

PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM TRANSAKSI JUAL BELI CABE MERAH(STUDI KASUS DI PASAR TRADISIONAL DESA KABUL KECAMATAN PRAYA BARAT DAYA LOMBOK TENGAH)

Windi Aprianti Irwan ¹,

¹Institut Agama Islam Qamarul Huda

windiapriantiirwa@gmail.com ¹

ABSTRAK

Etika bisnis Islam merupakan seperangkat nilai yang mengatur perilaku pelaku usaha berdasarkan prinsip-prinsip moralitas yang bersumber pada Al-Qur'an dan hadis, seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku pedagang serta penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli cabe merah di pasar tradisional Desa Kabul, Kecamatan Praya Barat Daya, Lombok Tengah. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan sumber data primer dan sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian pedagang sudah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam seperti kejujuran dan keadilan dalam transaksi. Namun demikian, masih terdapat pedagang yang belum sepenuhnya konsisten menerapkan prinsip tersebut dalam praktik sehari-hari. Penerapan etika bisnis Islam yang baik berpotensi meningkatkan kepercayaan pembeli dan menciptakan transaksi yang lebih adil serta berkeadilan.

Kata Kunci: etika bisnis Islam, transaksi jual beli, pasar tradisional, cabe merah, Desa Kabul

ABSTRACT

Islamic business ethics is a set of values that regulates the behavior of business actors based on moral principles derived from the Qur'an and Hadith, such as honesty, justice, and responsibility. This study aims to examine the behavior of traders and the application of Islamic business ethics in red chili trading transactions at the traditional market in Kabul Village, Praya Barat Daya Sub-district, Central Lombok. This research employs a field study approach with qualitative methods. Data were collected through interviews, observations, and documentation using both primary and secondary sources. The findings show that some traders have implemented principles of Islamic business ethics such as honesty and fairness in transactions. However, there are still traders who have not fully applied these principles consistently in daily practice. Proper implementation of Islamic business ethics has the potential to increase buyer trust and create fairer and more ethical transactions.

Keywords: *Islamic business ethics, trading transactions, traditional market, red chili, Kabul Village*

I. PENDAHULUAN

Dalam kehidupan manusia sebagai makhluk sosial, etika menjadi salah satu aspek fundamental yang tak terpisahkan dari setiap aktivitas sehari-hari. Etika berfungsi sebagai pedoman dalam membedakan yang baik dan buruk, membantu individu dalam mengambil keputusan yang lebih bijak sebelum melakukan serangkaian tindakan. Penerapan nilai-nilai etika tidak hanya bersifat normatif atau larangan-larangan semata, melainkan merupakan hasil akumulasi kecerdasan manusia dalam memahami dan mengoperasionalkan prinsip-prinsip kebaikan (Buchari Alma, 2003).

Dalam konteks ekonomi, etika menjadi elemen penting dalam memastikan aktivitas bisnis berlangsung secara adil dan manusiawi. Bisnis pada dasarnya adalah kegiatan produksi, distribusi, penjualan, atau pertukaran barang dan jasa dengan tujuan memperoleh keuntungan. Namun keuntungan tidak boleh dicapai dengan mengabaikan nilai-nilai moral. Dalam Islam, etika bisnis memiliki dimensi yang lebih luas, yakni menanamkan akhlak mulia dalam praktik bisnis sesuai ajaran Al-Qur'an dan hadis, sehingga pelaku usaha tidak hanya mengejar keuntungan duniawi semata, tetapi juga ridha Allah SWT (Abdul Azis, 2013).

Etika bisnis Islam secara konseptual memiliki peran sebagai sistem pengendali (controlling system) dalam aktivitas ekonomi, memastikan seluruh transaksi mematuhi prinsip-prinsip syariah. Hal ini menegaskan bahwa bisnis bukan sekadar aktivitas ekonomi, melainkan ibadah sosial yang memerlukan tanggung jawab moral. Etika bisnis Islam bertujuan mencegah perilaku zalim, kecurangan, dan penindasan, sekaligus mendorong keadilan, tolong-menolong, serta kerja sama yang baik (Ika Yunia Fauzia, 2013; Muhammad Djakfar, 2008).

Prinsip-prinsip etika bisnis Islam bersumber dari ajaran Rasulullah SAW yang mencontohkan sifat-sifat mulia dalam berdagang. Nabi Muhammad dikenal sebagai pedagang terpercaya yang mempraktikkan sifat siddiq (jujur), tabligh (terbuka dan komunikatif), amanah (dapat dipercaya), dan fathanah (cerdas). Siddiq berarti jujur tanpa kebohongan, penipuan, atau pengkhianatan dalam transaksi. Tabligh menekankan keterbukaan informasi dan kemampuan berdakwah secara santun kepada mitra bisnis. Amanah menuntut keandalan dan integritas dalam memegang kepercayaan. Fathanah mengharuskan pelaku usaha memiliki pengetahuan luas, kemampuan analitis, serta inovasi dalam mengelola usahanya (Mustaq Ahmad, 2001; Muhammad Ali Hasan, 2004).

Dalam praktiknya, aktivitas perdagangan merupakan salah satu bentuk muamalah yang bersifat horizontal (*hablum minannas*) dan mendapat perhatian khusus dalam ekonomi Islam. Islam memandang perdagangan bukan hanya sebagai sarana pemenuhan kebutuhan hidup, tetapi juga sebagai medan pengabdian sosial yang menuntut keadilan, transparansi, dan

kejujuran (Ammi Nur Baits, 2022). Pasar sebagai tempat pertemuan antara penjual dan pembeli memegang peranan vital dalam sistem ekonomi masyarakat. Dinamika pasar mencerminkan aktivitas ekonomi riil dan menjadi sarana interaksi sosial yang mendukung kesejahteraan bersama (Tambunan, 2020).

Namun demikian, tantangan dalam penerapan etika bisnis di pasar tradisional tidak dapat diabaikan. Dalam beberapa kasus, pedagang masih melakukan praktik curang demi meraih keuntungan yang lebih besar, seperti mencampur barang berkualitas baik dengan yang lebih rendah. Kurangnya keramahan dan layanan yang kurang bersahabat juga mencerminkan belum sepenuhnya terinternalisasinya nilai-nilai etika bisnis Islam dalam praktik jual beli (Hasil Pengamatan Langsung). Hal-hal semacam ini tidak hanya merugikan konsumen, tetapi juga melemahkan kepercayaan masyarakat terhadap pasar tradisional (Mulyadi, 2020; Ambar Wati et al., 2019).

Penelitian ini berfokus pada penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli cabai merah di Pasar Tradisional Desa Kabul, Kecamatan Praya Barat Daya, Lombok Tengah. Cabai merah dipilih karena merupakan salah satu kebutuhan pokok rumah tangga yang tingkat permintaannya tinggi, sehingga rentan dijadikan objek kecurangan oleh pedagang demi keuntungan lebih. Berdasarkan pengamatan, ditemukan beberapa pedagang yang mencampur cabai merah dengan cabai hijau atau menolak memberikan informasi jujur kepada pembeli. Selain itu, terdapat pedagang yang bersikap kurang ramah atau kesal ketika hanya ditanya tanpa terjadi transaksi pembelian.

Pasar Tradisional Desa Kabul sendiri memiliki sekitar 150 pedagang dengan berbagai jenis dagangan mulai dari sembako, buah-buahan, pakaian, hingga perlengkapan rumah tangga. Keberadaan pasar ini sangat penting bagi masyarakat lokal dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, sekaligus menjadi sumber penghidupan banyak keluarga (Nasution et al., 2020). Oleh karena itu, penerapan etika bisnis Islam di pasar tradisional menjadi sangat penting untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, memperkuat perekonomian lokal, serta menegakkan prinsip keadilan dalam transaksi.

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab dua rumusan masalah utama, yaitu: (1) bagaimana perilaku pedagang di Pasar Tradisional Desa Kabul Kecamatan Praya Barat Daya Lombok Tengah? dan (2) bagaimana penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli cabai merah di pasar tersebut? Penelitian ini diharapkan memiliki kegunaan teoritis dengan menambah khazanah keilmuan mengenai etika bisnis Islam dalam praktik jual beli di pasar tradisional, menjadi referensi bagi mahasiswa dan dosen untuk memahami kondisi riil di lapangan (Agus Arijanto, 2011). Selain itu, secara praktis penelitian ini diharapkan dapat

memberikan masukan kepada para pedagang tentang pentingnya etika bisnis Islam, memperkaya pengetahuan peneliti, dan memberikan informasi yang bermanfaat bagi masyarakat luas untuk mendorong penerapan etika bisnis Islam dalam aktivitas usaha sehari-hari (Supriyanto, 2005; Adiwarman A. Karim).

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif bersifat deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan fenomena sosial. (Iswandi Syaputra, 2015: 25) Penelitian kualitatif adalah penelitian yang mengasumsikan bahwa fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada seperti wawancara, pengamatan dan pemanfaatan dokumen. (Lexi J, 2001: 5) Penelitian kualitatif bertujuan untuk menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai fenomena sosial yang ada di masyarakat yang menjadi objek penelitian yang berupaya menarik realitas itu di permukaan sebagai, ciri, karakter, sifat, model, tanda atau gambaran tentang kondisi, situasi ataupun fenomena tertentu. (Burhan Bungin, 2007: 68)

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif yaitu penelitian yang menggambarkan atau melukiskan objek penelitian berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagai mana adanya. Penelitian deskriptif adalah salah satu jenis penelitian yang tujuannya untuk menyajikan gambaran lengkap mengenai setting sosial atau dimaksudkan untuk eksplorasi dan klarifikasi mengenai suatu fenomena atau kenyataan sosial, dengan jalan mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti antara fenomena yang diuji. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah menghasilkan gambaran akurat tentang sebuah kelompok, menggambarkan mekanisme sebuah proses atau hubungan, memberikan gambaran, menyajikan informasi dasar akan suatu hubungan, menciptakan seperangkat kategori dan mengklasifikasikan subjek penelitian, menjelaskan seperangkat tahapan atau proses, serta untuk menyimpan informasi mengenai subjek penelitian. (Burhan Bungin, 2007: 68)

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Wawancara Dengan Pedagang Dipasar Tradisional Desa Kabul Kecamatan Praya Barat Daya Lombok Tengah

a. Etika dengan Pelaku Bisnis Lainnya

Salah seorang penjual cabe dipasar minggu atau pasar tradisional Desa Kabul Kecamatan Praya Barat Daya Kabupaten Lombok Tengah. Jenis cabe yang ia jual adalah cabe rawit dan cabe keriting. Selain menjual cabe, ia juga menjual sayur-sayuran, biju-bijian, dan berbagai jenis ikan lainnya. Penjual yang peneliti temui

bernama Inaq Muhsin, ia sudah berjualan selama hampir 25 tahun. Usaha yang ia jalani merupakan usaha turun-temurun dari keluarganya. Modal awal yang beliau keluarkan sebesar Rp 5.000.000. Keuntungan rata-rata yang Inaq Muhsin terima naik turun. Beliau mengatakan “kalau masalah untung saya ambil sedikit-sedikit saja tergantung kondisi pasar yang sedang ramai atau tidaknya. Kalau saya mendapatkan barang dengan harga murah, saya jualnya murah, tapi kalau saya mendapatkan barang dengan harga mahal, saya juga menjualnya dengan harga mahal, Tergantung harga”. Ujarnya.

Untuk persaingan dengan pedagang lainnya, beliau menuturkan bahwa dipasar minggu ini semua pedagang berteman baik. Tapi jika ada pedagang lain yang menjual barang yang sama dengan harga yang lebih murah, maka semua pembeli pindah kesana, akan tetapi kembali ke rizki masing-masing.

b. Etika Melayani Pembeli

Kehidupan dikawasan pasar minggu atau pasar tradisional Desa Kabul Kecamatan Praya Barat Daya Lombok Tengah sangat menguntungkan bagi para pedagang maupun para pembeli di pasar tradisional tersebut. Selain pasar tersebut mudah dijangkau, juga memudahkan pembeli untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Ibu Jumi^{ah} adalah salah satu pedagang yang berdagang di pasar tradisional Desa Kabul. Inak Jumi^{ah} mulai berjualan sejak kecil, karena usaha yang Inak Jumi^{ah} jalani merupakan usaha turun temurun dari keluarga beliau. Selain menjual cabe merah, Inak Jumi^{ah} juga menjual berbagai macam ikan asin dan kacang-kacangan. Inak Jumi^{ah} menjual cabe merah dengan carakiloan dan tandingan. Harga cabe yang beliau jual tergantung harga yang beliau dapatkan dari petani cabai.

Etika Ibu Jumi^{ah} dalam melayani pembeli dari hasil pengamatan peneliti yaitu, beliau melayani pembeli dengan pelayanan yang baik, dan menawarkan barang dagangannya pada setiap pembeli yang lewat didepannya dengan cara yang sopan dan baik pula.

c. Etika Menentukan Harga

Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan Ibu Sudirman, seorang pedagang cabai merah dan pedagang sayur-sayuran di pasar minggu atau pasar tradisional Desa Kabul Kecamatan Praya Barat Daya Lombok Tengah. Ibu Sudirman berdagang di pasar minggu atau pasar tradisional Desa Kabul Kecamatan Praya Barat Daya Lombok Tengah pada setiap hari minggu. Pada hari senin, kamis dan jum^{at} Ibu

Sudirman berjualan di Desa Darek, sedangkan pada hari rabu, beliau berdagang di pasar Batu Jangkih.

Etika menentukan harga oleh Ibu Sudirman berdasarkan barang yang ingin pembeli beli atau tergantung pembeli ingin beli berapa banyak. Dalam menentukan harga, ibu Sudirman selalu memberikan harga kepada pembeli sama rata jika untuk kebutuhan sendiri, tapi berbeda jika pembeli ingin menjual kembali barang tersebut, tentunya ibu Sudirman akan memberikan harga yang lebih murah dikarenakan agar pembeli tersebut mendapatkan keuntungan dari barang tersebut. “Tapi jika semisal pembeli ingin menjual lagi barang tersebut, maka saya kasih harga lebih murah agar dia juga mendapatkan keuntungan” ujarnya.

2. Hasil wawancara dengan pembeli dipasar tradisional Desa Kabul Kecamatan Praya Barat Daya Lombok Tengah

Ibu Irat, seorang ibu rumah tangga yang bertempat tinggal di Desa Kabul. Jika masalah puas atau tidaknya berbelanja dipasar tradisional Desa Kabul, ibu Irat merasa puas, dikarenakan barang-barang yang ada disana hampir semuanya ada, terutama bagi ibu-ibu adalah sayuran, bumbu dapur, dan makanan pokok lainnya.

“selain barang-barang yang dibutuhkan lengkap, harganya juga lebih murah jika dibandingkan barang yang dijual dikios-kios. Selain itu, kita juga bisa tawarmenawar” ujarnya. “ketika kita merasa tidak puas pada pedagang yang satu dikarenakan harganya lebih mahal, kita bisa pindah ke pedagang yang lain yang lebih murah” tambahnya.

Untuk pelayanannya, ibu irat merasa puas dikarenakan beliau selalu mendapatkan pelayanan yang ramah dari para pedagang yang ada dipasar tradisional Desa Kabul, terlebih lagi jika mereka sudah saling kenal-mengenal

Untuk masalah masalah penerapan etika bisnis, ada beberapa pedagang yang sudah menerapkan dan masih ada diantara mereka yang belum menerapkannya. Akan tetapi yang beliau ketahui , lebih banyak pedagang yang telah menerapkan etika bisnis dalam melakukan transaksi jual beli.

Ibu Refan merupakan seorang ibu rumah tangga yang sering berbelanja ke pasar tradisional Desa Kabul. Meskipun rumahnya agak jauh dari pasar tersebut, dan harus menggunakan menggunakan sepeda motor untuk berbelanja kesana. Sama halnya dengan ibu Irat, alasan ibu Refan memilih berbelanja dipasar tradisional Desa Kabul adalah banyak tempat memilih barang yang ingin dibeli, sehingga ia merasa puas dalam berbelanja. Selain itu, pelayanan yang Ibu Refan dapatkan dapatkan juga bai selama ia berbelanja disana.

“jika masalah curang atau jujurnya saya tidak tau, yang penting saya menerima barang yang telah saya beli. Urusan jujur atau tidaknya, hanya dia (pedagang) tersebut yang tau” ujar Ibu Refan.

Ibu Jannah, seorang ibu rumah tangga yang merupakan salah satu pembeli di pasar tradisional Desa Kabul Kecamatan Praya Barat Daya Lombok Tengah. Beliau bertempat tinggal di Dusun Orok Solong yang berada tidak jauh dari tempat pasar tersebut. Beliau memilih berbelanja di pasar tradisional Desa Kabul karena di pasar tersebut beliau bisa mendapatkan barang-barang yang di butuhkan, bisa melakukan tawar-menawar dalam berbelanja, dan rumahnya juga tidak terlalu jauh dari pasar. “untuk kejujuran, kebanyakan dari para pedagang disana memang jujur, akan tetapi masih ada diantara mereka yang tidak jujur. Tapi bagi saya, perbuatan tidak jujur yang pedagang itu perbuat adalah urusan dia dengan yang maha tau” tuturnya.

Data pedagang yang ada di pasar minggu atau pasar tradisional Desa kabul kecamatan Praya Barat Daya Lombok Tengah.

No	Jenis Jualan	Jumlah
1	Pedagang Sembako	30 orang
2	Pedagang Buah-buahan	5 orang
3	Pedagang Kosmetik	9 orang
4	Pedagang Pakaian	72 orang
5	Pedagang Sepatu	3 orang
6	Pedagang Sepatu dan Sandal	5 orang
7	Pedagang Aksesoris	2 orang
8	Pedagang Garam	2 orang
9	Pedagang Perhiasan	1 orang
10	Pedagang Lauk Pauk	3 orang
11	Pedagang Bakso	2 orang
12	Pedagang Sabit, Pisau, Cangkul dan lain-lain	2 orang
13	Pedagang Tembakau	4 orang
14	Pedagang Snack	6 orang
15	Pedagang Al-Qur'an dan Buku Bacaan	1 orang
Total		150 orang

Berdasarkan hasil observasi yang diperoleh peneliti dari para pembeli, bahwa pedagang yang jujur atau tidaknya, mereka kurang tau. Akan tetapi pembeli ada yang menemukan penjual yang kurang ramah dalam melayani pembeli, yang ditandai dengan raut wajah yang kurang bersahabat sekitar 2 orang, pedagang yang mencampurkan cabe merah dengan cabe yang masih hijau berjumlah 3 orang, sedangkan pedagang cabai merah yang memiliki sikap yang ramah dan melayani pembeli berjumlah 6 orang.

3. Perilaku pedagang dipasar tradisional di Desa Kabul Kecamatan Praya Barat Daya Lombok Tengah

Dalam ruang lingkup jual beli, seorang pedagang mengejar profit merupakan suatu hal yang biasa dibidang sangat wajar, akan tetapi mencapai keuntungan tersebut tidak sembarangan perlu memperhatikan pihak lain. Salah satu bentuk perhatian tersebut yaitu dengan berperilaku etis dalam berdagang, kejujuran pedagang merupakan modal awal untuk tetap menjaga kelancaran usahanya. Kejujuran dalam menyampaikan informasi sangat dibutuhkan oleh pembeli atau konsumen.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti di pasar minggu atau pasar tradisional Desa Kabul dari segi perilaku pedagang dipaparkan bahwa telah banyak pedagang yang mengetahui tentang etika berdagang yang sesuai etika bisnis islam, Karena mereka mengetahui dengan menerapkan perdagangan berdasarkan etika bisnis islam akan membawa keberuntungan yang berkah.

Kemudian peneliti juga memaparkan mengenai cara para pedagang dalam melayani pembelinya, bahwasannya kebanyakan dari para pedagang tersebut melayani pembelinya dengan ramah, selaku menyapa pembeli yang menghampiri dagangannya, selalu memberikan senyuman kepada para pembelinya, meskipun masih ada pedagang yang kurang ramah. Sedangkan mengenai etika dengan pelaku bisnis lainnya, seorang pedagang menuturkan bahwa di pasar minggu atau pasar tradisional Desa Kabul semua pedagang berteman baik dan tidak saling menjatuhkan dalam berusaha. Bahkan jika ada pembeli yang menginginkan sesuatu, namun tidak terdapat ditempatnya, pedagang tersebut menyarankan pembeli untuk mencari ke tempat lain.

Peneliti juga menyaksikan langsung dari hasil penelitian, bahwasannya para pedagang memang tidak saling menjatuhkan atau menjelek-jelekkan pedagang lain. Tidak lupa juga ada seorang pedagang yang merasa kesal ketika barang dagangannya tidak jadi dibeli dikarenakan pembeli hanya bertanya atau menawar dagangannya. Peneliti juga melihat secara langsung dari hasil pengamatan yang dilakukan bahwa ada tawar menawar yang terjadi antara penjual dan pembeli mengenai barang dagangannya, bahkan tidak jarang

pedagang cabe merah melayani pembelinya dengan baik, ada juga yang melayani pembelinya sambil bercanda agar pembelinya merasa nyaman.

Berdasarkan analisis dari wawancara dan observasi yang dilakukan kepada pedagang dan pembelidi pasar tradisional Desa Kabul menurut kesesuaian prinsip etika bisnis yakni:

a. Menghindari Eksploitasi Barang

Bisnis yang baik adalah bisnis yang dijalankan dengan baik dan jujur, karena bisa dibangun atas dasar kepercayaan (trust). Oleh karena itu, transaksi bisnis tidak boleh dilakukan dengan cara menaikkan harga artificial atau memalsukan harga suatu produk untuk memperoleh keuntungan yang maksimum. Hal tersebut telah dipaparkan oleh pedagang cabe merah yang berada di pasar tradisional Desa Kabul Kecamatan Praya Barat Daya Lombok Tengah, bahwa ia hanya memperoleh atau mengambil sedikit keuntungan dari cabe yang dijualnya. Beliau juga mengatakan bahwa harga yang dipatoknya kepada pembeli berbanding sedikit dengan harga yang beliau peroleh dari petani cabe, sehingga beliau hanya mendapatkan keuntungan yang sedikit.

b. Menghindari Penjualan Produk Dengan Cara Yang Tidak Benar

Bisnis tidak boleh dilakukan dengan cara menimbun barang dengan tujuan agar terjadi kelangkaan di pasar yang berdampak pada meningkatkan harga barang yang mengharuskan konsumen untuk membeli karena terpaksa dikarenakan tidak ada produk alternatif lain. Islam sangat tegas tentang kejujuran, karena pengaruhnya sangat besar apabila pedagang bersikap jujur maka sudah pasti banyak pembeli yang senang terhadapnya. Sebaliknya, jika pedagang tidak jujur maka pembeli pun tidak akan senang, dan itu bisa berdampak pada perdagangannya.

c. Mendorong Pesaingan yang Sehat

Persaingan sehat merupakan kompetisi yang dilakukan oleh individu yang mana tidak ada cara kotor untuk menjatuhkan lawannya. Di pasar pun persaingan sehat antar dagang harusnya diterapkan agar tidak saling merugikan, dengan cara tidak menjelek-jelekkan barang dagangan dari pedagang lain kepada para pembeli. Seperti yang disampaikan oleh seorang pedagang yang ada di sana “wajar jika ada persaingan di pasar, namanya juga menjual barang yang sama. Namun kembali kepada rizki masing-masing”.

Sebagian besar pedagang sudah banyak yang menerapkannya, meskipun masih ada di temukan pedagang yang suka menjelek-jelekkan pedagang lain. Seperti yang

di ungkapkan seorang pembeli di pasar tradisional Desa Kabul, beliau menyatakan pernah menemukan pedagang yang seperti itu karena agar dagangannya dibeli.

4. Penerapan etika bisnis dalam transaksi jual beli cabe merah di pasar tradisional Desa Kabul Kecamatan Praya Barat Daya Lombok Tengah

Dari hasil penelitian tentang penerapan etika bisnis dalam transaksi jual beli cabe merah (studi kasus pasar tradisional Desa Kabul Kecamatan Praya Barat Daya Lombok Tengah), bahwasannya sebagian besar para pedagang sudah menerapkan atau menjalankan etika bisnis, meskipun masih ada dari sebagian pedagang yang belum menerapkannya. Dari hasil wawancara yang peneliti dapat dari berapa pedagang, diketahui biasanya para pedagang di pasar tradisional Desa Kabul ternyata mereka menerapkan prinsip mendorong persaingan yang sehat. Seperti yang penulis bahas di bab II. Pada prinsip ini, para pedagang memahami makna persaingan yang sehat, dimana intinya adalah strategi bisnis tidak di tunjukkan untuk membunuh pesaing lain. Menjadi pemenang dalam bisnis dapat dilakukan misalkan dengan menawarkan barang-barang yang berkualitas, menetapkan harga terjangkau, atau sesuai dengan konsumen yang di bidik atau di tuju. Hal ini dilakukan oleh ibu Muhsin dan ibu Jumi^{ah}.

Setiap manusia yang berbisnis wajib memiliki pengetahuan dan pemahaman tentang transaksi jual beli, agar bisnis yang dilakukan sesuai dengan aturan syari^{at} islam dan terhindar dari larangan yang telah ditetapkan oleh syari^{at} islam. Etika bisnis islam adalah norma yang mengatur tentang etika berbisnis yang sumbernya berasal dari Al-qur^{an} dan hadist. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, berikut analisis tentang penerapan etika bisnis dalam transaksi jual beli cabe merah di pasar tradisional Desa Kabul Kecamatan Praya Barat Daya Lombok Tengah berdasarkan landasan normatif etika bisnis islam:

a. Landasan Tauhid (Kesatuan)

Landasan tauhid merupakan landasan yang sangat filosofis yang dijadikan sebagai pondasi utama setiap langkah seorang muslim yang beriman dalam menjalankan kehidupannya.

Landasan tauhid atau ilahiyah ini bertitik tolak pada keridhaan Allah SWT. Sebagai pedagang muslim yang selalu mengindahkan perintah dari Alqur^{an} arau sunnah, tidak akan pernah lengah dalam melaksanakan tugasnya terhadap Allah SWT. Sebagaiman yang disampaikan oleh seorang pedagang yang ada di pasar tradisional Desa Kabul “berhubung pasar di Desa Kabul bubar sebelum waktu dzuhur atau sekitar

jam 10 pagi, jadi kami masih bisa sholat dirumah. In syaa Allah untuk urusan sholat saya tidak pernah meninggalkannya”.

Tingkat religiusitas seseorang menjadi perisai dalam mempengaruhi perilaku dalam berbisnis, maka semakin tinggi tingkat pengamalan ibadah seseorang maka kualitas etika seseorang dalam menjalankan bisnis akan semakin tinggi pula. Sedangkan menurut pedagang lain, beliau mengatakan “saya niat usaha untuk ibadah. Karena berdagang untuk memenuhi kebutuhan keluarga, jadi supaya apa yang saya lakukan memperoleh keberkahan”.

Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan suatu kegiatan harus diniatkan karena Allah, agar rizki yang kita peroleh mendapat berkah dari sang pemberi rizki.

b. Landasan Keseimbangan atau Keadilan

Islam sangat menganjurkan untuk berbuat adil dalam melakukan segala aktivitas berbisnis, serta melarang berbuat curang atau berbuat zalim. Landasan keseimbangan yang berisikan ajaran keadilan merupakan salah satu landasan yang harus dipegang oleh siapapun dalam kehidupannya.

Landasan perilaku adil sangat menentukan perilaku seseorang. Landasan keadilan menuntut untuk semua orang terutama pelaku bisnis agar berperilaku secara adil dan bertanggung jawab, tidak membandingkan satu dengan yang lainnya sehingga seseorang tidak mersa dirugikan.

Penerapan landasan keseimbangan oleh pedagang dipasar tradisional Desa Kabul yaitu dalam penentuan harga, dimana seorang penjual mengatakan bahwa beliau memberikan harga sama rata terhadap pembeli kecuali si pembeli akan menjual kembali barang tersebut.

c. Landasan Kehendak Bebas

Landasan kehendak bebas adalah kemampuan wajib yang harus dimiliki oleh pelaku bisnis islam dalam memberikan kebebasan untuk mengembangkan dan mendorong potensi yang dimiliki agar menghasilkan suatu kinerja yang bagus dan tidak merugikan orang lain.

Prinsip kehendak bebas yang diterapkan yang dilakukan dan diterapkan oleh pedagang cabe merah yang ada di pasar tradisional Desa Kabul Kecamatan Praya Barat Daya Lombok Tengah yaitu melakukan persaingan secara sehat antar pedagang yang lainnya.

d. Landasan Pertanggung Jawaban

Menurut landasan pertanggung jawaban yaitu bersedia menerima konsekuensi atas seluruh kegiatan atau aktivitas yang dilakukan dalam kegiatan usaha, seperti transaksi jual beli. Pedagang yang baik adalah pedagang yang mampu menjaga amanah terhadap barang yang dititipkan pembeli terhadapnya. Hal itu dipaparkan oleh seorang pembeli yang sering berbelanja ke pasar tradisional Desa Kabul. “pernah kejadian ketika berbelanja di pasar minggu atau pasar tradisional Desa Kabul, tiba-tiba barang atau belanjaan ada yang ketinggalan di salah seorang pedagang, lalu pada saat kembali untuk mengambilnya ternyata barang atau belanjaan itu masih ada, bahkan disimpan oleh pedagang tersebut” ujarnya.

Kepercayaan merupakan sebuah reward yang tak ternilai harganya. Karena apabila seorang pedagang sudah mendapatkan kepercayaan dari pembelinya, maka tidak jarang pembeli senang berbelanja di tempatnya. Landasan tanggung jawab telah diterapkan oleh pedagang yang ada di pasar minggu atau pasar tradisional Desa Kabul.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat ditarik kesimpulan dari penelitian penerapan etika bisnis islam dalam transaksi jual beli cabe merah (studi kasus di pasar tradisional Desa Kabul Kecamatan Praya Barat Daya Lombok Tengah) sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang diperoleh dari pedagang dilihat dari beberapa etika:
 - a. Etika Dengan Pelaku Bisnis Lainnya. Dari hasil wawancara dengan salah seorang pedagang di pasar minggu atau pasar tradisional Desa Kabul, menjelaskan bahwa di pasar tradisional Desa Kabul semua pedagang berteman baik. Bahkan jika ada pedagang yang ingin membeli suatu barang, namun barang tersebut tidak terdapat ditempatnya, maka pedagang tersebut mengarahkan atau menyarankan untuk mencari di pedagang lain.
 - b. Etika Melayani Pembeli. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti, peneliti menemukan seorang pedagang yang ketika melayani pembeli, ia melayaninya dengan baik. bahkan ia juga menawarkan dagangannya kepada setiap pembeli yang lewat didepannya dengan bahasa yang sopan dan baik pula.
 - c. Etika Menentukan Harga. Adapun hasil wawancara yang dilakukan dengan seorang pedagang di pasar tradisional Desa Kabul adalah, beliau menentukan harga berdasarkan jumlah barang yang ingin dibeli oleh para pembeli. Tapi jika pembeli

ingin menjual kembali barang tersebut, maka beliau kasih dengan harga yang lebih murah, dengan alasan agar pembeli tersebut juga mendapatkan keuntungan.

2. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan pembeli di pasar tradisional Desa Kabul mengenai:
 - a. Pelayanan Berdasarkan pernyataan dari seorang pembeli di pasar tradisional Desa Kabul, mengenai pelayanan beliau merasa puas, karena beliau mendapatkan pelayanan yang baik dan sikap yang ramah dari para pedagang. Meskipun sesekali beliau bertemu dengan pedagang yang kurang ramah dalam melayani pembelinya.
 - b. Kejujuran Seorang pembeli mengakui bahwasannya ia tidak mengetahui masalah jujur atau tidaknya pedagang yang ada disana, yang terpenting ia mendapatkan barang yang ia beli.
 - c. Penerapan Etika Bisnis mengenai penerapan etika bisnis, salah seorang pembeli menjelaskan bahwa sebagian besar pedagang sudah menerapkan etika dalam berbisnis. Meskipun ternyata masih ada juga yang belum menerapkannya.
3. Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan, dari segi perilaku pedagang berdasarkan prinsip etika bisnis yakni menghindari eksploitasi barang, menghindari penjualan produk dengan cara yang tidak benar, sudah diterapkan oleh pedagang yang ada di pasar tradisional Desa Kabul Kecamatan Praya Barat Daya Lombok Tengah. Sedangkan prinsip memastikan akurasi dan mendorong persaingan yang sehat, meskipun sebagian pedagang sudah menerapkannya, namun masih saja ditemukan pedagang yang suka menjelek-jelekkan pedagang lain agar dagangannya dibeli.
4. Berdasarkan penelitian tentang penerapan etika bisnis dilihat dari landasan tauhid (kesatuan), landasan keseimbangan atau keadilan, landasan kehendak bebas, dan landasan pertanggungjawaban sudah diterapkan dengan baik oleh pedagang di pasar tradisional Desa Kabul Kecamatan Praya Barat Daya.

V. DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Azis. 2013. Etika Bisnis Perspektif Islam. Bandung: Alfabeta.
- Adiwarman A. Karim. Ekonomi Mikro Islam.
- Agam Santa Sanjaya. 2014. Analisis Penerapan Etika Bisnis Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Muslim di Pasar Kaliwungu Kendal). Skripsi IAIN Walisongo Semarang.
- Agus Arijanto. 2011. Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ambar Wati, Arman Paramansyah, Dessy Darmayanti, Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli. Studi Kasus Pasar Tradisional Pendopo Empat Lawang. Sumatra Selatan. Vol 2, Jurnal kajian Ekonomi dan Bisnis Islam. 2019, 163-165.

- Baits, Ammi Nur. 2022. Pengantar Fiqih Jual Beli Dan Harta Haram. Jogjakarta: Pustaka Muamalahjogja.
- Buchari Alma. 2003. Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam. Bandung:Alfabeta.
- Departemen Agama, RI, Op, Cit,
- Hasil Pengamatan Langsung (observasi). Pasar Tradisional Desa Kabul.
- Ika Yunia Fauzia. 2013. Etika Bisnis Dalam Islam. Jakarta:Kencana Prenadamedia Group.
- Irham Fahmi. 2014. Kewirausahaan. Bandung: Alvabeta.
- Joko Subagyo. 1991. Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktik. Jakarta:Rineka Cipta.
- Kountur, R. 2012. Metode Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Dan Tesis. Jakarta: PPM.
- Mardani. 2014. Hukum Bisnis Syari'ah. Jakarta:Prenada Media Group.
- Moloeng, Lexy. 2008. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT.Rosdakarya. Morisa. 2012. Metode Penulisan Survei. Jakarta: Kencana
- Muhammad Ali Hasan. 2004. Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam. Jakarta: PT. Raja Gravindo.
- Muhammad Amin Suma. 2008. Menggali Akar Mengurai Serat Ekonomi dan Keuangan Islam. Jakarta:Kholam Publishing.
- Muhammad Djakfar. 2008. Etika Bisnis Islam. Malang:UIN Malang Pres.
- Muhlich. 2010. Etika Bisnis Islam. Yogyakarta: EKONISIA.
- Mulyadi, Dedi. 2020. Pemberdayaan Pasar Tradisional Ditengan Kepungan Pasar Modern.Karawang : CV. Media Sains Inonesia.
- Muslich. 2004. Etika Bisnis Islam. Jakarta:Ekonisia, Cet 1.
- Mustaq Ahmad. 2001. Etika Bisnis Dalam Islam.Jakarta Timur: Cet 1 Pustaka AlKautsar.
- Nasution,Suhailasari dkk. 2020. Teks Laporan Observasi Untuk Tingkat SMP Kelas VII. Medan:Guepedia.
- Nel Ariany, Analisis Perbedaan Pasar Modern Dan Pasar Tradisional Ditinjau Dari Strategi Tata Letak (Lay Out) dan Kualitas Layanan Untuk Meningkatkan Posisi Tawar Pasar Tradisional, (Jurnal Manajemen & Bisnis-Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara, Vol, 13 No 1, 2014),
- Nopirin, 2014, Penghantar Ilmu Ekonomi Makro dan Mikro, Yogyakarta : BPFYOGYAKARTA, Racham Syafe'i. 2004. Fiqih Muamalah. Bandung:CV Pustaka Setia.
- Rahmat, Puput Saeful. Penelitian Kualitatif.EQUILIBRIUM, Vol. 5, No. 9, Januari – Juni 2009.
- Rosi, Fandi Sarwo Edi. 2016. Teori Wawancara Psikodiagnostik. Yogyakarta:LeutikaPrio.
- Saifuddin, Azwar. 2001. Metode Penelitian. Yogyakarta:Pustaka Pelajar.
- Sarwat, Ahmad. 2018. Fiqih Jual Beli, Kuningan:Rumah Fiqih Publishing.
- Suanto, Sunardi, Sarwiyanto, Yuliana, Martini. 2010. Ayo Belajar Disekolah. Yogyakarta: KANISIUS.
- Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Kunatitatif Kualitatif dan R & D. Bandung: Elfabeta.
- Supriyanto, Eko. 2005. Ekonomi Islam Pendekatan Ekonomi Makro Islam dan Konvensional, Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Suryadi, Nanang dkk. 2021. Etika Bisnis. Malang: UB Pres.
- Tambunan, Tulis. 2020. Pasar Tradisional Dan Peran UMKM. Bogor:IPB Press.