Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 2 Januari 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 2202-2214

ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PRAKTIK JUAL BELI KOPRA DI DESA PULAU KECIL-INDRAGIRI HILIR RIAU

Zakiyah Awwaliyah Ramadhani[1], Ihsanuddin[2]
Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi[1],
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta[2]
Email: zakiyahawaliyah19@gmail.com[1], ihsan.mubarak241@gamail.com[2]

Abstrak
Artikel ini berjudul Etika Bisnis dalam Islam (Studi Kasus Penjualan Kelapa Kopra di Desa Pulau Kecil) dan bertujuan untuk mengetahui etika bisnis perdagangan didesa pulau kecil. Metode penelitan yang saya gunakan dalam skripsi ini yaitu penelitian dalam bentuk kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data yang digunakan Adalah data primer dan skunder. Data primer diperoleh dari pengamatan langsung dan dari petani pemberi keterangan petani memberi keterangan. Data primer diperoleh dari Masyarakat desa pulau kecil. Berdasarkan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa ada beberapa faktor yang menyebabkan prinsip-prinsip etika bisnis islam *(Shiddīq, amānah, 'adl,* dan *ta'āwun)* tidak dapat berjalan secara optimal.
Kata Kunci: Etika bisnis Islam, kelapa Kopra, Pulau Kecil

Abstract
This article is titled Business Ethics in Islam (Case Study of Copra Sales in Pulau Kecil) and aims to determine the business ethics of trade in small island villages. The research method used in this thesis was qualitative research with a descriptive approach. The data used are primary and secondary data. Primary data were obtained from direct observation and from farmers who provided information. Primary data were obtained from the community of the small island village. Based on the research results, it was found that there are several factors that prevent the principles of Islamic business ethics (Shiddīq, amānah, 'adl, and ta'āwun) from functioning optimally.
Keywords*: Islamic business ethics, copra, Pulau Kecil*

A. Pendahuluan

Perdagangan kelapa kopra merupakan penggerak utama perekonomian masyarakat di wilayah kepulauan, tidak terkecuali di Desa Pulau Kecil. Data desa menunjukkan bahwa lebih dari 70% penduduknya bergantung pada sektor ini, mulai dari proses produksi hingga distribusi, yang menciptakan efek pengganda (*multiplier effect*) bagi perekonomian lokal. Aktivitas ini tidak hanya menjadi sumber mata pencaharian, tetapi juga penopang keberlangsungan hidup masyarakat.[1]

[1] Kurniawan Prasetya, "Pemerintahan Desa Dalam Pengembangan Potensi Desa (Studi Kasus Di Kalurahan Kedungsari Kapanewon Pengasih Kabupaten Kulonprogo)," *). Diss. Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa" APMD"* (2025).

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 2 Januari 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 2202-2214

Namun, di balik peran strategisnya, praktik perdagangan ini dihadapkan pada sejumlah tantangan etika yang kompleks. Keterbatasan akses pasar dan dominasi tengkulak seringkali memunculkan praktik yang merugikan petani, seperti manipulasi timbangan, ketidaktransparanan harga, dan keterlambatan pembayaran. Kondisi ini menciptakan ketimpangan dan mengikis harmonisasi dalam hubungan dagang, sehingga berpotensi menghambat terwujudnya kesejahteraan yang berkelanjutan.[2]

Dalam perspektif Islam, perdagangan bukan sekadar aktivitas ekonomi duniawi, melainkan bagian dari ibadah yang harus dilandasi nilai-nilai syariah. Prinsip-prinsip etika bisnis Islam seperti *shiddiq* (kejujuran), *'adl* (keadilan), dan *amanah* (dapat dipercaya)[3] menjadi fondasi untuk mencegah kecurangan yang dikecam dalam QS. Al-Muthaffifin: 1-3. Oleh karena itu, mengkaji fenomena perdagangan kopra di Desa Pulau Kecil melalui lensa etika bisnis Islam menjadi sebuah keniscayaan. Penelitian ini penting untuk mengidentifikasi kesenjangan antara teori dan praktik, sekaligus merumuskan solusi yang tidak hanya memperkuat daya saing ekonomi desa, tetapi juga memastikan setiap transaksi berlangsung secara adil, transparan, dan membawa keberkahan bagi seluruh pihak yang terlibat.

Beberapa penelitian terdahulu telah membahas topik serupa, di antaranya Ahmad (2020)[4] mengenai penerapan etika pemasaran syariah di pasar tradisional, Sari (2021)[5] tentang pengaruh etika bisnis Islam terhadap kepercayaan konsumen produk pertanian, Hidayat (2019)[6] yang mengkaji strategi pemasaran syariah pada perdagangan hasil perkebunan, serta Fitri (2020)[7] dan Yusuf & Rahman (2023)[8] yang menganalisis transparansi harga dan kualitas produk dalam perspektif Islam. Studi-studi tersebut secara konsisten menemukan bahwa penerapan prinsip syariah seperti kejujuran (*ash-shidq*), keadilan (*al-'adl*), dan larangan penipuan (*tadlis*) berkorelasi positif dengan peningkatan kepercayaan dan kepuasan konsumen. Namun, penelitian-penelitian tersebut masih memiliki beberapa keterbatasan, khususnya dalam konteks komoditas dan wilayah spesifik. Berdasarkan telah penelitian terdahulu, ditemukan beberapa kesenjangan empiris yang belum terjawab secara tuntas. Dengan demikan penulis akan terfokus pada aspek

[2] M. Umer Chapra, *Islam Dan Tantangan Ekonomi* (Jakarta: Gema Insani Press, 2020).

[3] Ahmad Syahrizal, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam," *Aktualita: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* (2019): 111–116.

[4] M Ahmad, "Penerapan Etika Pemasaran Dalam Perspektif Syariah Pada Pedagang Pasar Tradisional Di Kabupaten Gowa," *Jurnal Ekonomi Syariah* 8 (2020): 145–158.

[5] N. P Sari, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Kepercayaan Konsumen Pada Produk Pertanian," *Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam* 6 (2021): 55–66.

[6] R Hidayat, "Strategi Pemasaran Syariah Pada Perdagangan Hasil Perkebunan Di Sumatera Barat," *Jurnal Pemasaran Syariah* 4 (2019): 101.

[7] L. Fitriani, "Analisis Kesesuaian Praktik Pemasaran Kopra Dengan Prinsip Syariah Di Sulawesi Tengah," *Jurnal Bisnis dan Ekonomi Islam* 5 (2022): 23–35.

[8] T Yusuf, A., & Rahman, "Pengaruh Transparansi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Syariah," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah* 9 (2023): 200–214.

etika bisnis terhadap perdagangan kelapa kopra berdasarkan syariat Islam di desa Pulau Kecil.

Adapun tujuan penulisan artikel ini yakni untuk menganalisis penerapan etika bisnis Islam, dengan fokus spesifik pada aspek penetapan harga dalam perdagangan kelapa kopra di Desa Pulau Kecil. Penelitian ini secara khusus bertujuan untuk mendeskripsikan dan mengkaji bagaimana prinsip-prinsip syariah, seperti keadilan (‘adl), kejujuran (shiddiq), dan transparansi, diimplementasikan dalam proses penentuan harga komoditas tersebut. Fokus kajian difokuskan pada mekanisme penetapan harga, kesesuaiannya dengan kualitas produk kopra yang ditawarkan, serta korelasi antara harga yang berlaku dengan prinsip etika bisnis Islam. Selain itu, artikel ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan secara mendalam faktor-faktor yang berperan sebagai penghambat dan pendukung dalam penerapan etika tersebut di lapangan. Dengan demikian, ruang lingkup pembahasan tidak meliputi aspek pemasaran lain seperti promosi atau distribusi, melainkan berpusat pada aspek harga untuk mendapatkan gambaran yang komprehensif dan mendalam mengenai praktik niaga yang berkeadilan dan sesuai syariah dalam mata rantai ekonomi utama masyarakat desa tersebut.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan lokus di Desa Pulau Kecil, Kabupaten Indragiri Hilir, Provinsi Riau. Data dikumpulkan melalui tiga teknik utama: observasi partisipatif terhadap aktivitas perdagangan kopra, wawancara mendalam dengan pedagang kopra sebagai narasumber kunci, dan studi dokumentasi terhadap catatan transaksi serta literatur pendukung. Data yang diperoleh terdiri dari data primer dari hasil wawancara dan observasi lapangan, serta data sekunder dari dokumen desa dan referensi ilmiah. Untuk memastikan keabsahan data, dilakukan triangulasi sumber dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data mengikuti model interaktif Miles dan Huberman melalui tiga tahapan: reduksi data dengan menyaring informasi inti, penyajian data dalam narasi tematik, serta verifikasi untuk menarik kesimpulan akhir. Melalui pendekatan ini, penelitian ini bertujuan memperoleh pemahaman komprehensif mengenai praktik etika bisnis Islam dalam perdagangan kelapa kopra di wilayah studi.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Etika Bisnis Islam

Etika Bisnis Islam merupakan seperangkat nilai moral yang berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadis untuk mengatur perilaku pelaku usaha. Konsep ini menekankan bahwa aktivitas bisnis tidak hanya bertujuan mencari keuntungan materi, tetapi juga harus mencapai falah (keberhasilan dunia-akhirat) dan mewujudkan kemaslahatan (maslahah) secara menyeluruh. Menurut Al-Ghazali, kemaslahatan harus berasaskan pada nash syara' dan bertujuan untuk memelihara agama, jiwa, akal,

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 2 Januari 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 2202-2214

keturunan, dan harta.[9] Prinsip-prinsip utamanya terwujud dalam nilai-nilai operasional seperti shiddiq (kejujuran dalam niat, perkataan, dan perbuatan), amanah (dapat dipercaya), 'adl (keadilan), dan ta'awun (tolong-menolong).

Penerapan etika ini memiliki ruang lingkup yang komprehensif, mencakup hubungan vertikal dengan Allah *(hablun minallah)* sebagai bentuk ibadah, dan hubungan horizontal dengan sesama manusia *(hablun minannas)* dalam transaksi. Dalam konteks perdagangan komoditas seperti kelapa kopra, prinsip ini menuntut transparansi, kejujuran mengenai kualitas dan timbangan, serta penetapan harga yang adil dan tidak merugikan salah satu pihak.[10] Dengan demikian, etika bisnis Islam menawarkan kerangka yang utuh untuk menciptakan perdagangan yang berkeadilan, berkelanjutan, dan penuh keberkahan.

2. Kelapa Kopra

Kopra merupakan produk olahan berbahan daging buah kelapa (endosperm) yang dikeringkan dan berperan sebagai bahan baku utama industri minyak kelapa, kosmetik, farmasi, hingga pangan.[11] Berdasarkan proses pengolahannya, kopra terklasifikasi menjadi kopra putih (pengeringan sinar matahari/oven) dengan kualitas terbaik, kopra hitam (pengasapan), serta kopra asap yang memiliki karakteristik di antara keduanya.[12] Produksi kopra meliputi tahapan pemilihan kelapa tua, pengupasan, pembelahan, dan pengeringan yang sangat dipengaruhi faktor cuaca. Kualitas hasil akhir sangat ditentukan oleh teknik pengeringan, di mana metode tradisional seperti penjemuran langsung rentan terhadap *case hardening* (pengeringan tidak merata) dan kontaminasi jamur apabila kadar air tidak mencapai 5-6%.[13] Sebagai komoditas unggulan di wilayah kepulauan seperti Desa Pulau Kecil, kopra tidak hanya menjadi sumber pendapatan utama namun juga menciptakan efek pengganda (multiplier effect) melalui penyerapan tenaga kerja. Namun, rantai nilai komoditas ini dihadapkan pada tantangan struktural seperti fluktuasi harga, dominasi tengkulak, keterbatasan teknologi pengolahan, dan rendahnya posisi tawar petani yang berpotensi menimbulkan ketimpangan dalam distribusi keuntungan.

[9] Hj. Nur Asiah, "Maslahah Menurut Konsep Imam Al Ghazali," Diktum: Jurnal Syariah dan Hukum 17 (1385): 302.

[10] Muhammad Umar Kelibia Sartika Ulath, "Jual Beli Kopra Pasca Non Aktif Sertifikasi Pada Pt.Golden Union Oil Perspektif Mashlahah Mursalah," *Syaddudz Dzari'ahJurnal Hukum Ekonomi Syariah* (2024): 1–11.

[11] Marhawati, "Analisis Pendapatan Dan Kelayakan Usaha Kopra," Jambura Economic Education Journal 3 (2021): 28–37.

[12] Jahra Nur. Apriliani, "Peran Pertanian Kopra Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat (Studi Kasus Desa Tanah Merah Kabupaten Maluku Tengah)," *Diss. IAIN Kediri* (2024).

[13] P. Astuti, *Agribisnis Kelapa Dan Olahannya* (Yogyakarta, 2020).



Gambar.1 Presentasi Petani yang merasa dirugikan

3. Strategi Pemasaran dalam Islam

Strategi pemasaran dalam perspektif Islam merupakan suatu disiplin strategis yang mengintegrasikan nilai-nilai syariah dalam seluruh proses penciptaan, penyampaian, dan pertukaran nilai antara perusahaan dengan pemangku kepentingannya. Berlandaskan pada QS. Al-Jasiyah ayat 18 sebagaimana artinya: *"Kemudian, Kami jadikan engkau (Nabi Muhammad) mengikuti syariat dari urusan (agama) itu. Maka, ikutilah ia (syariat itu) dan janganlah engkau ikuti hawa nafsu orang-orang yang tidak mengetahui".*[14] *S*trategi ini menekankan pentingnya mengikuti syariat dan menolak praktik yang mengandung *gharar* (ketidakjelasan) serta unsur-unsur yang diharamkan. Konsep pemasaran syariah mengadopsi sifat-sifat Rasulullah SAW dalam berbisnis, yaitu *shiddiq* (kejujuran dalam menyampaikan informasi produk), *amanah* (dapat dipercaya dalam menjaga kualitas), *fathanah* (kecerdasan dalam menganalisis pasar), dan *tabligh* (komunikasi yang transparan).[15] Implementasinya meliputi segmentasi pasar yang tepat, perumusan strategi berdasarkan analisis peluang, serta pengoptimalan bauran pemasaran syariah yang mencakup produk (halal dan berkualitas), harga yang adil dan transparan, lokasi yang strategis, dan promosi yang informatif serta tidak menipu.[16]

Sementara itu, peningkatan penjualan kopra dipengaruhi oleh beberapa faktor kunci. Pertama. ketersediaan tenaga kerja yang memadai dan terampil dalam proses produksi mulai dari pengupasan hingga pengeringan. Kedua, kecukupan modal untuk investasi dalam teknologi pengolahan guna meningkatkan kualitas dan efisiensi produksi. Ketiga, ketersediaan bahan baku (kelapa tua) yang kontinyu dan berkualitas, yang sangat menentukan kualitas kopra akhir. Ketiga faktor ini saling berinteraksi dalam menciptakan nilai tambah pada produk kopra, yang pada gilirannya memperkuat posisi tawar di pasar. Dengan mengintegrasikan strategi pemasaran syariah yang menekankan kejujuran dan kualitas produk dengan pengelolaan faktor produksi yang efektif, diharapkan dapat tercipta perdagangan kopra yang tidak hanya

[14] Kementrian Agama Republik Indonesia, *Al Quran Dan Terjemah* (Jakarta: Pustaka Al Hadi, 2019), juz 25.

[15] M. A Handayani, T., Fathoni, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam Deepublish*, 2020.

[16] Priansa Alma, B., *Manajemen Pemasaran Syariah* (Bandung: Bandung: CV Pustaka Setia, n.d.).

meningkatkan volume penjualan tetapi juga berkeadilan dan penuh keberkahan.[17]

4. Kondisi Pedagang, Petani, dan Pekerja Kopra di Pulau Kecil

Setelah melakukan tahapan observasi berupa wawancara, penulis mendapati bahwa kondisi pengumpul kopra sering kali dipengaruhi oleh harga yang rendah, yang disebabkan oleh kualitas yang kurang baik dan keterlambatan pembayaran akibat terbatasnya modal. Harga yang ditawarkan sangat bergantung pada pasar besar, yang membuat petani merasa dirugikan. Pembayaran di muka menciptakan ketergantungan, namun ada implikasi etis yang perlu dipertimbangkan, seperti ketidakseimbangan kekuasaan, masalah kepercayaan, dan dukungan jangka pendek yang tidak menyelesaikan masalah struktural yang lebih besar.

Secara terbuka mereka mengaku jujur soal harga, tetapi dalam praktik sering mencampur kopra berkualitas rendah agar tetap bisa dijual, menunjukkan kompromi terhadap standar kualitas; kemampuan pembayaran bersifat tidak konsisten. Pembayaran tunai dilakukan bila modal mencukupi, namun sering tertunda beberapa hari ketika modal terbatas sehingga menimbulkan ketidakpastian bagi petani yang bergantung pada arus kas panen; penetapan harga mengikuti mekanisme pasar besar sehingga dipandang adil oleh pengepul, namun persepsi ketidakadilan tetap muncul di kalangan petani karena posisi tawar mereka lemah; di sisi lain pengepul menunjukkan bentuk solidaritas praktis dengan memberikan uang muka sebelum panen untuk membantu kebutuhan petani, sebuah praktik yang sekaligus memperkuat ketergantungan petani pada pengepul tersebut; keseluruhan kondisi ini mencerminkan hubungan ekonomi yang asimetris, adanya unsur bantuan sosial dan kelangsungan rantai pasok, namun juga praktik yang mereduksi transparansi kualitas, menimbulkan risiko kepercayaan jangka panjang, dan mempertahankan ketidakseimbangan kekuatan antara pengepul dan petani.

Sedangkan petani kopra menyatakan bahwa mereka umumnya jujur dalam melaporkan kualitas panen karena kualitas yang buruk akan mudah terdeteksi oleh pengepul; di sisi lain mereka mengeluhkan ketidakjujuran pengepul dalam penentuan harga, misalnya pengepul yang mengklaim harga turun padahal di pasar masih tinggi; ketepatan pembayaran dari pengepul bersifat tidak konsisten, ada yang membayar sesuai janji namun banyak juga yang menunda sehingga menimbulkan ketidakpastian finansial bagi petani; secara keseluruhan petani merasa harga yang diterima belum adil karena beban kerja yang berat tidak sebanding dengan imbalan yang diperoleh.

Begitupun pada pekerja mereka menyatakan bahwa berusaha menjaga kualitas sesuai pesanan, misalnya memastikan kopra benar-benar

[17] N Nazori, "Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian," *Jurnal Ekonomi Syariah* 15 (2020): 45–60.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 2 Januari 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 2202-2214

kering bila diminta; pembayaran upah umumnya dilakukan setelah pekerjaan, namun ketepatan waktu bervariasi, ada yang tepat waktu dan ada yang terlambat sehingga menimbulkan ketidakpastian pendapatan; upah dirasa tidak adil karena seringkali tidak sebanding dengan beban kerja yang berat, namun diterima karena kebutuhan ekonomi; di sisi sosial, terdapat praktik gotong royong di antara pekerja, di mana rekan kerja saling menggantikan bila ada yang sakit atau berhalangan, menunjukkan jaringan solidaritas informal sebagai penyangga risiko kerja.

5. Tinjauan Strategi Pemasaran Kopra di Pulau Kecil

a. Strategi Pemasaran dan distributor
   Petani di Desa Pulau Kecil selama ini sangat bergantung pada tengkulak sebagai saluran distribusi utama. Strategi ini memang praktis karena memudahkan penjualan, namun berdampak negatif pada posisi tawar petani. Strategi perbaikan yang dapat diterapkan adalah membuka akses pasar langsung ke pabrik pengolahan atau koperasi desa, sehingga harga lebih transparan dan adil. Selain itu, penggunaan teknologi informasi (misalnya aplikasi harga komoditas) dapat dijadikan strategi untuk meningkatkan transparansi harga pasar.
b. Stategi Modal dan Pembiayaan
   Keterbatasan modal menjadi salah satu penghambat terbesar. Petani sering bergantung pada tengkulak yang memberi pinjaman dengan syarat menjual kembali hasil panen dengan harga lebih murah. Strategi perbaikan adalah memperkuat lembaga keuangan mikro syariah, koperasi simpan pinjam berbasis syariah, atau akses pembiayaan dari bank syariah dengan akad yang sesuai (misalnya mudharabah atau murabahah). Hal ini dapat mengurangi ketergantungan pada tengkulak sekaligus meningkatkan kemandirian petani.
c. Staretegi Pinjaman Kualitas Produk
   Salah satu faktor yang memicu ketidakadilan adalah praktik pencampuran kopra basah dan kering. Strategi yang dapat dilakukan adalah membangun standar mutu (quality control) di tingkat petani. Misalnya, melalui pelatihan cara pengeringan yang baik, penyediaan fasilitas pengering bersama, serta pengawasan mutu oleh koperasi desa. Dengan strategi ini, kualitas produk dapat lebih terjamin dan nilai jual kopra meningkat.
d. Strategi Penguatan Etika Bisnis Islam
   Berdasarkan temuan penelitian, prinsip *shiddiq*, *amanah*, *'adl*, dan *ta'awun* belum berjalan konsisten. Strategi perbaikannya adalah melalui pembinaan etika bisnis berbasis nilai Islam, baik bagi pedagang maupun petani. Misalnya, melalui kajian rutin, penyuluhan dari tokoh agama, atau integrasi etika bisnis dalam kegiatan ekonomi desa. Strategi ini penting agar praktik dagang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga keberkahan.
e. Startegi Penguatan Kelembagaan Petani

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 2 Januari 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 2202-2214

Petani di Desa Pulau Kecil masih berjalan sendiri-sendiri, sehingga lemah dalam tawar-menawar harga. Strategi yang disarankan adalah pembentukan koperasi atau kelompok tani yang solid. Dengan adanya kelembagaan, petani dapat melakukan penjualan kolektif, menekan biaya distribusi, dan meningkatkan posisi tawar mereka terhadap tengkulak maupun pasar besar. Kelembagaan juga bisa menjadi wadah pendidikan etika bisnis dan pengelolaan keuangan syariah.

6. Etika Bisnis kelapa kopra di Desa Pulau Kecil

Merujuk kepada dua hal. Pertama, etika berkenaan dengan disiplin ilmu yang mempelajari nilai-nilai yang dianut oleh manusia beserta pembenarannya dan dalam hal ini etika merupakan salah satu cabang filsafat. Kedua, etika merupakan pokok permasalahan didalam disiplin ilmu itu sendiri yaitu nilai-nilai hidup dan hukum –hukum yang mengatur tingkah laku manusia. Sedangkan Bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Etika adalah seperangkat prinsip moral atau nilai-nilai yang menjadi panduan dalam perilaku manusia, baik secara individu maupun kelompok. Secara sederhana, etika adalah ilmu yang mempelajari tentang baik dan buruk, benar dan salah, serta bagaimana seharusnya manusia bertindak dalam berbagai situasi. Kopra merupakan putih lembaga dari buah kelapa segar yang dapat dikeringkan dengan metode konvensional menggunakan sinar matahari langsung, pengeringan dengan pemanasan secara tidak langsung, dan pengeringan dengan udara vakum. Tata niaga kelapa pada umumnya memang memiliki peran penting atau merupakan faktor keberhasilan suatu usaha tani.

Berdasarkan hasil penelitian di desa Pulau Kecil, penerapan prinsip etika bisnis Islam dalam perdagangan kopra belum sepenuhnya berjalan baik. Ada beberapa prinsip-prinsip etika bisnis islam yang di kaitkan dalan hasil wawancara di desa Pulau Kecil. Penulis membaginya dalam beberapa kategori yakni: Berdasarkan temuan penelitian, prinsip *shiddiq*, *amanah*, *'adl*, dan *ta'awun* belum berjalan konsisten. Strategi perbaikannya adalah melalui pembinaan etika bisnis berbasis nilai Islam, baik bagi pedagang maupun petani. Misalnya, melalui kajian rutin, penyuluhan dari tokoh agama, atau integrasi etika bisnis dalam kegiatan ekonomi desa. Strategi ini penting agar praktik dagang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga keberkahan.

7. Faktor Penghambat dan Pendukung Penerapan Etika Bisnis Islam

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor yang menghambat penerapan etika bisnis Islam dalam perdagangan kopra di Desa Pulau Kecil. Dominasi tengkulak (pedagang perantara) dalam menentukan harga membuat posisi petani sangat lemah dan tidak berdaya, karena mereka tidak memiliki akses langsung ke pasar yang lebih luas. Kurangnya transparansi informasi harga pasar di luar desa semakin memperparah keadaan, sehingga petani hanya bergantung pada informasi dari pedagang lokal. Selain itu, keterbatasan modal menjadikan petani

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 2 Januari 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 2202-2214

sangat bergantung pada tengkulak baik dalam penjualan maupun pinjaman dana, sehingga posisi tawar mereka semakin tertekan. Rendahnya kesadaran sebagian pedagang terhadap nilai-nilai etika syariah juga menjadi kendala utama, karena orientasi keuntungan seringkali lebih menonjol dibandingkan prinsip keadilan dan kejujuran. Hal ini tercermin dari praktik ketidakjujuran yang masih banyak ditemui, seperti mencampur kopra kering dengan kopra basah tanpa pemberitahuan, yang pada akhirnya merugikan pembeli maupun petani itu sendiri.

Meskipun terdapat berbagai hambatan, penelitian ini juga menemukan adanya faktor-faktor yang mendukung penerapan etika bisnis Islam di Desa Pulau Kecil. Nilai-nilai agama Islam masih menjadi pedoman moral bagi sebagian pedagang dalam berinteraksi dagang, sehingga mendorong mereka untuk tetap menjaga kejujuran dan kepercayaan dalam transaksi. Ikatan sosial dan kekeluargaan yang kuat di tengah masyarakat desa juga turut memperkuat budaya saling membantu dan meminimalisir konflik dalam perdagangan. Selain itu, terdapat pedagang yang memiliki kesadaran untuk menjaga reputasi dan kepercayaan konsumen, sebab mereka memahami bahwa keberlangsungan usaha jangka panjang sangat bergantung pada kepercayaan yang terbangun. Faktor-faktor ini menunjukkan bahwa meskipun penerapan etika bisnis Islam belum sepenuhnya ideal, masih terdapat potensi dan landasan moral yang dapat dikembangkan untuk memperbaiki praktik perdagangan kopra ke arah yang lebih sesuai dengan prinsip syariah.

8. Analisis dan Pembahasan Etika Bisnis Perdagangan Kopra di Pulau Kecil

Jika dikaitkan dengan teori, hasil penelitian menunjukkan adanya kesenjangan cukup signifikan antara praktik perdagangan kopra di Desa Pulau Kecil dengan prinsip etika bisnis Islam. Islam menekankan bahwa kegiatan bisnis bukan sekadar mencari keuntungan materi, tetapi juga harus dilandasi nilai-nilai moral dan spiritual agar membawa keberkahan bagi semua pihak yang terlibat.

Prinsip *Shiddiq* (kejujuran) sebagaimana termaktub dalam QS. At-Taubah ayat 119, menuntut agar seorang muslim selalu berlaku jujur dalam setiap transaksi. Namun, fakta di lapangan menunjukkan masih adanya praktik pencampuran kopra kering dengan kopra basah tanpa pemberitahuan kepada pembeli. Praktik tersebut jelas melanggar prinsip kejujuran dan menimbulkan kerugian bagi pihak lain. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian pedagang lebih mementingkan keuntungan jangka pendek daripada membangun kepercayaan jangka panjang.

Prinsip *Amanah* (dapat dipercaya) ditegaskan dalam QS. Al-Anfal ayat 27, yang mengingatkan agar umat Islam tidak mengkhianati amanah dan perjanjian. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa pemotongan harga sepihak dan keterlambatan pembayaran masih sering terjadi. Meskipun ada sebagian pedagang yang menepati janji pembayaran, praktik pengingkaran terhadap kesepakatan tetap lebih dominan. Kondisi ini

menggambarkan lemahnya penerapan amanah dalam perdagangan kopra, sehingga kepercayaan petani terhadap pedagang semakin berkurang.

Prinsip *'Adl* (keadilan) dijelaskan dalam QS. Al-Muthaffifin ayat 1–3, yang melarang keras praktik mengurangi timbangan atau ukuran. Namun kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa keadilan dalam perdagangan kopra belum terwujud. Manipulasi timbangan masih ditemui, dan petani kecil sering menerima harga yang lebih rendah dibandingkan petani besar meskipun kualitas produknya sama. Hal ini menandakan bahwa distribusi keadilan ekonomi di Desa Pulau Kecil masih timpang, dengan pedagang atau tengkulak berada pada posisi dominan sementara petani berada pada posisi yang lemah.

Prinsip *Ta'awun* (tolong-menolong) sebagaimana diatur dalam QS. Al-Maidah ayat 2, mendorong manusia untuk saling membantu dalam kebaikan dan ketakwaan. Dalam praktiknya, prinsip ini memang mulai terlihat, misalnya melalui pemberian pinjaman modal oleh pedagang atau kesediaan pedagang membeli kopra berkualitas rendah. Namun, bantuan tersebut seringkali disertai syarat tertentu, seperti keharusan menjual kembali hasil panen kepada pedagang dengan harga lebih rendah. Praktik semacam ini menunjukkan bahwa tolong-menolong belum sepenuhnya dijalankan secara ikhlas dan sesuai dengan nilai syariah, melainkan masih bercampur dengan kepentingan ekonomi yang cenderung merugikan salah satu pihak.

Hasil wawancara memperlihatkan bahwa pola perdagangan kopra di Desa Pulau Kecil menciptakan ketergantungan petani pada pedagang. Dominasi pedagang menyebabkan petani sulit meningkatkan posisi tawarnya. Akibatnya, kesejahteraan petani tidak meningkat secara signifikan meskipun mereka bekerja keras. Dalam jangka panjang, praktik ini berpotensi menurunkan kepercayaan sosial antar masyarakat, melemahkan ikatan solidaritas, serta menghambat terciptanya perdagangan yang adil dan berkeadilan sebagaimana dikehendaki dalam Islam.

Dengan demikian, perdagangan kopra di Desa Pulau Kecil belum sepenuhnya mencerminkan etika bisnis Islam. Nilai-nilai etika memang ada, tetapi pelaksanaannya masih parsial dan tidak konsisten, terutama pada aspek kejujuran, amanah, dan keadilan. Namun, adanya kesadaran sebagian pedagang serta ikatan sosial masyarakat menjadi peluang untuk melakukan perbaikan menuju sistem perdagangan yang lebih berkeadilan, sesuai dengan prinsip syariah Islam. Selain mengidentifikasi praktik etika bisnis, penelitian ini juga menemukan faktor-faktor yang menjadi penghambat dan pendukung penerapan etika bisnis Islam dalam perdagangan kopra. Secara umum, faktor penghambat lebih dominan dibandingkan faktor pendukung, sehingga menyebabkan praktik bisnis syariah sulit terwujud secara utuh.

Faktor penghambat yang utama adalah dominasi tengkulak (pedagang perantara) dalam menentukan harga. Petani tidak memiliki akses langsung ke pasar besar atau pabrik pengolahan, sehingga sepenuhnya bergantung pada pedagang pengumpul. Kondisi ini diperparah

dengan kurangnya transparansi informasi harga pasar di luar desa, yang menyebabkan petani tidak memiliki pembanding yang benar. Selain itu, keterbatasan modal petani juga membuat mereka terikat dengan pedagang yang memberikan pinjaman atau pembayaran di muka, sehingga posisi tawar mereka semakin lemah. Hambatan lainnya adalah rendahnya kesadaran sebagian pedagang terhadap nilai-nilai etika syariah. Tujuan mereka lebih berfokus pada keuntungan semata, sehingga praktik ketidakjujuran seperti pencampuran kopra kering dan basah, pemotongan harga sepihak, maupun manipulasi timbangan masih sering terjadi. Faktor-faktor inilah yang secara nyata menghambat terwujudnya perdagangan yang sesuai dengan prinsip Islam.

Namun demikian, penelitian juga menemukan adanya faktor pendukung yang dapat dijadikan titik tolak untuk memperbaiki praktik perdagangan. Nilai-nilai agama Islam masih menjadi pedoman moral bagi sebagian pedagang yang berusaha menjaga kejujuran, amanah, dan reputasi dalam berdagang. Selain itu, ikatan sosial dan kekeluargaan yang kuat di Desa Pulau Kecil mendorong munculnya budaya saling membantu, meskipun belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip syariah. Faktor lain yang mendukung adalah adanya kesadaran sebagian pedagang untuk menjaga nama baik dan kepercayaan konsumen, sebab mereka menyadari bahwa keberlanjutan usaha jangka panjang sangat ditentukan oleh kepercayaan yang dibangun. Faktor-faktor pendukung ini menunjukkan bahwa meskipun kondisi saat ini belum ideal, masih terdapat potensi untuk mengembangkan praktik bisnis yang lebih sesuai dengan prinsip Islam.

Akhirnya, hasil penelitian di Desa Pulau Kecil memperlihatkan bahwa faktor penghambat memang lebih dominan dibandingkan faktor pendukung dalam penerapan etika bisnis Islam pada perdagangan kopra. Dominasi tengkulak (pedagang perantara) yang memegang kendali harga menjadi masalah utama, sebab petani tidak memiliki akses langsung ke pasar besar atau pabrik pengolahan, sehingga mereka sepenuhnya bergantung pada pedagang pengumpul. Kondisi ini semakin diperparah dengan kurangnya transparansi informasi harga pasar di luar desa, sehingga petani tidak memiliki pembanding yang benar untuk menawar harga yang lebih adil. Selain itu, keterbatasan modal membuat petani terikat pada pedagang yang memberi pinjaman atau pembayaran di muka, sehingga posisi tawar mereka semakin lemah dan sering berujung pada pemotongan harga sepihak maupun keterlambatan pembayaran yang merugikan. Hambatan lain yang nyata adalah rendahnya kesadaran sebagian pedagang terhadap nilai-nilai etika syariah, di mana orientasi mereka lebih menekankan keuntungan semata tanpa memperhatikan prinsip kejujuran, amanah, dan keadilan, sehingga praktik pencampuran kopra basah dan kering, manipulasi timbangan, serta diskriminasi harga antara petani besar dan kecil masih sering terjadi. Namun demikian, penelitian ini juga menemukan adanya faktor pendukung yang dapat dijadikan titik awal untuk perbaikan. Nilai-nilai agama Islam sebenarnya masih menjadi pedoman moral bagi sebagian pedagang yang berusaha

menjaga amanah, reputasi, dan kejujuran dalam berdagang, meskipun jumlahnya belum banyak. Selain itu, ikatan sosial dan kekeluargaan yang kuat di Desa Pulau Kecil juga memunculkan budaya saling membantu, meskipun praktiknya belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip syariah karena masih bercampur dengan kepentingan ekonomi. Kesadaran sebagian pedagang bahwa keberlanjutan usaha sangat ditentukan oleh kepercayaan konsumen juga menjadi potensi penting, sebab dengan menjaga nama baik mereka dapat memperkuat hubungan jangka panjang dengan petani maupun pembeli. Dengan demikian, meskipun faktor penghambat lebih dominan dan menjadi tantangan serius, keberadaan faktor pendukung ini menunjukkan adanya peluang untuk memperbaiki pola perdagangan kopra agar lebih sesuai dengan nilai-nilai etika bisnis Islam di masa mendatang.

D. Penutup

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Etika Bisnis Islam dalam Perdagangan Kopra di Desa Pulau Kecil, dapat disimpulkan bahwa implementasi prinsip-prinsip syariah dalam aktivitas perdagangan kopra masih belum optimal. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa keempat pilar utama etika bisnis Islam *shiddiq* (kejujuran), *amanah* (dapat dipercaya), ‘*adl* (keadilan), dan *ta‘awun* (tolong-menolong) belum sepenuhnya teraplikasi dalam praktik nyata di lapangan. Secara spesifik, prinsip *shiddiq* tercoreng dengan masih adanya praktik pencampuran kopra kering dan basah tanpa pemberitahuan kepada pembeli. Sementara prinsip *amanah* terganggu oleh maraknya keterlambatan pembayaran dan pemotongan harga secara sepihak oleh pedagang. Aspek *‘adl* juga belum terwujud dengan adanya manipulasi timbangan dan diskriminasi harga yang memperlemah posisi tawar petani kecil. Meskipun prinsip *ta‘awun* tampak dalam bentuk pemberian pinjaman modal, implementasinya masih disertai syarat-syarat yang bersifat eksploitatif sehingga mengurangi nilai keikhlasan dalam tolong-menolong.

Dominasi tengkulak dalam menentukan harga, minimnya transparansi informasi pasar, dan keterbatasan modal petani menjadi faktor penghambat utama yang memperparah ketimpangan dalam sistem perdagangan. Namun, penelitian juga mengidentifikasi adanya potensi perubahan melalui nilai-nilai religius yang masih dipegang teguh masyarakat serta kesadaran sebagian pedagang akan pentingnya membangun kepercayaan jangka panjang. Sayangnya, faktor penghambat masih lebih dominan dibandingkan faktor pendukung, sehingga diperlukan upaya sistematis untuk menciptakan ekosistem perdagangan kopra yang lebih berkeadilan dan sesuai dengan prinsip muamalah Islam.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 2 Januari 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 2202-2214

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad, M. "Penerapan Etika Pemasaran Dalam Perspektif Syariah Pada Pedagang Pasar Tradisional Di Kabupaten Gowa." *Jurnal Ekonomi Syariah* 8 (2020).

Alma, B., Priansa. *Manajemen Pemasaran Syariah*. Bandung: Bandung: CV Pustaka Setia, n.d.

Apriliani, Jahra Nur. "Peran Pertanian Kopra Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat (Studi Kasus Desa Tanah Merah Kabupaten Maluku Tengah)." *Diss. IAIN Kediri* (2024).

Asiah, Hj. Nur. "MASLAHAH MENURUT KONSEP IMAM AL GHAZALI." *Diktum: Jurnal Syariah dan Hukum* 17 (1385): 302.

Astuti, P. *Agribisnis Kelapa Dan Olahannya*. Yogyakarta, 2020.

Chapra, M. Umer. *Islam Dan Tantangan Ekonomi*. Jakarta: Gema Insani Press, 2020.

Fitriani, L. "Analisis Kesesuaian Praktik Pemasaran Kopra Dengan Prinsip Syariah Di Sulawesi Tengah." *Jurnal Bisnis dan Ekonomi Islam* 5 (2022).

Handayani, T., Fathoni, M. A. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam Deepublish*, 2020.

Hidayat, R. "Strategi Pemasaran Syariah Pada Perdagangan Hasil Perkebunan Di Sumatera Barat." *Jurnal Pemasaran Syariah* 4 (2019).

Kementrian Agama Republik Indonesia. *Al Quran Dan Terjemah*. Jakarta: Pustaka Al Hadi, 2019.

Marhawati. "Analisis Pendapatan Dan Kelayakan Usaha Kopra." *Jambura Economic Education Journal* 3 (2021).

Nazori, N. "Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Ekonomi Syariah* 15 (2020).

Prasetya, Kurniawan. "Pemerintahan Desa Dalam Pengembangan Potensi Desa (Studi Kasus Di Kalurahan Kedungsari Kapanewon Pengasih Kabupaten Kulonprogo)." *). Diss. Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa" APMD"* (2025).

Sari, N. P. "Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Kepercayaan Konsumen Pada Produk Pertanian,." *Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam* 6 (2021).

Sartika Ulath, Muhammad Umar Kelibia. "Jual Beli Kopra Pasca Non Aktif Sertifikasi Pada Pt.Golden Union Oil Perspektif Mashlahah Mursalah." *Syaddudz Dzari'ahJurnal Hukum Ekonomi Syariah* (2024).

Syahrizal, Ahmad. "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam." *Aktualita: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* (2019).

Yusuf, A., & Rahman, T. "Pengaruh Transparansi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Syariah." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah* 9 (2023).