data adalah pasar leuwiliang. Kurangnya pemahaman masyarakat, khususnya pedagang, mengenai keberadaan etika bisnis maupun etika bisnis islam dalam dunia perdagangan tentu menjadi kekhawatiran yang cukup besar. Hal ini terjadi bisa didasarkan pada beberapa faktor. Mulai dari keegoisan atau keserakahan diri, pengaruh dari lingkungan sekitar, dan kurangnya literasi dari pedagang. Beberapa orang mungkin sudah memahami bahwa bukan hanya pekerja kantoran yang memiliki aturan, tetapi juga pedagang. Terlebih jika dunia perdagangan tersebut dikaitkan dengan nilai keislaman. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan cara melakukan wawancara

kepada pedagang dan pembeli di pasar tradisional leuwiliang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas pedagang dan pembeli sudah mengetahui tentang etika bisnis islam, namun dalam penerapannya masih ada segelintir pedagang yang melakukan kecurangan seperti memberi timbangan yang kurang, melakukan penimbunan barang tertentu, dan memonopoli perdagangan di pasar. Maka artinya, penerapan etika bisnis islam belum sepenuhnya diterapkan di pasar tradisional leuwiliang.

Kata kunci: pasar tradisional, etika bisnis islam, pedagang, pembeli.

PENDAHULUAN

Kegiatan perekonomian akan terus berputar dari waktu ke waktu. Perekonomian bahkan kerap kali dianggap sebagai masalah yang krusial untuk dibahas, mengingat kondisi perekonomian suatu negara akan menentukan nasib bangsa tersebut. Kegiatan perekonomian ini bisa terus berjalan berkat adanya dorongan dari beberapa faktor, salah satunya terjadinya proses perdagangan. Dunia perdagangan saat ini seolah menjadi pilihan paling tepat bagi masyarakat untuk menyambung hidup. Banyak orang beranggapan bahwa memperdagangkan suatu produk yang selalu dibutuhkan masyarakat, nantinya akan menghasilkan keuntungan yang lebih dari cukup.

Dunia perdagangan menjadi salah satu mata pencaharian yang dipilih masyarakat Indonesia untuk menunjang kehidupan. Di tengah perkembangan zaman seperti saat ini, banyak orang lebih memilih untuk menjual berbagai produk layaknya makanan, fashion, barang, dan lainnya, melalui media massa layaknya e-commerce. Meski dunia perdagangan menjadi incaran beberapa orang untuk menyambung hidup, namun sayangnya, tidak banyak orang yang rela dan mau untuk berdagang di pasar tradisional. Selain tempatnya yang dianggap kurang layak atau kumuh oleh beberapa orang, berdagang di pasar tradisional tentu membutuhkan tenaga dan waktu yang jauh lebih besar jika harus berjualan di rumah.

Pasar tradisional merupakan sebuah tempat yang mampu mempertemukan penjual dan pembeli untuk bertransaksi secara langsung, yang menyediakan kebutuhan sehari-hari. Mulai dari bahan masak, bumbu, peralatan masak, bahkan hingga perabot rumah tangga. Jika dibandingkan dengan super market atau toko besar lainnya yang juga menyediakan kebutuhan pokok, pasar tradisional memiliki keunggulan yang dapat dilihat dari ketersediaan bahan yang jauh lebih lengkap dengan harga yang tentunya lebih terjangkau.

Tidak hanya menampilkan keunggulan, namun pasar tradisional juga memiliki keunikan yang tidak dimiliki oleh toko besar lainnya. Meski ada pasar tradisional yang buka setiap hari, namun di beberapa wilayah, pasar tradisional hanya buka di waktu tertentu. Misalnya saja di wilayah Jawa Tengah atau Yogyakarta, ada beberapa pasar yang buka hanya mengikuti hari jawa. Misalnya pasar wage, pasar kliwon, pasar pon, dan sebagainya. Misalnya pasar A buka hanya di hari wage, maka di hari lain pasar tersebut tutup.

Keunikan lain juga diperlihatkan dari proses transaksinya. Meski proses transaksi ini terbilang cukup kuno, namun pembayaran cash atau langsung masih diterapkan di pasar tradisional. Seseorang yang terus mengandalkan perkembangan zaman untuk melakukan transaksi tentu harus bisa menyesuaikan diri dengan membawa uang sebelum bepergian. Di tempat ini, tak ada satu pun pedagang yang menawarkan proses pembayaran melalui dompet digital, kredit, atau debit.

Dalam pelaksanaan proses perdagangan, seorang penjual yang merupakan sosok pebisnis tentu saja harus memahami norma atau etika dalam berdagang. Penerapan etika bisnis yang tepat tentu akan mempengaruhi keberuntungannya dalam memperdagangkan produknya. Seorang penjual secara garis besar harus bersikap jujur dalam memberikan pernyataan mengenai apa pun, bersikap baik dan sopan dalam menangani pembeli, dan mengucapkan terima kasih meski konsumen yang dihadapi memberikan kesan yang kurang baik.

Berbeda tempat tentu akan berbeda pelayanannya. Istilah tersebut mungkin bisa dikaitkan dengan penerapan etika bisnis yang terjadi di lingkungan pasar tradisional dan toko besar. Jika di toko besar setiap pegawainya sudah dilatih untuk bersikap baik dan memberikan pelayanan terbaik untuk pembeli, ilmu tersebut tentu tidak diperoleh penjual yang berdagang di pasar tradisional. Mereka hanya bisa mengandalkan kemampuan yang dimilikinya dan pengalaman yang ada dalam menangani pelanggan.

Jika dilihat dari perspektif keislaman, penerapan etika bisnis menjadi kunci atau poin penting bagi pedagang mendapat kesuksesan. Namun sayangnya, belum banyak orang mengetahui tentang penerapan etika bisnis berdasarkan syariat Islam secara tepat. Melihat permasalahan tersebut tentu menjadi ketertarikan yang besar untuk mengkaji lebih mendalam mengenai penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli yang berlangsung di pasar tradisional. Tempat yang nantinya akan menjadi lokasi pemerolehan data adalah pasar Leuwiliang.

Kurangnya pemahaman masyarakat, khususnya pedagang, mengenai keberadaan etika bisnis maupun etika bisnis Islam dalam dunia perdagangan tentu menjadi kekhawatiran yang cukup besar. Hal ini terjadi bisa didasarkan pada beberapa faktor. Mulai dari keegoisan atau keserakahan diri, pengaruh dari lingkungan sekitar, dan kurangnya literasi dari pedagang. Beberapa orang mungkin sudah memahami bahwa bukan hanya pekerja kantor yang memiliki aturan, tetapi juga pedagang. Terlebih jika dunia perdagangan tersebut dikaitkan dengan nilai keislaman.

Di dalam Al-Qur'an telah dijelaskan mengenai poin penting yang menjadi bagian dari etika bisnis Islam dan dapat dikaitkan dengan keberadaan etika bisnis Islam di tengah dunia perdagangan. Seperti firman Allah dalam Q.S An-Nisa ayat 29

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا

Yang artinya : *"Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling membagi harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang*

berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang." Q.S. An-Nisa ayat 29.

Melalui ayat tersebut tentu menjadi gambaran bahwa Allah saja memperhatikan setiap detail dalam setiap kehidupan, termasuk dalam dunia perdagangan, di mana beberapa orang bertindak curang dengan mengambil keuntungan yang cukup besar demi memenuhi keserakahan diri.

Faktanya kecurangan yang terjadi di pasar tradisional belum sepenuhnya terhapuskan, seperti penelitian yang dilakukan oleh Athar (2020) menemukan bahwa belum semua pedagang di pasar tradisional Binjai Sumatera Utara menerapkan etika bisnis islam dalam berdagangnya dilihat dari adanya 17 orang (20%) dalam kategori kurang baik. Selaras dengan penelitian ini, hasil penelitian oleh Haryanti dan Wijaya (2019) mengungkapkan bahwa masih ada penyimpangan yang dilakukan oleh pedagang di pasar Tradisional Tasikmalaya seperti melalaikan shalat, kecurangan dalam timbangan, pedagang kurang jujur, batas kadaluarsa barang tidak jelas, dan adanya produk olahan makanan yang menambahkan formalin/borax.

Namun di pasar yang berbeda ada penelitian yang menemukan fakta bahwa sudah diterapkannya etika bisnis islam. Penelitian yang dilakukan oleh Nilaya dan Fauzi (2020) mengungkapkan bahwa sebagian besar pedagang di pasar Pancasila Tasikmalaya sudah menerapkan etika bisnis islam.

Kemudian penelitian oleh Rosmitha dan Bimantara (2020) di pasar Tradisional Giwangan terdapat beberapa indikator yang telah berjalan sesuai dengan etika jual beli Islami, yaitu kejujuran dalam hal kualitas dan takaran timbangan, terjadinya persaingan sehat, menjaga kualitas kehalalan barang dagangan, menepati janji kepada konsumen, dan pelayanan yang ramah serta baik hati.

Selanjutnya penelitian oleh Tiakol, Wahab,& Syaharuddin (2019) menyimpulkan bahwa mayoritas pedagang barang campuran di pasar Gamalama Kota Ternate telah memahami etika bisnis Islam dan menerapkan konsep etika bisnis Islam sebagaimana yang dicontohkan oleh Rasulullah saw,dalam berdagang. Kemudian berdasarkan pemahaman dan penerapan konsep etika bisnis Islam yang telah dipahami dan diterapkan oleh sebagian pedagang di pasar Gamalama Kota Ternate sebagaimana yang dicontohkan oleh Rasulullah saw., maka penerapan etika bisnis Islam dapat membentuk sikap kejujuran, keadilan,serta suka sama-sama suka dalam berdagang.

Dari beberapa penelitian sebelumnya dapat dilihat bahwa ada pedagang di pasar tradisional yang sudah menerapkan dan ada sebagian pasar yang belum sepenuhnya menerapkan etika bisnis islam. Kemudian belum adanya penelitian lebih jauh mengenai penerapan etika bisnis islam di pasar tradisional daerah kabupaten Bogor.

Kabupaten Bogor adalah sebuah Kabupaten di Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Ibukotanya adalah Cibinong. Kabupaten ini berbatasan dengan Kabupaten Tangerang (Banten), Kota Depok, Kota Bekasi, dan Kabupaten Bekasi di utara, Kabupaten Karawang di timur, Kabupaten Cianjur dan Kabupaten Sukabumi di selatan, serta Kabupaten Lebak

(Banten) di barat. Kabupaten Bogor terdiri 40 kecamatan yang dibagi lagi atas sejumlah kelurahan dan desa.

Dengan luas wilayah $\pm 2.664 \text{ km}^2$, kabupaten Bogor memiliki banyak sarana dan prasarana termasuk beberapa pasar tradisional besar di wilayahnya. Diantara banyaknya pasar tradisional di Kabupaten Bogor, Pasar Leuwiliang yang memiliki luas tanah 21.714 m^2 dan luas bangunan 11.466 m^2 , dengan jumlah kios sebanyak 591 dan jumlah pengusaha sebanyak 359 menjadikan pasar Leuwiliang sebagai pusat perdagangan terbesar dan teramai di wilayah Barat. Selain itu, hal ini didukung pula oleh lokasi pasar Leuwiliang yang strategis sehingga menjadi pasar penyuplai kebutuhan bagi kecamatan Cigudeg, Jasinga, Pamijahan, Cibungbulang, dan Tamansari. Dalam jangka Panjang, pasar Leuwiliang akan direncanakan menjadi pasar Induk yang diharapkan akan berimbas pada meningkatnya kesejahteraan masyarakat.

Tentu selain didukung faktor wilayah yang strategis, jumlah kios dan pengusaha yang banyak, dan menjadi pasar penyuplai kebutuhan di kecamatan lain, Pasar leuwiliang mempunyai keunggulan lain dari sisi Sumber Daya Manusia (SDM) dalam hal ini yakni penjual/pedagang, sehingga minat konsumen berbelanja di pasar Leuwiliang besar. Salah satu nya yaitu pedagang harus memperhatikan dan menerapkan etika bisnis islam dalam berniaga, untuk itu penelitian ini perlu dilakukan mengingat banyaknya kelebihan yang dimiliki pasar Leuwiliang.

Maka atas fenomena fenomena yang terjadi sehingga jurnal ini membahas tentang Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional (Studi kasus : Pasar Leuwiliang, Kab. Bogor)

TINJAUAN LITERATUR

Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika adalah suatu filsafat moral yang mana membicarakan tentang sikap dan perbuatan yang baik dan yang buruk. Etika berasal dari bahasa Yunani yaitu "ethos" yang memiliki arti adat, kebiasaan, dan cara bertindak. Sedangkan , Bisnis diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia guna memperoleh pendapatan atau penghasilan dalam upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan hidup dengan mengelola sumber daya ekonomi yang dilakukan secara efektif dan efisien (Juliyani, 2016).

Etika ialah kaidah atau prinsip-prinsip yang mengatur hidup manusia, yang mana merupakan bagian dari filsafat yang didalamnya membahas tentang norma atau moralitas secara rasional dan kritis (Putritama, 2018).

Etika menurut Islam termasuk nilai dasar akhlak yang menjadi satu kesatuan dengan nilai dasar Islam lainnya, yakni aqidah dan syariah (Samad, 2018). Dengan berpandangan oleh etika, maka keputusan moral seseorang menjadi memiliki alasan karena keputusan yang diambil tersebut terlepas dari pengaruh sewenang-wenang melainkan dengan memperhatikan norma atau moral secara rasional (Sudarmanto, 2020).

Dengan demikian dapat diketahui bahwa, Etika bisnis merupakan suatu tata cara, norma, atau kaidah yang baik dalam menjalankan bisnis. Dalam Islam suatu bisnis pada

hakikatnya merupakan usaha manusia yang bertujuan guna mencari keridhaan dari Allah SWT. Suatu bisnis tidak hanya memiliki tujuan dalam jangka pendek, secara individual dan semata-mata demi keuntungan yang berdasarkan kalkulasi matematika, tetapi bisnis bertujuan jangka pendek sekaligus jangka panjang, yaitu dengan adanya tanggung jawab pribadi, Allah SWT, sosial masyarakat, serta negara. Sedangkan norma sendiri memiliki arti yang mana sebagai petunjuk atau perintah, dan setidak-tidaknya menjadi sebuah harapan.(Fajrillah, 2020).

Jual Beli dalam Islam

Jual beli dalam istilah bahasa Arab diambil dari kata *عَالَ بِي* (yang memiliki arti mengganti, menjual atau menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Seringkali dalam bahasa arab kata *عَالَ بِي* (diartikan kebalikannya yakni beli, jadi kata tersebut memiliki dua pengertian sekaligus, yakni “jual” dan “beli” (Hasan, 2003).

Beberapa ulama menjelaskan secara terminologi pengertian jual beli yakni: ulama hanafiyah mengartikan “saling menukar harta dengan harta yang sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat,” diartikan secara khusus sebagai ijab qabul atau saling memberikan barang antara penjual dan pembeli dan menetapkan harga. Menurut Abu Qudamah dan imam al-nawawi yaitu saling tukar menukar harta dalam bentuk pemindahan kepemilikan, menurut sayid sabiq saling menukar harta dengan dasar saling suka. Dan menurut Hasbi Ash-shiddieqy, akad yang di dalamnya terdapat penukaran harta dengan harta lain maka terjadilah pertukaran tetap. Sedangkan menurut buku Kompilasi Hukum Ekonomi Syari’ah, jual beli adalah pertukaran benda tertentu dengan benda lain dengan keridhaan antara kedua belah pihak.

Jual beli dalam Islam hukumnya adalah mubah atau boleh, dalam Islam telah diatur hukum terkait jual beli ini. Dasar hukum jual beli terdapat dalam Al-Qur’an surat Al-Baqarah ayat 275 :

الرِّبَاُ وَحَرَّمَ ٱلْبَيْعَ ٱللَّهُ وَٱلْحَلَّ

Artinya: “...Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...”

Dalam Islam, transaksi jual beli memiliki rukun dan syarat yang harus terpenuhi sehingga terbilang sah oleh syara. Menurut jumbuh ulama rukun jual beli di antaranya: 'aqidain (penjual dan pembeli), barang yang diperjual belikan, sighthat (ucapan ijab qobul), dan ada nilai tukar pengganti barang

Sedangkan syarat jual belinya antara lain: 1. Syarat orang yang berakad (Baligh, berakal, dan saling ridho) ; 2. Syarat sighthat (Ada kesesuaian antara ijab dan qabul ; Tidak dibatasi waktu ; Satu majlis) 3. Syarat objek transaksi (Keberadaannya jelas, Bermanfaat, dan dapat dimanfaatkan, dan ada yang memiliki) ; 4. Syarat nilai tukar pengganti barang/ harga barang (Harga yang disepakati harus jelas, Barang boleh diserahkan pada waktu akad, Barang yang dijual atau ditukarkan tidak boleh barang yang dilarang oleh hukum syara).

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dimana penelitian ini ialah yang mendeskripsikan makna dan mengajarkan pemahaman, pengertian tentang suatu fenomena, kejadian, ke dalam aktivitas manusia dengan terlibat secara langsung atau tidak langsung dalam penelitian yang dilakukan (Muri, 2014). Metode ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan yakni untuk mengetahui bagaimana penerapan etika bisnis islam yang dilakukan di pasar Leuwiliang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemahaman Pedagang dan Pembeli di Pasar Tradisional Leuwiliang mengenai Etika Bisnis Islam

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada 8 orang pedagang, diketahui sebagai berikut:

Mengenai pemahaman dan penerapan Etika Bisnis Islam pedagang 1 mengaku kurang paham seluruhnya, "kurang paham seluruhnya saya asal jualan saya yang saya tahu. Sepengetahuan saya yang penting kalau nawar asal gak sama sama menggunjing di akhir." Namun meskipun begitu, pedagang 1 mengetahui bahwa berdagang merupakan aktifitas yang bernilai ibadah, "ya, paham karena kita bekerja halal".

Pedagang 2 mengaku sudah memahami sedikit mengenai Etika Bisnis Islam, "ya saya memahami sedikit walaupun banyak yang masih belum saya ketahui, saya menerapkan etika bisnis islam dengan cara memberi barang yang berkualitas, bersikap jujur dan murah hati" pedagang 2 pun paham betul bahwa berdagang bernilai ibadah, "ya paham, karena berdagang ini mencari Ridho Allah dengan segala sesuatu di dunia ini."

Pedagang 3 mengaku memahami beberapa aspek tentang Etika Bisnis Islam dan sudah menerapkannya dengan cara menjual barang yang berkualitas, jujur, murah hati, dan tidak ada unsur riba didalamnya, seperti keterangannya "Ya saya paham beberapa hal mengenai etika bisnis Islam, saya selalu memberi barang yang berkualitas, bersikap jujur, murah hati dan tidak ada unsur riba disini" pedagang 3 juga mengungkapkan bahwa berdagang merupakan kegiatan bernilai ibadah, "ya paham karena kita sesuai tuntutan dan mencari Ridho-Nya".

Pedagang 4 mengaku kurang memahami Etika Bisnis Islam, seperti penjelasannya "Kurang paham sih, saya ya asal dagang saja yang ada. Yang saya tahu memberi barang yang berkualitas dan jujur utamanya."

Sama halnya dengan pedagang 4, pedagang 5 pun memberikan penjelasan yang tidak jauh berbeda "kurang paham, saya hanya jual yang bisa saya jual yang penting berlaku jujur dan memberikan barang yang baik dan bagus tapi saya paham berjualan itu ibadah karena tujuannya untuk memberi nafkah untuk keluarga dirumah."

Pedagang 6 dan 7 mengatakan bahwa ia kurang paham mengenai Etika Bisnis Islam, menurutnya asalkan berjualan dilakukan atas dasar suka sama suka. Seperti yang beliau katakan "kurang paham, jadi saya asal jualan saya. Yang penting atas suka sama

suka artinya pembeli dan pedagang tidak saling gunjing tentang harga suatu barang". Namun pedagang 6 paham betul bahwa berjualan bernilai ibadah.

Pedagang 8 mengaku sangat memahami penerapan Etika Bisnis Islam, seperti penuturannya "Alhamdulillah saya memahaminya, saya terapkan itu dengan cara menjual barang dengan kualitas terbaik, saya juga melayani konsumen dengan sabar dan ramah, saya selalu tersenyum dan saya juga paham bahwa bergadag adalah ibadah karena kita mencari Ridho Allah".

Sementara itu berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada 5 orang pembeli, diketahui sebagai berikut:

Pembeli 1 mengaku sedikit memahami Etika Bisnis Islam, "sedikit memahami tentang tata cara transaksi yang dianjurkan Rasulullah SAW, menganjurkan bahwa kita harus jujur saat menjadi pembeli agar kehidupan kita menjadi berkah."

Pembeli 2 mengaku sedikit mengetahui Etika Bisnis Islam, "sedikit mengetahui, minimal kita harus jujur" selain jujur, sebagai pembeli juga harus bersikap Amanah, seperti penuturan pembeli 3 "kurang memahami, tapi saya tau salah satunya seperti Amanah di perjual belian".

Pembeli 4 dan pembeli 5 mengaku mengetahui tentang Etika Bisnis Islam, bahwa dalam bertransaksi harus memenuhi aspek yang telah Rasulullah contohkan, seperti pembeli harus menghormati dan menghargai pedagang dan tetap bersikap sopan walaupun pembeli adalah raja namun akan sangat tenang bila keduanya saling menghargai dan mengasihi, "saya memahami betul bahwa pembeli adalah raja, namun bukan berarti kita oleh bersikap seenaknya kepada penjual. Kita harus menghargai dan ramah, serta tidak menawar harga dagangan berlebihan".

Penerapan Etika Bisnis Islam di Pasar Tradisional Leuwiliang ditinjau dari sisi Pedagang dan Pembeli

a. Penerapan Etika Bisnis Islam dari sisi Pedagang

Dalam menerapkan Etika Bisnis Islam dapat dilihat dari beberapa aspek, antara lain aspek kejujuran (Shidiq), dapat dipercaya (Amanah), Cerdas dan bertanggungjawab (Fathanah), Ramah dan komunikatif (Tabligh).

Pedagang 1, untuk aspek kejujuran saat ditanya mengenai "pernahkah melakukan kecurangan penimbangan?" maka dijawab "Pernah, ada kalanya saat ekonomi atau harga sedang melonjak ada aja ujiannya jadi pernah melakukan kecurangan itu." Kemudian mengenai kejujuran tentang kondisi produk yang akan dijual, pedagang 1 mengutarakan "pasti, untuk kondisi produk pasti lebih diutamakan agar dapat kepercayaan pembeli dan kepuasannya belanja di toko ini."

Untuk aspek Amanah, dengan pertanyaan "apakah pedagang selalu menepati janji dalam berdagang?" dijawab "nama nya berdagang kan kondisi ga pasti, kalau barang sudah ada sesuai yang saya janjikan ya saya tepati, kalau belum ada ya saya ungkapkan alasan yang sebenarnya", kemudian mengenai monopoli produk, pedagang 1 mengungkapkan bahwa masih ada praktik monopoli yang dilakukannya, sebagaimana pengakuannya "ya,

saya memonopoli barang dagangan karena dengan itu saya mendapatkan Sebagian untungnya (mendapat untung yang lebih besar)". Mengenai penimbunan barang, pedagang 1 mengakui masih melakukan penimbunan barang, "ya, ada beberapa jenis barang dagangan yang saya timbun".

Untuk aspek Fathanah (cerdas dan bertanggungjawab), mengenai pengetahuan seputar produk yang ia jual, pedagang mengaku sudah mengetahui dan dapat memberikan informasi kepada pembeli tentang barang yang dijualnya, "jelas, kalau tidak tahu info barang yang saya jual pasti tidak akan laku", mengenai kepuasan pelanggan/pembeli, pedagang 1 sudah melayani dengan baik dan mengatasi complain dari pembeli dengan cara menerima, mendengarkan, dan diberikan penjelasan yang sejujur-jujurnya.

Untuk aspek Tabligh (ramah dan komunikatif) dalam berdagang, pedagang 1 melakukan prinsip suka sama suka, ia akan menjual barang yang menurutnya mempunyai harga yang pas dan dapat diterima oleh kedua belah pihak saat berlangsung proses tawar-menawar, "mungkin kalau nawar kali ya, kalau suka sama sama harga nya pas, saya lepas". Untuk barang yang cacat pedagang 1 mengaku menjual dengan harga jauh lebih murah dan pembeli menerimanya, kemudian untuk barang yang sudah kadaluarsa terkadang pedagang pun tidak melihat tanggal kadaluarsa di produk tersebut. Mengenai pelayanan, pedagang 1 cepat tanggap agar tidak menumpuk antrian, "ya kalau bisa secepat mungkin agar tidak antri dan memberikan kepuasan melayani yang baik."

Pedagang 2 untuk aspek kejujuran mengaku selalu jujur "Alhamdulillah belum pernah melakukan pemalsuan timbangan, karena saya bekerja mencari Ridho-Nya" dan selalu memberikan barang dengan produk terbaik "ya pastinya, karena saya tidak mau pembeli kecewa".

Untuk aspek Amanah, pedagang 2 mengaku selalu menepati janji "saya berusaha bersikap apa adanya, kalau ada ya pasti selalu ditepati" dan mengakui bahwa kurang mengetahui tentang praktik monopoli suatu barang, "saya kurang tahu monopoli, jalani saja", namun untuk penimbunan barang ia mengaku bahwa kerap menyimpan barang yang tengah banyak dicari orang, "ya, ada beberapa jenis barang yang banyak dicari orang"

Untuk aspek Fathanah, pedagang 2 mengaku berusaha menjelaskan dengan detail mengenai produk yang dijualnya kepada pelanggan, "saya berusaha menjelaskan dengan sangat jelas, karena dengan begitu maka barang saya laku terjual" selalu bersikap ramah, seperti penuturannya "ya saya melayani dengan baik sampai terpenuhi apa yang mau dibeli dengan senyum"

Untuk aspek Tabligh, pedagang 2 mengaku selalu bertanggungjawab atas barang yang dijualnya terutama jika barang tersebut terdapat kecacatan/kerusakan, "kalau ada barang cacat saya jual murah, kalau ada yang mau saya jelaskan kondisi barang ini cacat, kalau barang ini kadaluarsa saya buang meskipun rugi."

Pedagang 3 untuk aspek kejujuran mengaku sempat berbuat curang dalam timbangan terutama saat sedang ramai pembeli yang menghampiri, "Kadang tidak sengaja memberikan timbangan yang kurang, terutama saat lagi ramai pembelinya"

Untuk aspek Amanah ia mengaku dapat dipercaya dengan selalu menepati janji, dan tidak melakukan monopoli walaupun rasa ingin menguasai pasar itu ada, “saya tidak monopoli barang dagangan walaupun rasa ingin menguasai itu tetap ada”

Untuk aspek Fathanah, ia mengaku selalu menjelaskan produknya kepada pembeli dan selalu menerima kritikan pembeli dengan hati terbuka, “saya sangat terima complain dan masukan dari pembeli dengan senang hati”

Untuk aspek Tabligh ia mengaku memberikan produk cacat dengan gratis “kalau produknya bocor itu saya kasih gratis aja kepada pembeli, kalau kadaluarsa sepertinya tidak pernah saya temukan.”

Pedagang 4 merupakan penjual beras mengaku belum melakukan kejujuran dalam hal timbangan, “terkadang iya melakukan kecurangan, walaupun saya tau itu salah”

Untuk aspek Amanah, pedagang 4 selalu menepati janji kepada pembeli dan tidak memonopoli perdagangan, “tidak, karena pedagang beras ada 2 di pasar”

Untuk aspek Tabligh, pedagang selalu memberikan informasi memadai agar konsumen puas “menjelaskan kualitas barang yang saya jual agar pelanggan puas dan akan kembali lagi ketoko saya, melayani dengan ramah. Kalau ada barang yang cacat seperti beras kutuan biasanya saya jual dengan harga murah”

Pedagang 5 mengaku kadang masih melakukan kecurangan, “terkadang ya, tergantung situasi yang ada”

Untuk aspek Amanah, dalam menepati janji selalu diusahakan namun untuk kondisi tertentu memang tidak dapat dipastikan, “kadang engga, karena untuk minyak kan seperti kemarin terjadi kelangkaan jadi saya tidak bisa prediksi dan memberikan janji kepada pelanggan”, pedagang 5 pun mengaku pernah melakukan monopoli terutama saat minyak susah ditemui, “iya pernah menimbun dan memonopoli untuk mengambil keuntungan, apalagi saat kondisi minyak langka seperti kemarin”

Untuk aspek Fathanah, pedagang 5 selalu menjelaskan produk yang ia jual, melakukan pelayanan terbaik agar pelanggan datang kembali.

Untuk aspek Tabligh, dalam menjual barang selalu memprioritaskan kepuasan pelanggan dan bila ada barang yang cacat seperti bocor dalam botol maka akan dijual murah dan tidak pernah menjual barang kadaluarsa “saya jual murah barang bocor tapi tidak pernah saya jual barang kadaluarsa”

b. Penerapan Etika Bisnis Islam dari sisi Pembeli

Pembeli 1 merasa bahwa aspek kejujuran yang ada di Pasar Leuwiliang sudah sesuai “iya, timbangan selalu sesuai. Saya selalu cek ulang” “saya juga menerapkan etika bisnis kok sebagai pembeli dengan cara bersikap ramah dan tidak semena-mena saat menawar harga”

Hal ini didukung oleh pembeli ke-2, ia menyebutkan bahwa pedagang di pasar Leuwiliang selalu menepati janji dan bertanggung jawab atas informasi mengenai barang “pedagang selalu menepati sih kalau sudah janji tentang barang datang dan informasi

tentang barang itu selalu akurat, jadi kita juga puas sebagai pelanggan” pembeli merasa bahwa di Pasar Leuwiliang sudah diterapkan etika Bisnis Islam.

Selanjutnya pembeli ke-3 memberikan tanggapan positif “kita antara pedagang dan pembeli sama-sama saling menghargai dan selalu jujur serta meniru ajaran dagang Rasulullah.”

Kemudian pembeli ke-4 menuturkan hal yang sama, bahwa yang membuat ia kembali berbelanja di pasar Leuwiliang salah satunya karena sudah diterapkannya etika Bisnis Islam, seperti pelayanan yang ramah dan memuaskan, “kita saling membutuhkan, saya membutuhkan barang dan pedagang membutuhkan uang jadi ya kita saling mengerti satu sama lain. Bersikap ramah.”

Keterangan yang diberikan oleh pelanggan semakin memperkuat bahwa sudah diterapkannya Etika Bisnis Islam di pasar Leuwiliang. Meskipun begitu masih ada segelintir pedagang yang melakukan kecurangan seperti pengurangan jumlah timbangan dan penimbunan barang/produk tertentu demi meraup keuntungan lebih, tentunya hal ini tidak dibenarkan oleh Allah. Namun Sebagian besar pedagang sudah berlaku jujur dan tidak melakukan perbuatan curang, artinya sudah sesuai dengan penerapan Etika Bisnis Islam.

4. Wawancara Keabsahan Data Kepada Penanggungjawab Pasar Leuwiliang

Dalam penelitian ini, dilakukan triangulasi data dengan melakukan validasi data kepada ketua penanggungjawab di Pasar Leuwiliang yaitu bapak Mulyadi S.E. Adapun hasil wawancara yang dilakukan adalah sebagai berikut :

Mengenai kejujuran pedagang dan pembeli di pasar Leuwiliang bahwa sampai saat ini belum adanya laporan tindak kecurangan/ketidakjujuran yang dilaporkan kepada penanggungjawab pasar, karena dalam bertransaksi pasti selalu ada kesepakatan antar pedagang dan pembeli, “Sebelumnya pasti ada persetujuan diantara mereka penjual dan pembeli, memelihara dan melapor kepada petugas dan kami untuk pengatasan belum pernah ada kasus seperti itu, dan artinya tidak ada masalah. Mungkin bisa saja dibawah itu terjadi seperti itu, tapi biasanya konsumen akan mengingat siapa pedagang yang melakukan kecurangan tersebut. Nah karena disini ada sekitar 2.000 pedagang, anggaplah misal kita kecewa ke satu pedagang sayuran, kita bisa pindah ke pedagang lain”. Sama halnya dengan percekcoakan, sampai dengan saat ini belum ada laporan kepada penanggungjawab atas complain yang dilakukan pembeli, “Kembali ke hal yang tadi, misalnya tidak cocok atas pembelian biasanya pembeli tidak pernah sampai complain ke pihak penanggungjawab pasar”

Menurut penanggungjawab pasar, sejauh ini sudah semaksimal mungkin menerapkan Etika Bisnis Rasulullah meskipun belum ter-realisasikan sepenuhnya, “Kita sudah berusaha menetapkan Etika Bisnis sesuai ajaran Rasulullah. Kita berusaha menjadi pengelola yang baik, dengan cara semaksimal mungkin melayani masyarakat meliputi pelayanan kepada pedagang maupun kepada pembeli. Contohnya menjaga keamanan pasar agar sedemikian rupa satpam dapat menjaga barang-barang yang menjadi asset

pedagang. Selain itu, di sisi kebersihan kita selalu membersihkan saat pedagang telah selesai berjualan. Sampah tersebut tim kami kumpulkan di pembuangan tertentu. Demikian pula dari segi pelayanan untuk pedagang, misalnya pedagang membutuhkan syarat administrasi untuk mengajukan tambahan modal ke bank, maka surat keterangan usaha tersebut kami buat agar mereka memiliki akses ke perbankan. Kita selalu mengupayakan pelayanan terbaik, jujur dan tanggung jawab”

Selain itu pengurus di pasar Leuwiliang juga memiliki wewenang sebagai mediator jika terjadi perselisihan. Seperti penuturan pihak penanggungjawab pasar “Contoh kasus perselisihan terjadi diantara pedagang, misalnya pedagang A memiliki jumlah barang yang melebihi kapasitas wilayah kios nya sehingga mengambil kios wilayah pedagang B, biasanya mereka menyelesaikan secara kekeluargaan. Jika hal tersebut belum dapat diatasi secara mandiri, maka sebagai pihak pengurus pasar kami bertindak sebagai mediator yangb melakukan mediasi diantara pedagang yang berseteru, biasanya kami bantu bagaimana agar tidak ada perselisihan Kembali dan permasalahan tersebut bisa selesai. Mereka menganggap pengelola sebagai orang tua mereka. terlepas dari umur ataupun status social. Karena pedagang menilai bahwa pengelola lebih paham, lebih mengerti, lebih mau mendengar. Intinya menjadi mediator ada mediasi perselisihan antar pedagang”

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada beberapa orang pedagang dan pembeli, dapat dilihat bahwa sebagian besar sudah memahami Etika Bisnis Islam dan sudah menerapkannya, meskipun masih ada sebagian kecil yang belum menerapkan.

KESIMPULAN

1. Mayoritas pedagang di pasar Tradisional Leuwiliang sudah memahami Etika Bisnis Islam yang meliputi aspek Kejujuran (Sidiq), dapat dipercaya (Amanah), cerdas dan bertanggungjawab (Fathanah), Ramah dan komunikatif (Tabligh).
2. Mayoritas pedagang dan pembeli sudah menerapkan Etika Bisnis Islam dengan cara bersikap jujur, menepati janji, bertanggung jawab atas barang yang dijual, serta memberikan pelayanan yang baik dan ramah terhadap pembeli. Begitu pula yang dilakukan pembeli, menerapkan etika Bisnis Islam dengan cara saling menghargai dan tidak semena-mena terhadap pedagang. Meskipun begitu, masih ada sebagian kecil pedagang yang belum menerapkan Etika Bisnis Islam, seperti masih mengurangi timbangan, menimbun barang, dan memonopoli perdagangan agar mendapat keuntungan yang lebih.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti memiliki saran sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini peneliti masih dibatasi oleh 13 responden yang terdiri dari 8 pedagang dan 5 pembeli, saran peneliti kedepannya bisa menggunakan responden yang lebih banyak.

2. Hasil penelitian ini menunjukkan masih adanya praktik kecurangan yang dilakukan pedagang walaupun hanya segelintir saja, namun hal ini harus diperbaiki mengingat pentingnya melakukan Bisnis sesuai ajaran Islam yang telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW. Bahwa kecurangan sekecil apapun tetap suatu perbuatan yang tidak baik. Harapannya ini dapat menjadi bahan pertimbangan agar pembeli lebih selektif dan teliti sebelum melakukan transaksi guna menghindari kecurangan oknum pedagang.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an

Abdurrahman al-Gharyani, Ash-shadiq, 2004, Fatwa muamalat as-asyaiah, Surabaya: Pustaka progressif

Akmal, R., Musa, A., & Ibrahim, A. (2020). Pengaruh religiusitas terhadap perilaku etika bisnis Islam pedagang pasar tradisional di Kota Banda Aceh. *Journal of Sharia Economics*, 1(1), 1-21.

Al-Jaziri, Abd.al-Rahman, 2003, Kitab Fiqh Ala al-Mazahib alArba'ah, Turki: Ikhlā Wakif.

Alwi Musa Muzaiyin, M. S. (2018). Perilaku Pedagang Muslim Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam (Kasus Di Pasar Loak Jagalan Kediri). *Qawānīn Journal of Economic Syaria Law*, 2(1), 70-94.

Al-Zuhaily, Wahbah, t.th, al-Fiqh al islami wa adilah, Juz IV, Mesir: Dar Fikr.

Assa'diyah, S. H. (2019). Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Di Kedawung Mojo Kediri.

Chairuman Pasaribu dan Suhwardi K. Lubis, 1996, Hukum Perjanjian dalam Islam, Jakarta: Sinar Grafika.

Dahlan, Abdul Azis, (editor), 1996, Ensiklopedi Hukum Islam, Jilid5, Jakarta: Ichtiar Barn van Hoeve.

Departemen Pendidikan Nasional, 2002, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta: Balai Pustaka.

Fajrillah (2020) Smart Entrepreneurship. Yayasan Kita Menulis. dri, Hadis} Ekonomi, Ekonomi Dalam Persepektif Islam Hadis} Nabi. h. 352

Irawan, H. (2017). Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).

- Jalalain, Ath-Thabari, al-Qurtubi, Riyadhus Salihin, Bulughul Maram, dan Asbabun Nuzul, (2010) h. 87
- Juliyani, E. (2016) „Etika Bisnis dalam Perspektif Islam“, Jurnal Ummul Qura, 7(1), pp. 63–74.
- Kementerian Agama RI, Laznah Pentashihan Mushaf al-Qur’an. Al-Qur’an Terjemah, Tajwid, dan Tafsir Per Kata, Ringkasan Tafsir Ibnu Kasir, Masduki, Nana, 1987. Fiqh Mu’amalah Madiyah. Bandung: IAIN Sunan Gunung Djati
- Muhammad Baqir al-Sadr, Keunggulan Ekonomi Islam: Mengkaji Sistem Ekonomi Barat dengan pemikiran Sistem Ekonomi Islam, (Jakarta: Pustaka Zahra, 200, M) h. 169
- Muhammad Syafi’I Antonio, Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik, (Jakarta: Gema Insani Pers, 200 M) h. 9
- Muhammad Syafi’I Antonio, Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik. h. 55
- Putritama, A. (2018) „Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Industri Perbankan Syariah“, Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen, 7(1), pp. 1–20.
- Samad, M. (2018) Etika Bisnis Syariah: Berbisnis Sesuai Dengan Moral Islam. Yogyakarta: Sunrise Book Store.
- Sudarmanto, E. (2020) Etika Bisnis. Yayasan Kita Menulis.
- Suhendi, Hendi, 2007, Fiqh Muamalah, Jakarta: Raja Grafindo persada