

Implementasi Etika Jual Beli Dalam Islam Pada Pasar Tradisional (Studi Kasus Pada Pedagang Muslim Pakaian di Pasar Kartasura)

Fikri Firmansyah^{1*)}, Sumadi²⁾, Agus Marimin³⁾

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia

*Email correspondence: fikrifirmansyah742@gmail.com

Abstract

This research describes the buying and selling practices in Kartasura Market, Kartasura Subdistrict, and analyzes the implementation of Islamic business ethics by clothing traders. The research methodology employed a qualitative approach. Data were collected through observations, interviews, and documentation, which were then analyzed through data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The main objective of this study is to understand and analyze the implementation of Islamic business ethics in the practices of Muslim clothing traders. By examining their experiences and challenges, this research aims to provide insights into the opportunities and obstacles in applying Islamic ethical values in the context of traditional markets. The findings of this study can serve as a valuable reference for policymakers, contribute to the development of training programs for traders, and enhance theoretical understanding of the implementation of Islamic business ethics in traditional markets.

Keywords: *Islamic Business Ethics, Traders, Buying and Selling, Traditional Markets*

Citation suggestions: Firmansyah, F., Sumadi., & Marimin, A. (2023). Implementasi Etika Jual Beli Dalam Islam Pada Pasar Tradisional (Studi Kasus Pada Pedagang Muslim Pakaian di Pasar Kartasura). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam dan General*, 2(01), 177-181. doi: -

DOI: -

1. PENDAHULUAN

Islam adalah agama terbaik. Ini karena prinsip-prinsip, etika, dan standar hidup dibahas secara menyeluruh di dalamnya. Selain itu, sebagai agama yang menyempurnakan agama-agama sebelumnya, Islam mengatur semua aspek kehidupan manusia, termasuk keyakinan dan kebiasaan. Dalam muamalah, Islam mengatur hubungan manusia satu sama lain untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Ini termasuk mengajarkan cara mengelola pasar dan semua mekanismenya. Islam telah mengatur segala bentuk kebutuhan ekonominya dengan sangat baik. Untuk memenuhi kehidupan dunia, Islam mengatur cara manusia berinteraksi satu sama lain. Dalam Islam, ada aturan dan etika yang harus diikuti oleh setiap orang yang ingin melakukan bisnis, terlepas dari apakah mereka mukmin atau tidak. Seorang bisnis mukmin tidak boleh melakukan sesuatu yang bertentangan dengan syariat (Rahman, 2019). Pada kegiatan sehari-hari kita tidak terlepas dari yang namanya jual beli. Jual beli adalah interaksi sosial yang didasarkan pada syarat dan syarat yang telah ditetapkan. Jual beli didefinisikan sebagai "*al-bai*", "*al-tijarah*", dan "*al-mubadalah*". Pada dasarnya, jual beli adalah suatu perjanjian untuk menukar barang atau benda yang bermanfaat bagi pengguna setelah kedua belah pihak telah mencapai kesepakatan tentang transaksi tersebut (Susiawati, 2017).

Pasar adalah tempat di mana aturan mengatur pertukaran barang dan hak milik antara produsen dan konsumen. Pasar memungkinkan semua orang mendapatkan apa yang mereka butuhkan, dan tidak ada yang tidak memerlukan pasar. Sebagai bagian dari penolakan mereka terhadap sistem Kapitalis dan Sosialis yang gagal mencapai kesejahteraan, masyarakat modern tampaknya merindukan sistem pasar yang ideal (Ghafur, 2019). Pasar tradisional adalah tempat di mana penjual dan pembeli bertemu secara langsung, biasanya dengan proses tawar-menawar. Perkembangan ekonomi, yang ditandai dengan kemajuan zaman, menyebabkan persaingan yang semakin meningkat. Banyak pedagang bersaing untuk menjual barang untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-

hari pelanggan. Dengan adanya pasar, masyarakat dapat melakukan kegiatan ekonomi dan memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka. Ini adalah alasan mengapa manusia membutuhkan pasar (Wati et al., 2019).

Cinta bisnis tidak boleh melebihi cinta Allah dan Tuhan. Ajaran Islam tentang etika bisnis pada dasarnya mengajak para pelaku bisnis untuk berbuat baik kepada diri sendiri, sesama manusia, dan alam. Filosofi bisnis Nabi adalah selalu bertindak jujur dan adil. Dalam situasi ini, bisnis yang adil dan jujur tidak memiliki kekuasaan atau otoritas. Penerapan etika Islam dalam bisnis adalah kunci keberhasilan. Rasulullah menekankan empat hal yang menjadi ciri khas beliau agar membawa keberkahan dalam bisnis saat memimpin bisnis. Sifat-sifat ini harus ditiru. Dalam menjalankan bisnis harus didasari dengan sikap kejujuran, seperti apa yang dicontohkan oleh Rasulullah. Karena sifat jujur begitu penting dalam kegiatan berdagang.

Dalam konteks etika bisnis syariah, pedagang muslim harus memiliki kejujuran. Jadi pekerjaan yang dilakukan benar-benar menghasilkan hasil. Dalam lingkungan bisnis, tidak ada satu pun orang yang mengharapkan bahwa orang lain akan diperlakukan dengan baik. Praktik manipulasi tidak akan terjadi tanpa moral yang tinggi. Moral dan kejujuran rendah akan menghancurkan prinsip perusahaan. Masalahnya adalah tidak ada undang-undang yang jelas yang menangani pelanggaran etika tersebut, karena nilai-nilai etika hanya ada dalam hati nurani seseorang. Tidak seperti hukum, etika memiliki hambatan internal. Meskipun demikian, pebisnis yang memiliki nilai-nilai keagamaan mendalam akan menyadari bahwa berperilaku jujur akan memberikan kepuasan yang luar biasa dalam kehidupan mereka baik di dunia saat ini maupun di akhirat (Raihanah, 2018).

Bisnis tidak akan bertahan lama dan berhasil jika tidak didasari oleh kejujuran. Karena kejujuran adalah pilar utama dari kesuksesan bisnis, contohnya, menjalankan kontrak terhadap karyawan dan pihak ketiga, jujur terhadap konsumen, bekerja sama dengan jujur, dan sebagainya. Tiga jenis bisnis yang jelas menunjukkan bahwa bisnis tidak akan bertahan lama dan berhasil jika tidak didasarkan pada kejujuran: jujur dalam memenuhi perjanjian dan kontrak; jujur dalam menjual barang atau jasa dengan harga dan kualitas yang sebanding; dan jujur dalam hubungan kerja antar perusahaan.

Oleh karena itu, jelas bahwa Islam sangat memperhatikan etika dalam menjaga hak dan kewajiban pembeli dan penjual. Untuk meningkatkan keamanan dan kenyamanan dalam bertransaksi, standar dan peraturan yang menempel pada bentuk jual beli secara langsung telah menjadi standar yang dapat diikuti. Berkreasi dan inovasi tidak dilarang dalam agama Islam selagi tidak merusak struktur masyarakat yang sudah ada (Lesmana, 2022).

Di pasar Kartasura kabupaten Sukoharjo, ada banyak pedagang yang menjual sembako, tekstil, dan barang lain, terutama pakaian dengan berbagai merek, bentuk, dan motif. Selain itu, Dari itulah praktik jual beli terjadi jual beli diluar dari norma- norma agama. Sesuai dengan ketentuan yang ditemukan dalam Al-Qur'an dan hadits, agama Islam telah menetapkan standar moral untuk bermuamalah, yang mencakup hubungan manusia dengan satu sama lain, lingkungan mereka, dan tindakan mereka, serta hubungan manusia dengan Allah Swt dalam melaksanakan perintah-Nya.

Perlu adanya peninjauan etika bisnis Islam terhadap para perilaku pedagang. Ekonomi Islam menawarkan instruksi tentang cara menjalankan bisnis ekonomi dengan cara yang sesuai dengan syariat Islam. Namun, ekonomi Islam belum sepenuhnya dikenal oleh masyarakat perkampungan, yang kurang memahami transaksi yang sesuai dengan yang diajarkan Rasulullah. Karena banyaknya kecurangan, tidak hanya ada pihak yang dirugikan, tetapi juga produksi dan distribusi kecurangan dianggap sebagai sesuatu yang ilegal. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “Implementasi Etika Jual Beli dalam Islam di Pasar Tradisional (Studi Kasus pada Pedagang Muslim Pakaian di Pasar Kartasura)”

2. METODE PENELITIAN

Penelitian yang penulis lakukan adalah *field research* atau penelitian lapangan yaitu yang dilakukan di pasar kartasura kecamatan kartasura. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian kualitatif adalah pendekatan penelitian yang menitikberatkan pada analisis proses dan hubungan antar fenomena yang diamati secara induktif, dengan selalu menggunakan logika ilmiah. Meskipun demikian, pendekatan ini tidak mengecualikan penggunaan data kuantitatif, tetapi lebih menekankan pada kedalaman berpikir formal dari peneliti dalam menjawab permasalahan yang dihadapi. Tujuan dari penelitian kualitatif adalah untuk mengembangkan konsep sensitivitas terhadap masalah yang dihadapi, menjelaskan realitas dengan penelusuran teori dari bawah (*grounded theory*), dan mengembangkan pemahaman tentang satu atau lebih

fenomena yang diamati (Anggito dan Setiawan, 2018). Penelitian deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran tentang karakteristik suatu pasar dengan hipotesis yang spesifik dan desain penelitian terstruktur. Data yang digunakan bisa berasal dari data sekunder atau data primer (survei). Penelitian deskriptif sangat sesuai untuk penelitian yang ingin melukiskan karakteristik fenomena pemasaran, menentukan derajat variabel pemasaran, dan membuat ramalan tentang pemunculan fenomena pemasaran (Hermawan dan Amirullah, 2021).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Penelitian

3.1.1. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam adalah salah satu masalah mendesak yang harus ditangani. Etika adalah norma atau prinsip yang mengatur kehidupan manusia. Etika juga merupakan bagian dari filsafat, yang membahas nilai, norma, atau moralitas secara rasional dan kritis. Oleh karena itu, etika dan moral tidak sama. Nilai berbicara tentang apa yang baik dan apa yang buruk, sedangkan norma adalah pranata. Etika, di sisi lain, adalah pemikiran kritis tentang alasan logis mengapa sesuatu itu baik atau buruk. Pada zaman millennial ini, studi etika sangat populer (Handayani, 2018).

3.1.2. Landasan Hukum Etika Bisnis

Banyak ayat Al-Qur'an menjelaskan hukum dan etika, bahkan hukum Islam sangat jelas tentang etika. Al-Qur'an juga dengan sangat jelas membahas petunjuk hubungan baik dengan para pelaku bisnis, yang menunjukkan bahwa bertransaksi dengan integritas demi hubungan yang harmonis dan tidak ada kebutuhan untuk saling menipu. Al-Qur'an mengisyaratkan pelaku bisnis harus saling berlaku adil dengan sesama, ini sesuai dalam konteks Al-qur'an dalam Q.S An-Nisa ayat 58:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا

Artinya: *Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat. (QS. An-Nisa' ayat 58).*

Ayat di atas menunjukkan bahwa keadilan dapat masuk ke dalam seluruh aspek iman, ajaran Islam, dan akhlak. Fakta ini menunjukkan bahwa masalah ini terkait erat dengan timbal balik dalam praktik bisnis, terutama praktik bisnis yang baik dan beretika. Di sisi lain, ini juga mencerminkan keadilan sosial dan menciptakan lingkungan yang baik dan menguntungkan untuk kelangsungan usaha yang baik dan sehat. Dalam etika bisnis, sikap adil sangat penting, terutama dalam etika bisnis Islam.

3.1.3. Pengetian Etika Bisnis

Kata "etika" berasal dari kata Yunani "*ethos*", yang berarti "kebiasaan" atau "karakter". Kata "etika" didefinisikan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) sebagai "ilmu tentang hak dan kewajiban moral (akhlak) serta ilmu tentang apa yang baik dan buruk." Etika didefinisikan dalam kamus Webster sebagai "karakter istimewa, perasaan, sifat moral, atau keyakinan yang membimbing seseorang, kelompok, atau institusi (Zulfa & Melina, 2022). Bisnis adalah serangkaian usaha yang dilakukan satu orang atau kelompok dengan menawarkan barang dan jasa untuk mendapatkan keuntungan atau keuntungan. Bisnis juga bisa disebut sebagai menyediakan barang dan jasa untuk menjalankan sistem perekonomian (Wiyoko, 2021).

3.1.4. Pengertian Jual Beli

Dalam fiqih, istilah "*al-bay*" berarti menjual, mengganti, atau menukar sesuatu dengan yang lain. Kata "*al-bay*" kadang-kadang digunakan untuk menggambarkan lawan kata, yaitu kata "*asy-syira*", yang berarti "beli", tetapi juga berarti "jual". Oleh karena itu, dalam istilah konvensional, istilah "*al-bay*" berarti jual beli (Khoiriyah dan Aslikah, 2020). Menurut sebagian besar ulama Hanafiyah, jual beli adalah saling menukar harta dengan harta dengan cara tertentu atau menukar sesuatu yang diinginkan dengan yang sepadan dengan cara yang bermanfaat. Pemindahan kepemilikan adalah bentuk jual beli.

3.1.5. Dasar Hukum Jual Beli

Al quran sudah menjelaskan bahwa dalam urusan berbisnis kita dilarang untuk melakukan sesuatu yang dhalim atau bathil, kita harus melakukannya dengan cara ikhlas dan sukarela maupun itu untung atau rugi.

Sebagaimana firman Allah pada Al-Qur'an surat An-Nisa' ayat 29 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antarakamu dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu” (QS. An-Nisa’: 29).*

Berdasarkan kutipan dari dua ayat sebelumnya, menjelaskan prinsip dagang. Setiap orang yang beragama Islam harus menjalani kehidupan mereka seolah-olah Allah SWT selalu ada bersama mereka. Pernyataan Al-Qur'an tentang jalan bati mencakup tindakan yang melanggar hukum Islam dan tidak etis. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Allah melarang umat Islam untuk menggunakan harta secara tidak sehat sebaliknya, Dia telah menggunakan harta sebagai salah satu cara untuk menciptakan kemakmuran bagi manusia.

3.2. Pembahasan

3.2.1. Praktik Jual Beli Pedagang Muslim Pakaian di Pasar Kartasura, Kecamatan Kartasura, Kabupaten Sukoharjo

Pedagang Muslim pakaian di Pasar Kartasura umumnya terdiri dari individu-individu Muslim yang menjalankan bisnis pakaian secara profesional. Untuk melakukan Penawaran dan transaksi para pedagang menggunakan berbagai strategi penawaran seperti diskon, penawaran bundling, dan pelayanan pelanggan yang baik. Transaksi dilakukan dengan jelas dan saling menguntungkan antara pedagang dan pembeli. Kemudian untuk Produk dan kualitas umumnya mereka mengikuti tren mode terkini dan memenuhi standar kualitas yang baik. Mereka memperhatikan kualitas bahan, jahitan, dan desain produk. Selanjutnya untuk poses promosi mereka menggunakan berbagai metode promosi seperti media sosial, dan melalui jaringan bisnis mereka sendiri. Dan terakhir untuk Pelayanan pelanggan para pedagang memberikan pelayanan yang ramah, informatif, dan membantu pembeli dalam memilih dan membeli produk dengan tepat

3.2.2. Analisis Implementasi Etika Jual Beli Islam oleh Pedagang Muslim Pakaian di Pasar Kartasura, Kecamatan Kartasura, Kabupaten Sukoharjo

Kejujuran dan transparansi pedagang muslim pakaian di Pasar Kartasura menunjukkan komitmen terhadap prinsip kejujuran dan transparansi dalam melakukan transaksi. Mereka memberikan informasi yang jelas tentang harga, kualitas, dan karakteristik produk kepada pembeli. Untuk keadilan dan tidak memanfaatkan kesempatan mereka mengutamakan keadilan dalam menentukan harga dan tidak memanfaatkan kesempatan untuk mendapatkan keuntungan yang tidak adil dari pembeli. Untuk barang dagangan mereka selalu memastikan bahwa barang dagangan mereka halal dan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, termasuk dalam hal bahan, produksi, dan sumber-sumber pendapatan. Dalam hal pelayanan para pedagang menunjukkan etika Islam dalam pelayanan kepada pelanggan. Mereka memberikan bantuan, nasihat, dan solusi yang sesuai dengan kebutuhan pembeli tanpa mengeksploitasi mereka.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka terdapat beberapa kesimpulan yaitu: Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa praktik jual beli di Pasar Kartasura, Kecamatan Kartasura, dilakukan oleh para pedagang pakaian secara umum. Mereka membeli barang dari distributor untuk dijual kembali, mempromosikan produk secara langsung maupun melalui media sosial, dan melakukan proses kesepakatan (ijab kabul) antara penjual dan pembeli. Penelitian ini juga memberikan kontribusi penting terhadap pemahaman tentang pentingnya etika jual beli dalam Islam, tidak hanya bagi pedagang Muslim, tetapi juga dalam menjaga integritas bisnis secara keseluruhan. Implementasi etika jual beli dalam Islam dapat membantu membangun budaya bisnis berkelanjutan, menjaga identitas budaya dan religius, dan mendorong praktik bisnis yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa para pedagang pakaian di Pasar Kartasura, Kecamatan Kartasura, telah menjalankan praktik jual beli dengan memperhatikan nilai-nilai etika bisnis Islam. Mereka tidak hanya fokus pada aspek bisnis semata, tetapi juga mempertimbangkan kehalalan produk, integritas dalam berinteraksi dengan pelanggan, dan tanggung jawab terhadap barang yang mereka jual. Dengan demikian, mereka mencoba untuk menggabungkan prinsip-prinsip bisnis dengan prinsip-prinsip agama Islam dalam aktivitas perdagangan mereka.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Puii dan syukur atas Rahmat Allah SWT yang dilimpahkan karunia Nya kepada tim penulis sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini. Terimakasih juga peneliti ucapkan kepada para penulis skripsi yang menjadi refrensi pada studi ini dan Bapak Dr. Sumadi, SE., MSI selaku pembimbing pertama dan Bapak Agus Marimin, SEI., ME.Sy selaku pembimbing kedua sehingga peneliti dapat melakukan penelitian dengan baik. Penulis mengucapkan terimakasih kepada Bapak Wahyu Jatmika selaku kepala pengelola Pasar Kartasura yang telah mengijinkan penulis menyelesaikan penelitian ini.

6. REFERENSI

- Anggito, A. & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: Jejak.
- Ghafur, A. (2019). Mekanisme Pasar Perspektif Islam. *Inzah online journal*.
- Handayani, L. (2018). Nilai-Nilai Ekonomi Dan Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. *Al iqtishad jurnal kajian ekonomi syariah*.
- Hermawan, S. & Amirullah (2021). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*. Malang: Media Nusa Creative.
- Khoiriyah. & Aslikah. (2020). Jual Beli Air Sumber Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Di Desa Candiwates Kecamatan Prigen Kabupaten Pasuruan. *Mu'allim Jurnal Pendidikan Islam*.
- Rahman, A. (2019). Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Usaha Jual Beli Cabai (Studi Kasus Petani Di Kelurahan Alehanuae Kecamatan Sinjai Utara). *Adz Dzahab Jurnal Ekonomi Bisnis Islam*.
- Raihanah. (2018). Konsep Kejujuran Dalam Al-Qur'an (Studi Pada Pedagang Pasar Sentral Antasari Banjarmasin). *Al-Iqtishadiyah Jurnal Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah*.
- Susiawati, W. (2017). Jual Beli Dan Dalam Konteks Kekinian. *Jurnal Ekonomi Islam*.
- Wati, A., Paramansyah, A., & Damayanthi, D. (2019). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli: Studi Kasus Pasar Tradisional Pendopo Empat Lawang, Sumatera Selatan. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*.
- Wiyoko, H. (2021). *Pengantar Bisnis* Penerbit Insan Cendekia Mandiri.
- Zulfa, M., & Melina, F. (2022). Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli Pada Restoran Hotel Syariah. *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*.