

IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DIKALANGAN PEDAGANG MUSLIM DI PASAR ATAS MUARA BUNGO

Manna Sari Mona Liza, Nurida Isnaeni Ary Dean Amri³

Universitas Jambi^{1,2,3}

Email: lizamanna1@gmail.com¹, nuridaisnaeni@unja.ac.id,
arydeanamry@unja.ac.id³

Abstrak

Penelitian ini membahas implementasi etika bisnis Islam pada pedagang Muslim di Pasar Atas Kabupaten Muara Bungo. Fenomena praktik dagang seperti ketidakjujuran, ketidakseimbangan harga, serta penggunaan timbangan yang tidak akurat menunjukkan adanya kesenjangan antara aktivitas perdagangan nyata dengan prinsip syariah yang seharusnya menjadi pedoman bagi pedagang Muslim. Penelitian ini bertujuan menganalisis tingkat pemahaman serta penerapan etika bisnis Islam dan pengaruhnya terhadap keberlangsungan usaha pedagang. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik observasi, wawancara mendalam kepada pedagang berbagai jenis komoditas, serta dokumentasi lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian pedagang hanya memahami etika bisnis sebatas keharaman barang dan kejujuran dasar, sementara implementasi prinsip seperti transparansi, keadilan, amanah, dan penghindaran gharar masih belum optimal. Praktik seperti tidak menunjukkan timbangan, mencampur kualitas barang, dan ketidaksesuaian contoh barang masih ditemukan. Sebaliknya, pedagang yang menerapkan etika secara konsisten memperoleh kepercayaan pelanggan, hubungan dagang yang lebih harmonis, dan usaha yang lebih stabil. Penelitian ini menegaskan pentingnya edukasi berkelanjutan terkait etika bisnis Islam guna menciptakan pasar yang jujur, sehat, dan sesuai prinsip syariah.

Kata kunci: Etika Bisnis Islam, Kejujuran, Keadilan, Pedagang Muslim, Implementasi Etika, Pasar Muara Bungo.

Abstract

This study examines the implementation of Islamic business ethics among Muslim traders in the Upper Market in Muara Bungo Regency. Trade practices such as dishonesty, price imbalances, and the use of inaccurate scales indicate a gap between actual trading activities and the sharia principles that should guide Muslim traders. This study aims to analyze the level of understanding and application of Islamic business ethics and their impact on the sustainability of traders' businesses. The method used was descriptive qualitative, using observation, in-depth interviews with traders of various commodities, and field documentation. The results indicate that some traders only understand business ethics as limited to the prohibition of goods and basic honesty, while the implementation of principles such as transparency, fairness, trustworthiness, and the avoidance of gharar (unlawful acts). Practices such as not displaying scales,

mixing goods, and discrepancies in product samples are still common. In contrast, traders who consistently implement ethics gain customer trust, more harmonious trade relationships, and more stable businesses. This study emphasizes the importance of ongoing education regarding Islamic business ethics to create an honest, healthy, and sharia-compliant market.

Keywords: *Islamic Business Ethics, Honesty, Justice, Muslim Traders, Implementation of Ethics, Muara Bungo Market.*

A. Pendahuluan

Perdagangan merupakan aktivitas ekonomi yang memegang peranan penting dalam memenuhi kebutuhan manusia. Pasar menjadi tempat terjadinya interaksi langsung antara penjual dan pembeli, sekaligus menjadi wadah pembentukan harga, distribusi barang, dan pemenuhan kebutuhan masyarakat. Namun dalam praktiknya, aktivitas perdagangan di pasar tradisional sering kali menghadapi berbagai persoalan etika, seperti ketidakjujuran, ketidaksesuaian timbangan, manipulasi kualitas barang, hingga ketidakterbukaan informasi dalam transaksi. Fenomena ini menunjukkan adanya jarak antara kondisi nyata (*das sein*) dan kondisi ideal (*das sollen*) yang digariskan oleh prinsip-prinsip Islam, terutama mengingat mayoritas pedagang di Pasar Atas Kabupaten Muara Bungo adalah Muslim¹.

Dalam Islam, aktivitas bisnis bukan hanya bertujuan mencari keuntungan, tetapi juga wajib memenuhi ketentuan syariat sebagaimana ditegaskan dalam Q.S. An-Nisa ayat 29 tentang larangan memakan harta dengan cara yang batil. Etika bisnis Islam menuntut adanya kejujuran, keadilan, amanah, transparansi, serta larangan keras terhadap segala bentuk kecurangan dan penipuan. Prinsip-prinsip tersebut seharusnya menjadi landasan moral pedagang Muslim, sehingga kegiatan jual beli berjalan secara adil, saling meridhai, dan membawa keberkahan. Namun realitas di lapangan menunjukkan bahwa sebagian pedagang hanya memahami etika bisnis sebatas menjual barang halal dan bersikap jujur secara dasar, tetapi belum menerapkan nilai fundamental lainnya, seperti keterbukaan timbangan, penyampaian kondisi barang secara jujur, serta penghindaran praktik *gharar*².

Berdasarkan hasil observasi di Pasar Atas Muara Bungo, ditemukan berbagai praktik yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam, seperti tidak memperlihatkan timbangan kepada pembeli, mencampur barang berkualitas baik dan buruk, serta ketidaksesuaian antara contoh barang dan barang yang diberikan. Selain itu, persaingan pasar yang semakin ketat akibat kenaikan harga kebutuhan pokok turut mendorong sebagian pedagang mengabaikan etika demi mempertahankan keuntungan. Kondisi inilah yang menunjukkan adanya kesenjangan antara idealitas nilai syariah dengan implementasi pedagang di lapangan. Idealnya, pedagang Muslim menjalankan usaha berdasarkan prinsip keadilan, kejujuran, tanggung jawab, dan ihsan sebagaimana dicontohkan Rasulullah SAW. Penerapan etika bisnis Islam tidak hanya menjadi kewajiban moral dan religius, tetapi juga faktor penting dalam membangun kepercayaan konsumen dan menciptakan pasar yang

sehat. Kesenjangan antara ajaran Islam dan praktik pedagang inilah yang menjadi landasan dilakukannya penelitian mengenai implementasi etika bisnis Islam di kalangan pedagang Muslim di Pasar Atas Kabupaten Muara Bungo³.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, yaitu penelitian yang bertujuan menggambarkan fenomena secara mendalam sesuai dengan kondisi yang terjadi di lapangan. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman perilaku pedagang serta proses penerapan etika bisnis Islam dalam aktivitas jual beli di Pasar Atas Kabupaten Muara Bungo. Pendekatan ini relevan dengan pernyataan bahwa penelitian kualitatif bertujuan memahami makna, nilai, serta tindakan sosial yang terjadi pada objek penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode utama, yaitu: Observasi, Wawancara, Dokumentasi.

Penelitian dilakukan di Pasar Atas Kabupaten Muara Bungo, yang merupakan salah satu pusat aktivitas perdagangan tradisional di daerah tersebut. Waktu penelitian berlangsung sejak proses observasi awal, pengumpulan data lapangan, hingga penyusunan laporan penelitian sesuai dengan jadwal penelitian yang telah ditetapkan dalam skripsi. Lokasi ini dipilih karena sebagian besar pedagang beragama Islam, sehingga relevan untuk meneliti sejauh mana prinsip etika bisnis Islam diimplementasikan dalam praktik perdagangan sehari-hari.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Praktik Pedagang

Berdasarkan kuesioner, wawancara, dan observasi terhadap 24 pedagang di Pasar Atas Muara Bungo, implementasi lima prinsip etika bisnis Islam menunjukkan variasi tingkat penerapan. Rekapitulasi implementasi etika ditampilkan sebagai berikut:

Tabel 5. 1 Rekap Implementasi Etika Berdasarkan Observasi, Wawancara, Dan Instrumen Skala Likert

Prinsip Etika Bisnis Islam	Indikator	Skor Presentase	Interprestasi
Tauhid	Mengaitkan usaha dengan ibadah	90%	Sangat Baik
Kejujuran	Tidak menipu, jujur soal kondisi barang	80%	Baik
Amanah/Tanggung Jawab	Menunaikan hak pelanggan	80%	Baik
Keadilan	Harga wajar, tidak merugikan	80%	Baik
Transparasi	Keterbukaan harga dan	70%	Cukup

	kualitas		
--	----------	--	--

sumber: hasil observasi, wawancara, dan kuesioner pedagang

Data rinci pada setiap indikator menunjukkan bahwa tauhid, amanah, kejujuran, dan keadilan diterapkan dengan baik, sedangkan transparansi masih menjadi prinsip yang paling lemah. Hal ini tampak dalam data kuesioner yang menunjukkan fluktuasi pada keterbukaan informasi produk dan harga (misalnya hanya 62–75% pedagang yang menyatakan sangat setuju pada keterbukaan transaksi). Pedagang mengakui bahwa mereka berusaha jujur dan menjaga amanah, tetapi persaingan harga, inflasi, serta tekanan ekonomi membuat sebagian pedagang menyembunyikan kualitas barang atau tidak menampilkan timbangan secara terbuka.

Menurut Al-Qur'an, transaksi harus dilakukan secara jujur dan suka sama suka, sebagaimana firman Allah dalam QS. An-Nisa ayat 29. Prinsip keadilan ditegaskan dalam QS. An-Nahl ayat 90, sedangkan Rasulullah SAW menegaskan larangan penipuan melalui sabdanya: *"Barang siapa menipu maka ia bukan dari golongan kami."* Sementara itu, teori etika bisnis Islam dalam Bab II menjelaskan lima prinsip:

1. Tauhid : menjadikan bisnis sebagai ibadah.
2. Keadilan : tidak merugikan pihak lain.
3. Amanah : menepati janji dan menjaga kualitas.
4. Kejujuran : tidak menyembunyikan cacat.
5. Transparansi : keterbukaan informasi untuk menghindari gharar.

Jika dibandingkan dengan kondisi ideal tersebut, temuan lapangan memperlihatkan bahwa: Prinsip tauhid dan kejujuran mencapai penerapan tertinggi. Prinsip transparansi, terutama dalam kualitas barang dan informasi harga, masih jauh dari ideal. Praktik yang ditemukan seperti mencampur barang kualitas baik dan buruk, tidak menampilkan timbangan, atau informasi harga tidak konsisten, merupakan bentuk penyimpangan dari larangan gharar dan kewajiban keterbukaan menurut syariat.

Hasil kajian pada pokok bahasan pertama menunjukkan pedagang telah memahami nilai moral Islam secara spiritual, tetapi belum sepenuhnya menerapkan secara operasional. Faktor eksternal seperti inflasi, persaingan, dan tuntutan ekonomi sangat memengaruhi implementasi etika. Ada kesenjangan signifikan antara *das sein* (realitas) dan *das sollen* (ketentuan syariah). Dengan demikian, implementasi etika bisnis Islam di Pasar Atas Muara Bungo telah berjalan, namun belum sepenuhnya memenuhi standar ideal syariat, terutama terkait transparansi. Temuan ini sejalan dengan data empiris kuesioner dan wawancara pedagang, misalnya pada indikator transparansi dan keadilan yang hasilnya lebih rendah dibanding prinsip lainnya.

2. Dampak Etika Bisnis Islam terhadap Keberlangsungan Usaha Pedagang

Data lapangan menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam memiliki dampak signifikan pada keberlangsungan usaha pedagang, baik secara ekonomi, sosial, maupun spiritual.

1. Dampak pada Kepercayaan Pelanggan dan Hubungan Sosial
Pedagang yang jujur, ramah, dan amanah melaporkan bahwa mereka memiliki pelanggan tetap yang loyal. Contohnya, beberapa pedagang menyebut bahwa pelanggan kembali karena mereka jujur mengenai kualitas barang sebagaimana tampak pada wawancara pedagang sembako, sayuran, dan pakaian . Sebaliknya, pedagang yang tidak transparan atau menyembunyikan cacat barang menghadapi keluhan, kehilangan pelanggan, dan penurunan penjualan.
2. Dampak pada Reputasi dan Citra Pedagang
Pedagang yang konsisten menerapkan prinsip tauhid, amanah, dan kejujuran mendapatkan citra positif sebagai “pedagang amanah”, misalnya sebagaimana testimoni yang muncul dalam wawancara dengan pedagang sayur dan pakaian . Reputasi ini berdampak langsung pada peningkatan stabilitas usaha jangka panjang.
3. Dampak Spiritual (Keberkahan Usaha)
Pedagang yang memulai usaha dengan niat ibadah merasa lebih tenang dan percaya bahwa rezeki telah Allah tentukan. Hal ini mendukung teori bahwa keberlangsungan usaha tidak hanya diukur oleh profit, tetapi juga nilai keberkahan dan ketenangan batin.

Meskipun dampak positif dominan, penelitian juga mencatat beberapa tantangan: Inflasi dan persaingan pasar memengaruhi konsistensi keadilan harga. Kurangnya transparansi menimbulkan risiko kehilangan pelanggan. Tekanan ekonomi sesekali membuat beberapa pedagang tergoda untuk menyembunyikan cacat barang. Berikut terdapat table kesesuaian temuan dengan prinsip etika islam dari 5 prinsip:

Tabel 5. 2 Kesesuaian Temuan dengan Prinsip Etika Islam

Prinsip	Temuan Lapangan	Penjelasan
Tauhid	Pedagang kaitkan usaha dengan ibadah	Selaras dengan teori bahwa tauhid adalah fondasi etika islam
Kejujuran	Jujur soal kualitas barang	Selaras dengan hadis larangan menipu
Keadilan	Harga umumnya wajar, namun ada variasi	Implementasi belum merata
Tanggung Jawab	Manjaga kualitas dan janji	Sesuai definisi amanah dan Qs. An-Nisa:58
Transparasi	Masih lemah	Butuh pembinaan sesuai dengan teori gharar

D. Penutup

Berdasarkan hasil penelitian mengenai implementasi etika bisnis Islam di kalangan pedagang Muslim di Pasar Atas Muara Bungo, dapat disimpulkan bahwa pemahaman pedagang terhadap prinsip-prinsip etika bisnis Islam seperti

kejujuran, keadilan, amanah, dan tanggung jawab berada pada tingkat yang cukup baik. Sebagian besar pedagang berupaya menerapkan nilai-nilai tersebut dalam aktivitas jual beli, sehingga transaksi yang dilakukan tetap berada dalam koridor moralitas Islam. Namun demikian, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa praktik di lapangan belum sepenuhnya mencerminkan etika bisnis Islam secara ideal. Masih ditemukan kurangnya transparansi dalam sejumlah transaksi, seperti ketidakterbukaan terkait kualitas barang dan ketidaktepatan timbangan, yang sebagian besar dipengaruhi oleh tekanan ekonomi, persaingan usaha, serta naiknya harga bahan pokok. Kondisi ini menegaskan adanya kesenjangan antara pemahaman teoretis pedagang mengenai etika bisnis Islam dengan penerapannya dalam praktik sehari-hari. Penerapan etika bisnis Islam terbukti memberikan dampak signifikan terhadap keberlangsungan usaha pedagang. Pedagang yang menjunjung tinggi nilai-nilai syariah memperoleh tingkat kepercayaan pelanggan yang lebih kuat, menjaga reputasi yang baik di masyarakat, serta menciptakan hubungan sosial yang lebih harmonis. Selain itu, nilai-nilai spiritual yang mereka jalankan, seperti memulai usaha dengan niat ibadah dan menghindari praktik curang, memberikan ketenangan batin dan keberkahan dalam usaha mereka. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kesadaran religius dan komitmen terhadap nilai-nilai Islam merupakan faktor utama dalam membentuk praktik bisnis yang etis dan berkelanjutan di pasar tradisional.

Berdasarkan temuan tersebut, penelitian merekomendasikan agar pedagang mendapatkan pelatihan dan pembinaan berkala mengenai penerapan etika bisnis Islam, terutama terkait transparansi, keadilan harga, dan keterbukaan informasi produk. Pembinaan ini dapat dilakukan oleh pemerintah daerah, pengelola pasar, majelis taklim, maupun lembaga keagamaan agar pedagang semakin memahami pentingnya integritas dalam bertransaksi. Selain itu, pemerintah dan pengelola pasar diharapkan memperkuat regulasi dan mekanisme pengawasan, termasuk pemeriksaan timbangan, pengawasan kualitas barang, dan penegakan sanksi bagi pedagang yang melakukan penyimpangan. Upaya ini diharapkan dapat mendorong terciptanya lingkungan pasar yang adil, aman, dan sesuai syariat Islam, sehingga mampu meningkatkan kepercayaan konsumen, memperkuat keberlangsungan usaha, dan menghadirkan keberkahan bagi seluruh pelaku pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Amal, A., Manajemen Bisnis, J., Rahmawati, A., & Terisna Sari Sekolah Tinggi Agama Islam An-Nadwah Kuala Tungkal, S. (n.d.). *PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA MASYARAKAT MODERN*. www.ejournal.an-nadwah.ac.id
- An Ras Try Astuti, (2022) Buku Etika Bisnis Islam, (kasus-kasus kontemporer)
- Athala Rania Insyrah, Ahmad Afandi, Implementasi Etika Bisnis Islam Dikalangan Pedagang Pada Pasar Tradisional Kota Serbelawan., Vol.3, No.2 November (2023), ISSN 2810-0387
- Azizah Rahmawati, Shintya Terisna Sari, Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Rakyat Modern Al-Amal:Jurnal manajemen bisnis syariah e- ISSN: 2798-8694, p-ISSN: 2807-128X Volume 3, Edisi II (Desember 2023), www.ejournal.an-nadwah.ac.id
- Buku Metodologi Penelitian Kualitatif Dr. Nursapia Harahap, M.Hum. (n.d.).
- Choirunnisak, ETIKA BISNIS PERSPEKTIF ETIKA BISNIS SYARIAH Vol.1 No.2 Desember 2023, 107-118 Journal Of Economis and Bussines
- Dean Amry, A., Mutia, T., Tania Anggun Lestari, L., Riqqa Nabila, D., Afrilian, B., Islam, E., dan Bisnis, E., Jambi, U., Minang Masak, K., Raya Jambi - Muaro Bulian, J., & Darat, M. K. (2024). Tantangan dan Peluang Etika Bisnis Islam Dalam Strategi Pemasaran Pengusaha Muslim Kota Jambi Di Era Digitalisasi Challenges and Oppotrunities Of Islamic Bussines Ethics In The Marketing Strategy Of Muslim Enterprenues In The City Of Jambi In The Era Of Digitalization. *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 7(2). <https://doi.org/10.31949/maro.v7i2.9675>
- Dikha Ikhsan, Abdul Gofur, (2021) Jurnal Administrasi Bisnis Available online at:<http://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMABI>., Vol 1 No 5 Oktober 2021
- Buku Etika Bisnis Islam Dalam Perspektif Islam (n.d)
[Http://Fe.Unesa.Ac.Id/Koridor/Read/8/Kegagalan Ekonomi Kapitalis Dan Ekonomi Islam](http://Fe.Unesa.Ac.Id/Koridor/Read/8/Kegagalan_Ekonomi_Kapitalis_Dan_Ekonomi_Islam)
- Hudawy, M. (2020). Skripsi Perilaku Pedagang Muslim Dalam Jual Beli Jagung Di Batulappa Kabupaten Pinrang (Tinjauan Etika Bisnis Islam) Oleh.
- Insyrah, A. R., & Afandi, A. (2023). Implementasi Etika Bisnis Islam Di Kalangan Pedagang Pada Pasar Tradisional Kota Serbelawan (Vol. 3, Issue 2).
- Irmawati 2021, Tinjauan Etika Bisnis Islam Pada Pembelian Harga Resslerer Dan Harga Pelanggan Biasa Di Toko Al Fazza Sinjai
- Jamal, M. (2011). Konsep Al-Islam Dalam Al-Qur'an. In *Jurnal Al-Ulum* (Vol. 11).
- Syafiq, A. (2019). Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen dalam pandangan Islam. *Jurnal El-Faqih*, 5(1). <https://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/faqih>
- Teuku Dicky Zoelfatan, 2019 Strategi Pemasaran Pedagang Souvenir Di Kota Banda Aceh Dalam Perspektif Ekonomi Islam.

Tinggi Ekonomi dan Bisnis syariah Indo Global Mandiri, S. (2023). Etika Bisnis Perspektif Etika Bisnis Syariah. In *Journal Of Economis and Business* (Vol. 1, Issue Desember). <http://jurnal.dokicti.org/index.php/ECONIS/index>
Uin-prinsip-perdagangan-dalam-islam-menurut-tafsir-al-quran-analisis-q.s.-al-baqarah-ayat-275-dan-q.s.-an-nisa-ayat-29. (n.d.).