

**PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA TRANSAKSI JUAL BELI
DI PASAR TRADISIONAL BRAYUNG KECAMATAN MEJOB
KABUPATEN KUDUS
SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1
Dalam Ilmu Ekonomi Islam



Oleh:
Risma Nafakhatus Sakhariyah
NIM. 2105026013

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
2025**

HALAMAN PERSETUJUAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp/Fax (024) 7608454 Semarang 50185
Website: febi.walisongo.ac.id – Email: febiwalisongo@gmail.com

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp :-

Hal : Naskah Skripsi

An. Sdri. Risma Nafakhatus Sakhariyah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo
di Semarang

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara :

Nama : Risma Nafakhatus Sakhariyah

NIM : 2105026013

Jurusan : Ekonomi Islam

Judul : Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional
Brayung Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Demikian atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Semarang, 13 Maret 2025

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. H. Wahab, MM.
NIP.196909082000031001

Arief Darmawan, M.Pd.
NIP. 198804222020121002



Scanned with CamScanner

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp/Fax (024) 7608454 Semarang 50185
Website: febi.walisongo.ac.id – Email: febiwalisongo@gmail.com

PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini :

Nama : Risma Nafakhatus Sakhariyah
NIM : 2105026013
Jurusan : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : "Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional
Brayung Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus"

Telah diujikan dalam sidang munaqosyah oleh dewan penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan LULUS dengan predikat Cumlaude/Baik/Cukup, pada tanggal: 16 April 2025

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana strata 1 tahun akademik 2024/2025

Semarang, 24 April 2025

Ketua Sidang

Sekretaris Sidang


Dr. Muhyassarah, M.Si.
NIP. 197104292016012901


Dr. H. Wahab, MM.
NIP. 196909082000031001

Penguji Utama I

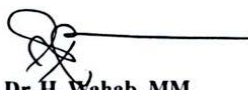
Penguji Utama II


Dr. H. Khoirul Anwar, M.Ag.
NIP. 196904201996031002


Riska Wijavanti, M.H.
NIP. 199304082019032019

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. H. Wahab, MM.
NIP. 196909082000031001


Arief Darmawan, M.Pd.
NIP. 198804222020121002

MOTTO

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia

(HR. Al-Qadlaa'iy dalam Musnad Asy-Syihaab no. 129, Ath-Thabaraaniy dalam Al-Ausath no. 5787).

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin. Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang memberikan Rahmat dan hidayahnya, sholawat serta salam tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Dengan segenap cinta dan rasa hormat, skripsi ini kupersembahkan kepada:

1. Almarhumah Ibunda tercinta Siti Maidah, sosok yang selalu hadir dalam setiap langkah hidupku, meski kini hanya dalam kenangan. Kasih sayangmu, doa-doamu, dan pelajaran hidup yang engkau berikan akan selalu menjadi pelita dalam setiap langkahku. Semoga Allah SWT menempatkanmu di tempat yang paling indah di sisi-Nya.
2. Ayahanda tercinta Rusmanto, terima kasih atas segala pengorbanan, dukungan, dan cinta yang tak pernah pudar. Engkau adalah pahlawan dalam hidupku, sumber kekuatan dan inspirasi. Semoga skripsi ini menjadi bukti kecil dari rasa terima kasihku yang tak terhingga.
3. Kakek dan Nenek tersayang, Terima kasih atas segala perhatian dan kasih sayang yang telah diberikan. Doa dan dukungan dari kakek dan nenek sangatlah berarti bagi saya.
4. Adik-adikku terkasih tercinta Faiza Najwa Khurin In dan Muhammad Mirza Rizky Al-Mughni. Untuk kalian, adik-adikku, terima kasih atas dukungan, semangat, dan kebersamaan yang selalu kalian berikan. Kalian adalah sumber kebahagiaan dan motivasi dalam hidupku. Semoga kita selalu saling mendukung dan menguatkan.
5. Sahabat karibku Zedny Amiq Elmina, Sintia Lukluk Atul Ula, dan Unsa Maulina. Kalian adalah *partner in crime* dalam menghadapi kerasnya dunia perkuliahan, terima kasih telah menjadi penyemangat dikala jenuh melanda dan pendengar setia keluh kesah. Persahabatan kita adalah bab terpenting dalam perjalanan skripsi saya.
6. Teman-teman seperjuangan Balqis, Fitri, Putri, Sintiya, dan Halida, terima kasih atas semua dukungan, semangat, dan kebersamaan yang membuat setiap proses terasa lebih ringan dan bermakna. Kalian adalah bagian tak terpisahkan dari perjalanan ini.

Terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan baik moril maupun materiil. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan. *Aamiin.*

DEKLARASI

DEKLARASI

Nama : Risma Nafakhatus Sakhariyah
NIM : 2105026013
Jurusan : Ekonomi Islam

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan oleh orang lain. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satupun pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang digunakan sebagai bahan rujukan. Demikian deklarasi ini peneliti buat dengan sebenarnya.

Semarang, 12 Maret 2025

Deklarator



ns.
Risma
Risma Nafakhatus Sakhariyah
NIM. 2105026022



Scanned with CamScanner

PEDOMAN TRANSLITERASI

Merujuk pada keputusan bersama pada pedoman transliterasi No. 158 Th. 1987 dan No. 0543b/U/1987. Transliterasi diartikan sebagai pengalih huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	ša'	ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi

ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	W
هـ	ha'	H	Ha
ء	hamzah	,	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

2. Vokal Tunggal

Vokal tunggal dalam transliterasi bahasa Arab diganti berupa tanda atau *harakat* sebagai berikut:

َ	Fathah (a)	تَبْرَكَ	Ditulis	<i>Tabaaroka</i>
ِ	Kasrah (i)	إِلَيْكَ	Ditulis	<i>Ilaika</i>
ُ	Dommah (u)	دُنْيَا	Ditulis	<i>Dunyaa</i>

3. Vokal Panjang

Vokal panjang atau juga disebut sebagai Maddah ditransliterasikan berupa tanda dengan huruf seperti berikut:

Fathah + alif	$\bar{a}$	عَذَاب	Ditulis	<i>'adzābin</i>
Fathah + ya' mati	$\bar{a}$	وَعَلَى	Ditulis	<i>Wa'alā</i>
Kasrah + ya' mati	$\bar{i}$	جَمِيع	Ditulis	<i>Jamī'in</i>
Dammah + wawu mati	$\bar{u}$	قُلُوبِنَ	Ditulis	<i>Qulūbana</i>

4. Vokal Rangkap

Dalam vokal rangkap maka dilambangkan dengan menggabungkan antara harakat dengan huruf, contohnya dilambangkan seperti dibawah ini:

Fathah + ya' mati (ai)	أَيُّهُمْ	Ditulis	<i>Aitahum</i>
Fathah + wawu mati (au)	يَوْمَئِذٍ	Ditulis	<i>yauma-iziy</i>

5. Ta' Marbutoh

- a. Apabila *ta' marbutoh* hidup atau dibaca dengan harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah* maka ditulis dengan (t):

سَاعَةٌ	Ditulis	<i>saa'atu</i>
بَغْتَةٌ	Ditulis	<i>Baghtatan</i>

- b. Apabila *ta' marbutah* mati atau di waqafkan maka ditulis dengan (h):

قِيَامَةٌ	Ditulis	<i>Qiyaamah</i>
قَحْمَةٌ	Ditulis	<i>Qohmah</i>

6. Kata Sandang

- a. Jika diikuti dengan huruf Syamsiyah maka ditulis sesuai dengan huruf pertama Syamsiyah:

الرَّحْمَنُ	Ditulis	<i>ar-rohmaan</i>
الشَّمْسُ	Ditulis	<i>asy-syamsu</i>

- b. Bila diikuti dengan huruf Qamariyyah maka ditulis dengan al:

الْقُرْآنُ	Ditulis	<i>al-qur'an</i>
الْإِنْسَانُ	Ditulis	<i>al-insan</i>

7. Syaddah

Tanda syaddah atau tasydid dilambangkan seperti contoh dibawah ini:

كُلَّ شَيْءٍ	Ditulis	<i>kulla syaiin</i>
يَتَّخِذُ	Ditulis	<i>Yattahiz</i>

8. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof ketika berada di tengah maupun di akhir kata. Namun jika hamzah terletak di awal kata maka dilambangkan dengan alif:

يَأْتِي	Ditulis	<i>ya-tii</i>
لِيُطْفِئُوا	Ditulis	<i>liyuthfi-uu</i>

أُولِيَاءَ	Ditulis	<i>aulyaaaa-a</i>
------------	---------	-------------------

9. Penulisan Kata dalam Rangkaian Kalimat

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا	Ditulis	<i>yaaa ayyuhalladziina aamanuu</i>
وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ	Ditulis	<i>wallohu bimaa ta'maluuna bashiir</i>

10. Tajwid

Transliterasi berkaitan erat dengan ilmu tajwid, sehingga penting untuk dipahami bagi seseorang yang menginginkan kefasihan dalam pembacaan al-Qur'an. Sebab itu, pedoman transliterasi Arab Latin (versi Indonesia) diresmikan dengan disertakan pedoman tajwid.

ABSTRAK

Pasar adalah salah satu elemen ekonomi yang dapat mewujudkan kemaslahatan dan kesejahteraan hidup manusia. Dengan pesatnya perkembangan perekonomian, persaingan usaha juga semakin ketat, termasuk di pasar tradisional. Oleh karena itu, etika bisnis Islam memegang peranan penting dalam mengatur perilaku para pedagang. Menyikapi hal ini, penulis memilih Pasar Brayung sebagai objek penelitian karena melihat adanya perilaku pedagang yang tidak sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Perilaku yang dimaksud meliputi sikap kurang ramah terhadap pembeli, yang terlihat dari ekspresi wajah yang tidak menyenangkan, ketidakakuratan informasi mengenai produk, serta pengurangan timbangan. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan, dengan sumber data primer berupa wawancara dengan pedagang, pembeli, dan pengelola Pasar Brayung, sementara data sekunder diperoleh dari arsip pengelola pasar. Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang di Pasar Brayung tidak mengetahui etika bisnis Islam. Namun, mereka secara umum menerapkan prinsip-prinsip agama Islam dalam aktivitas jual beli. Selain itu, penerapan etika bisnis Islam pada transaksi jual beli di Pasar Brayung secara umum telah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam bertransaksi jual beli. Tetapi, belum sepenuhnya konsisten dan menyeluruh masih terdapat kesenjangan antara harapan konsumen dan praktik yang dilakukan oleh pedagang di pasar ini.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Jual Beli, Pasar Tradisional.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional Brayung Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus.” Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada Nabi Besar Muhammad SAW, beserta keluarga dan para sahabat beliau.

Dalam proses penyusunan hingga selesai skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan dukungan, masukan, serta fasilitas sehingga proses penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar. Dengan selesainya skripsi ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Nizar, M. Ag, selaku Rektor UIN Walisongo Semarang
2. Dr. H. Nur Fathoni, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang
3. Dr. Nurudin, MM., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam dan Bapak Ferry Khusnul Mubarak, M.A. selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam.
4. Dr. H. Wahab, MM., selaku pembimbing I dan Arief Darmawan, M. Pd., selaku pembimbing II Yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga, dan pemikiran untuk memberikan bimbingan serta arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Pengelola serta pedagang Pasar Brayung yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melaksanakan penelitian di lokasi tersebut.
6. Dosen, staf, dan seluruh civitas akademika di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
7. Teman-teman Prodi Ekonomi Islam kelas A angkatan 2021 yang telah kebersamai dalam berproses selama dibangku perkuliahan.
8. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam proses penulisan hingga terselesaikannya skripsi ini.

Hanya sebuah ucapan terima kasih dan doa tulus yang dapat diberikan penulis kepada Bapak/Ibu/Saudara. Semoga kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah SWT.

Semarang, 05 Maret 2025

Risma Nafakhatus Sakhariyah
2105026013

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
DEKLARASI	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI	vii
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Kajian Pustaka.....	7
F. Metode Penelitian.....	10
G. Sistematika Penulisan.....	14
BAB II PEMBAHASAN UMUM TENTANG TOPIK ATAU POKOK BAHASAN	16
A. Etika Bisnis	16
B. Etika Bisnis Islam	18
E. Jual Beli Dalam Islam	27
F. Pasar Tradisional.....	31
BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....	34
A. Sejarah dan Perkembangan Pasar Brayung.....	34
B. Pemilikan serta Struktur Organisasi Pengelola Pasar Brayung Kecamatan Mejubo Kabupaten Kudus.....	35

BAB IV PEMBAHASAN.....	49
A. Pemahaman Pedagang Mengenai Etika Bisnis Islam Di Pasar Brayung Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus	49
B. Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Transaksi Jual Beli Di Pasar Brayung Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus	54
BAB V PENUTUP.....	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Fenomena Kecurangan di Pasar Tradisional.....	2
Tabel 2. Data Informan Pedagang Pasar Brayung.....	37
Tabel 3 Perilaku Pedagang Di Pasar Brayung.....	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Struktur Organisasi Pengelola Pasar Brayung.....	35
--	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Aktivitas jual beli yaitu aspek utama dalam kehidupan sosial, berfungsi sebagai cara untuk menunjang kebutuhan hidup. Salah satu lokasi terjadinya kegiatan jual beli adalah pasar, di mana kondisi lingkungan pemasaran dapat mengalami perubahan dan penurunan, sehingga menciptakan peluang sekaligus tantangan. Sebagai bagian dari sistem ekonomi, pasar memiliki peran penting dalam mewujudkan kesejahteraan bagi kehidupan manusia.

Pasar adalah tempat bertemunya para pedagang dan pembeli untuk bertukar barang atau jasa. Pasar dapat berdiri jika memenuhi beberapa kriteria: adanya penjual, adanya pembeli, tersedianya barang atau jasa untuk dipertukarkan, dan adanya kesepakatan bersama antara para pihak yang terlibat.¹

Pasar dibagi menjadi dua jenis: pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional berfungsi sebagai tempat terjadinya interaksi langsung antara pedagang dan pembeli saat bertransaksi. Barang dagangan yang tersedia di sektor ini sering kali terdiri dari berbagai kebutuhan pokok, barang pertanian, dan barang perikanan. Pasar tradisional dicirikan oleh penetapan harga melalui negosiasi. Selain itu, interaksi di pasar tradisional bersifat langsung dan tanpa perantara. Pasar tradisional tersebar luas di Indonesia dan sering dikenal sebagai pasar rakyat, salah satu contohnya yaitu Pasar Beringharjo di Yogyakarta, yang berdiri sejak tahun 1925, merupakan pasar tradisional yang terkenal. Pasar yang terletak di Jalan Malioboro ini menawarkan beragam produk, termasuk batik, kerajinan tangan, dan kuliner khas Yogyakarta.²

Sejalan dengan pertumbuhan ekonomi yang pesat, tingkat persaingan bisnis juga meningkat termasuk di pasar tradisional. Seperti contoh, dijumpai beberapa kasus kecurangan dalam aktivitas jual beli di pasar tradisional di Indonesia diantaranya:

¹ Husain Insawan, Adzil Arsyi Sabana, and Abdil Wahid Mongkito, *Mikro Ekonomi Islam* (Jombang: Nakomu, 2021), h. 97

² Tulus Tambunan, *Pasar Tradisional Dan Peran UMKM* (Bogor: IPB Press, 2020), h.7

Tabel 1. Fenomena Kecurangan di Pasar Tradisional

No	Tempat	Bentuk Ketidakjujuran
1.	Pasar Legi Surakara	Pedagang memperjualbelikan ikan berformalin. ³
2.	Pasar Sekip Ujung Palembang	Terdapat pedagang ayam yang bermain harga mengatasnamakan pemerintah, serta menaikkan harga tidak wajar. ⁴
3.	Pasar Panorama Bengkulu	Timbangan yang digunakan oleh pedagang di pasar ini sering mengalami pengurangan sebesar 100-200 gram. ⁵

Sumber: dioalah oleh penulis

Fenomena ini dilakukan oleh para pedagang untuk mendapatkan keuntungan yang optimal dalam kegiatan jual beli. Tindakan para pedagang tersebut menunjukkan kurangnya pemahaman terhadap prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Etika dalam dunia usaha sangatlah penting, karena ketiadaan etika dapat mengakibatkan memburuknya tatanan masyarakat. Di era kontemporer, persaingan dalam dunia usaha semakin ketat. Oleh karena itu, penerapan etika yang tepat dalam berbisnis akan mempengaruhi keberhasilan dan keberlanjutan perusahaan yang bergerak di bidang penjualan produk.

Negara telah mengatur batasan bagi pebisnis, pedagang, dan pengusaha agar tidak bertindak sewenang-wenang dalam memperoleh keuntungan maksimal. Pengaturan tersebut tertuang Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Republik Indonesia disebutkan bahwa: Hak konsumen diantaranya hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan atau jasa; hak untuk memilih barang dan atau jasa serta

³ Zuhdiar Laeis, *JKPD Jateng Temukan Ikan Berformalin Di Pasar Tradisional*, <<https://www.antaraneews.com/berita/4308551/jkpd-jateng-temukan-ikan-berformalin-di-pasar-tradisional>>, diakses 08 Februari 2025

⁴ Pemerintah Kota Palembang, 'Sidak Pasar Tradisional, Damenta Temukan Pedagang Nakal', 2024 <<https://palembang.go.id/berita/sidak-pasar-tradisional-damenta-temukan-pedagang-nakal>>, diakses 08 Februari 2025

⁵ Medi Karya Saputra, *Pembeli Keluhkan Timbangan Tak Akurat, Ini Tanggapan Sekretaris Disperdagrin Kota Bengkulu* <<https://harianbengkuluexpress.bacakoran.co/read/27459/pembeli-keluhkan-timbangan-tak-akurat-ini-tanggapan-sekretaris-disperdagrin-kota-bengkulu>>, diakses 08 Februari 2025

mendapatkan barang dan atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian, apabila barang dan atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya; dan sebagainya.⁶ Dengan diberlakukannya undang-undang tersebut, diharapkan para pebisnis dapat meningkatkan kualitas serta pelayanan mereka, sehingga konsumen tidak mengalami kerugian dan merasa nyaman dalam berbelanja di pasar tradisional. Ketentuan yang tercantum dalam undang-undang tersebut secara jelas sejatinya selaras dengan prinsip etika bisnis Islam.

Nilai-nilai moral serta prinsip etika yang terkandung dalam Al-Qur'an menjadi landasan dalam penerapan etika bisnis Islam di sektor perdagangan. Hal ini sejalan dengan firman Allah dalam QS. An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: *Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*

Pernyataan dalam Ayat ini menggarisbawahi perlunya penerapan standar bisnis Islam bagi para pengusaha. Tafsir Ibnu Katsir menjelaskan bahwa Allah SWT melarang umat Islam mengambil harta orang lain secara melawan hukum. Ini mencakup praktik-praktik yang dilarang oleh hukum Islam, termasuk riba, perjudian, dan penipuan. Meskipun tindakan ini mungkin tampak sah, Allah SWT mengetahui motif sebenarnya di baliknya.⁷ Bisnis yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip Islam yang baik dan bijaksana akan meraih keuntungan dan kesuksesan, sehingga menumbuhkan kepercayaan publik. Para pelaku bisnis harus

⁶ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

⁷ Abul Fida Isma'il Ibnu Kasir Ad-Dimasyqi, *Tafsir Ibnu Kasir Juz 5* (Bandung: Sinar Baru Al-Gensindo, 2000), h. 37

mengakui hal ini dalam praktik sehari-hari mereka sesuai dengan keyakinan dan ajaran Islam.⁸

Etika bisnis Islam bertujuan untuk mengarahkan individu agar saling bekerja sama, saling membantu, dan menjauhi sifat iri hati, dendam, dan tindakan lain yang bertentangan dengan syariat. Lebih dari itu, etika Islam berfungsi sebagai pengatur kegiatan ekonomi, karena secara logis berlandaskan pada rasionalitas ilmu pengetahuan dan doktrin agama dalam menilai tindakan. Dalam konteks kehidupan bermasyarakat, prinsip-prinsip agama sering dijadikan tolok ukur untuk membedakan antara baik dan buruk, serta antara kezaliman dan keadilan. Oleh karena itu, pemahaman terhadap prinsip-prinsip etika bisnis Islam sangat penting bagi setiap individu yang terlibat dalam kegiatan ekonomi, termasuk para pengusaha dan pedagang. Hal ini terutama berlaku bagi para pedagang di pasar konvensional yang melakukan kegiatan perdagangan.

Pasar Tradisional Brayung di Kecamatan Mejobo, Kabupaten Kudus menjadi topik yang menarik untuk dibahas. Pasar ini termasuk pasar terbesar di wilayah Kudus Timur, terletak di Jalan Suryo Kusumo, Mejobo Wetan, Kecamatan Mejobo, Kabupaten Kudus. Pasar ini beroperasi sebagai pusat perdagangan yang selalu ramai, baik siang maupun malam, karena posisinya yang strategis dan dekat dengan banyak desa, antara lain Desa Mejobo, Jepang, Temulus, Kesambi, Hadiwarno, Tenggeles, Jojo, Sadang, dan Bulung. Pasar Brayung beroperasi mulai pukul 06.00 WIB pagi hingga sekitar pukul 15.00 WIB sore. Selain itu, Pasar Brayung juga memiliki berbagai acara di halamannya mulai sore hingga malam hari, yang sebagian besar diisi oleh pedagang makanan, pedagang pakaian, dan pedagang yang menyediakan mainan dan hiburan untuk anak-anak.

Selain didukung oleh letaknya yang strategis, pasar ini juga memiliki jumlah kios dan pelaku usaha yang banyak serta berperan sebagai pemasok kebutuhan bagi kecamatan lainnya. Pasar Brayung merupakan pasar yang dijadikan pusat perbelanjaan dan menawarkan berbagai macam produk untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Meskipun pasar ini sudah terjadi revitalisasi namun masih

⁸ Wahyu Mijil Sampurno, 'Implementation of Islamic Business Ethics and Its Impacts on Family Business', *Journal of Islamic Economics Lariba*, 2.1 (2016), h. 26

mempertahankan karakteristik dari pasar tradisional seperti struktur pasar yang terdiri dari lapak dan kios, serta dilengkapi dengan lorong-lorong dan area lesehan.

Menurut observasi awal penulis terhadap pedagang di Pasar Brayung menunjukkan bahwa beberapa pedagang menunjukkan perilaku yang tidak sesuai dengan norma bisnis Islam, ditunjukkan dengan sikap tidak ramah, yang ditandai dengan raut wajah yang muram saat berinteraksi dengan konsumen. Selain itu, beberapa pedagang tidak memberikan informasi yang tepat tentang barang dagangan mereka.⁹

Untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif, penulis akan memaparkan beberapa kasus terkait pelaksanaan transaksi jual beli di Pasar Brayung Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus diantaranya yaitu:

1. “Pedagang di pasar ini ada yang berbohong saat menjelaskan produk, kemarin saya beli panci anti lengket baru dipakai dua kali lapisan dalam pancinya pada mengelupas.” Pernyataan Ibu Nisaa’ pembeli di Pasar Brayung.¹⁰
2. Ibu Mustafiatun seorang pelanggan juga menghadapi kejadian yang sama saat berbelanja, beliau membeli jahe setengah kilo tetapi yang diberikan pedagang tidak ada setengah kilo dan benar sesampainya di rumah Ibu Mustafiatun menimbang kembali jahe ternyata tidak sampai setengah kilo.¹¹
3. Saudari Wina salah satu pembeli di pasar ini juga mendapati pedagang yang berbuat kecurangan, ketika ia melewati los pedagang sayur ada pedagang yang Mencampurkan sayuran segar dengan sayuran yang sudah layu.¹²

⁹ Hasil pengamatan langsung (observasi), pada tanggal 12 Februari 2025

¹⁰ Wawancara dengan Ibu Nisaa’ pembeli di Pasar Tradisional Brayung, pada tanggal 12 Februari 2025

¹¹ Wawancara dengan Ibu mustafitun pembeli di Pasar Tradisional Brayung, pada tanggal 12 Februari 2025

¹² Wawancara dengan Saudari Wina pembeli di Pasar Tradisional Brayung, pada tanggal 12 Februari 2025

Dari sejumlah kasus tersebut, muncul pertanyaan mengenai alasan di balik perilaku para penjual. Apakah tindakan tersebut terjadi karena ketidaktahuan mereka dalam melaksanakan aktivitas jual beli, ataukah dilakukan secara sengaja. Padahal, sudah dapat dipastikan bahwa aktivitas jual beli sebaiknya tidak dilakukan hanya berdasarkan keinginan serta cara sendiri yang berpotensi merugikan pihak lain. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis ingin mendalami lebih lanjut melalui sebuah penelitian ilmiah dengan judul: **Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional Brayung Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan dalam latar belakang tersebut, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pemahaman pedagang di Pasar Brayung Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus mengenai etika bisnis Islam?
2. Bagaimana penerapan etika bisnis Islam pada transaksi jual beli di Pasar Brayung Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus?

C. Tujuan Penelitian

Dengan merujuk pada rumusan masalah, tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pemahaman pedagang di Pasar Brayung Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus mengenai etika bisnis Islam.
2. Untuk mengetahui penerapan etika bisnis Islam pada transaksi jual beli di Pasar Brayung Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini berpartisipasi dalam memperkaya wawasan pengetahuan dan teknologi, terutama dalam teori ekonomi Islam, berperan dalam mendukung penerapan etika bisnis dalam transaksi jual beli di pasar tradisional.

2. Bagi Pedagang

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan rekomendasi kepada para pedagang mengenai prinsip-prinsip etika bisnis dalam Islam.

3. Bagi Masyarakat

Diharapkan masyarakat luas dapat memahami tata cara jual beli yang sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam.

E. Kajian Pustaka

Penelitian sebelumnya bertujuan untuk mendapatkan referensi yang dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dalam penerapan etika bisnis Islam pada transaksi jual beli. Oleh karena itu, dalam kajian pustaka ini peneliti akan menyajikan temuan-temuan dari penelitian terdahulu sebagai berikut:

1. Nurul Tari Rahmawati, Mulyadi Kosim dan Sutisna (2023), dengan judul Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional: Studi Kasus Pasar Leuwiliang, Kab. Bogor. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis yang komprehensif tentang penerapan prinsip-prinsip bisnis Islam dalam transaksi jual beli di pasar konvensional, khususnya di Pasar Leuwiliang. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif, termasuk wawancara dengan pedagang dan pembeli. Temuan penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang dan pembeli memiliki pemahaman yang kuat tentang prinsip-prinsip bisnis Islam. Meskipun demikian, beberapa pedagang terus terlibat dalam kegiatan penipuan, termasuk pengukuran yang salah, penimbunan komoditas, dan perilaku perdagangan monopoli. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan praktik bisnis Islam di Pasar Tradisional Leuwiliang belum sepenuhnya optimal.¹³

¹³ Nurul Tari Rahmawati, Mulyadi Kosim, and Sutisna Sutisna, 'Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional', *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4.4 (2022). h. 894–907.

2. Wahidah, Z. (2023), dengan judul Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Etika Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan aktivitas jual beli di Pasar Kamis Lipat Kajang. Metodologi yang digunakan adalah penelitian lapangan dengan teknik kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang telah menganut ajaran hukum Islam dalam praktik perdagangan mereka. Meskipun demikian, beberapa pedagang terlibat dalam praktik yang tidak etis untuk mendapatkan keuntungan besar, seperti mengurangi berat produk, melarang pengembalian barang yang dibeli, dan menyebarkan informasi yang menyesatkan tentang kualitas komoditas. Dari sudut pandang hukum Islam, tindakan ini dilarang karena bertentangan dengan prinsip-prinsip integritas dan keadilan dalam perdagangan. Akibatnya, pedagang harus memahami dan membedakan antara perilaku yang diizinkan dan yang bertentangan dengan norma-norma etika bisnis Islam.¹⁴
3. Tyas Fariha Syahputri (2022), dengan judul Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Sembako Di Pasar Kedurus Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan prinsip-prinsip bisnis Islam dalam jual beli sembako di Pasar Kedurus, Surabaya. Metodologi yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif, meliputi pendekatan pengumpulan data seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam di pasar mencakup empat prinsip utama: kesatuan, keseimbangan, pilihan bebas, dan akuntabilitas. Namun demikian, ide kejujuran belum sepenuhnya dijalankan oleh para pedagang karena mereka gagal memberikan informasi yang akurat tentang kualitas produk mereka kepada konsumen. Meskipun demikian, transaksi jual beli di Pasar Kedurus telah sesuai dengan rukun jual beli, dengan berbagai bentuk transaksi yang diterapkan, seperti *ba'i an-naqd*, *ba'i salam*, *ba'i ajal*, dan *ba'i*

¹⁴ Wahidah Z, 'Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Etika Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional', *Abdurrauf Journal Of Islamic Studies (ARJIS)*, Volume 2, (2023), h. 31–43.

musawamah. Selain itu, jenis khiyar yang paling sering ditemukan adalah *khiyar majlis dan khiyar aib*.¹⁵

4. M. Rafid Marwal (2021), dengan judul Implementasi Etika Transaksi Jual Beli Dalam Islam Pada Pasar Tradisional Di Watampone. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan tentang pemahaman pedagang dan pembeli tentang etika bisnis di pasar tradisional Watampone dan penerapan etika bisnis Islam. Metodologi yang digunakan adalah penelitian lapangan kualitatif dengan menggunakan perspektif normatif sosial, ekonomi, dan agama. Temuan penelitian menunjukkan bahwa baik penjual maupun pembeli memiliki pemahaman yang luas tentang etika dalam transaksi jual beli, khususnya di pasar tradisional Watampone. Penggunaan standar etika Islam dalam operasi perdagangan pasar masih belum optimal, karena tindakan penipuan terus berlanjut dalam proses pembelian dan penjualan.¹⁶
5. Ihna Nilava dan Ahmad Fauzi (2020), dengan judul Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional Ngronggo Kota Kediri. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara komprehensif konsep etika bisnis Islam dengan menggunakan metodologi deskriptif kualitatif. Data penelitian ini dikumpulkan melalui metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini mengkaji penerapan prinsip bisnis Islam dalam transaksi komersial di Pasar Tradisional Ngronggo, Kota Kediri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang telah mengadopsi prinsip bisnis Islam, meskipun sebagian kecil belum sepenuhnya mematuhi.¹⁷
6. Ifdholul Maghfur, Maulidatul K, dan Muhammad Fahmul Iltiham (2019), dengan judul Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Untuk

¹⁵ Tyas Fariha Syahputri and Sri Abidah Suryaningsih, 'Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Sembako Di Pasar Kedurus Surabaya', *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5.1 (2022), h. 146–59.

¹⁶ M. Rafid Marwal, 'Implementasi Etika Transaksi Jual Beli Dalam Islam Pada Pasar Tradisional Di Watampone', *Jurnal Al-Tsarwah*, 4 Nomer 2 (2021), h. 73-100

¹⁷ Ihna Nilava and Ahmad Fauzi, 'Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional Ngronggo Kota Kediri', *At-Tamwil*, Vol. 2 No. (2020), h. 139–52.

Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di Pasar Nongkojajar Kecamatan Tuter Kabupaten Pasuruan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan prinsip bisnis Islam pada pedagang di Pasar Tradisional Nongkojajar dan menilai sejauh mana penerapannya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif, dengan pendekatan pengumpulan data melalui wawancara dengan personel BUMDesa Wonosari, pedagang, dan pengunjung pasar. Hasil pengamatan terhadap pedagang dan pekerja menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam pada umumnya efektif, sebagaimana dinilai dari lima tolok ukur utama. Meskipun demikian, masih terdapat perbedaan perspektif antara penjual dan pembeli selama proses transaksi berlangsung, sehingga pelaksanaannya kurang optimal.¹⁸

Beberapa penelitian tersebut memiliki karakteristik yang sejalan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yakni tentang penerapan etika bisnis Islam pada transaksi jual beli di pasar tradisional. Namun penelitian ini, memiliki *research gap* diantaranya:

1. Penelitian ini dilakukan pada periode dan tempat yang berbeda akan menghasilkan data yang berbeda pula.
2. Penelitian ini lebih berfokus pada perilaku pedagang dan konsumen serta interaksi mereka berdasarkan nilai-nilai Islam.
3. Penelitian ini mencakup semua bentuk jual beli di Pasar Brayung.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian lapangan, yaitu penelitian yang meliputi penyelidikan langsung terhadap pokok bahasan. Penelitian ini menggunakan teknik kualitatif untuk memahami pengalaman subjek, termasuk perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan. Dalam metode kualitatif, data yang terkumpul tidak dikenai analisis statistik, melainkan diolah

¹⁸ Maghfur Ifdholul, Maulidatul K, and Muhammad Fahmul Iltiham, 'Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di Pasar Nongkojajar Kecamatan Tuter Kabupaten Pasuruan', *Mu'allim*, volume 1 n (2019), h. 339–57.

secara induktif untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang subjek penelitian.¹⁹

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Brayung, Kecamatan Mejobo, Kabupaten Kudus.

3. Sumber data

Sumber data dalam penelitian mengacu pada subjek yang menjadi asal diperolehnya informasi. Pada penelitian ini, data yang digunakan dikelompokkan ke dalam dua jenis, yakni data primer dan data sekunder:

a. Data Primer

Data primer merupakan informasi utama yang diperoleh langsung dari sumber aslinya dan memerlukan pengolahan lebih lanjut. Penelitian ini memperoleh data primer langsung dari lokasi penelitian melalui wawancara dan observasi terhadap pedagang di Pasar Brayung, serta informan terkait lainnya.²⁰

b. Data Sekunder

Data sekunder mengacu pada informasi yang diperoleh dari sumber lain yang bukan merupakan fokus utama penelitian. Data ini sering kali tersedia dalam bentuk dokumentasi atau laporan yang mudah diakses. Penelitian ini menggunakan bahan sekunder termasuk buku, jurnal ilmiah, dan makalah penelitian sebelumnya yang terkait dengan subjek yang diteliti.²¹

4. Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini adalah:

a. Observasi

Observasi didefinisikan sebagai suatu proses melihat, mengamati, dan

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif R&D* (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 209

²⁰ Amirudin and Zainal Asikin, *Pengantar Metode Dan Penelitian Hukum* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2003), h. 30

²¹ Sugiyono..., h. 137

mencermati, serta merekam perilaku secara sistematis untuk suatu tujuan tertentu. Observasi merupakan aktivitas pengumpulan data yang bertujuan untuk memperoleh informasi guna menghasilkan kesimpulan atau diagnosis.²² Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini bersifat partisipasi pasif, yakni peneliti hadir di lokasi penelitian tanpa terlibat langsung dalam aktivitas jual beli yang dilakukan oleh objek yang diamati.

b. Wawancara

Untuk meningkatkan penelitian dan memperoleh pengetahuan Pendekatan wawancara digunakan untuk meningkatkan penelitian dan mengumpulkan wawasan dari sumber-sumber terkait, termasuk pandangan, pengalaman, perasaan, dan ide. Esterberg mengkarakterisasikan wawancara sebagai dialog antara dua individu yang dimaksudkan untuk memfasilitasi aliran informasi dan ide melalui kerangka tanya jawab. Kontak ini mendorong komunikasi yang memungkinkan terbentuknya makna bersama untuk suatu isu tertentu. Penelitian ini menggunakan metodologi wawancara semi-terstruktur, menggunakan serangkaian pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya. Meskipun demikian, selama pelaksanaannya, wawancara tetap dapat disesuaikan, yang memungkinkan munculnya pertanyaan tambahan yang relevan untuk mendapatkan wawasan yang lebih komprehensif dari informan.²³

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang mencakup foto, arsip, atau laporan, yang dilengkapi dengan deskripsi sebagai bukti yang menguatkan dalam penelitian.²⁴ Dalam penelitian ini, dokumentasi data diperoleh dari kantor arsip Pasar Brayung yang berperan sebagai pendukung dalam proses penelitian.

²² Haris Herdiansyah, *Wawancara, Observasi, Dan Focus Groups: Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif* (Rajawali Press, 2013), h. 132

²³ Dajm'an Satoridian and Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 146

²⁴ Sugiyono....., h. 145

5. Analisis Penelitian

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, yaitu dengan mengumpulkan data sesuai dengan kondisi nyata. Data yang diperoleh kemudian diorganisasi, diproses, dan dianalisis guna memberikan gambaran yang jelas mengenai permasalahan yang dikaji.²⁵

Data yang diperoleh dalam penelitian ini tidak disajikan dalam bentuk numerik atau statistik, tetapi dalam bentuk kata-kata, gambar, dan perilaku yang memiliki makna lebih luas daripada hanya angka atau tingkat kejadian. Peneliti menganalisis data dengan menyajikan gambaran situasi yang diteliti dalam bentuk narasi, sesuai dengan kondisi sebenarnya, untuk menjawab semua pertanyaan penelitian. Tahapan yang diterapkan dalam pengelolaan data adalah sebagai berikut:²⁶

a) Reduksi data

Reduksi data merupakan proses reduksi dan pemilihan data. dengan merangkum informasi yang paling sesuai, memfokuskan pada aspek utama, serta mengidentifikasi pola dan tema yang muncul. Proses ini diperlukan karena dalam penelitian, data yang diperoleh cenderung berlimpah, beragam, dan kompleks. Dengan mereduksi data, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih terstruktur dan menyederhanakan proses analisis lebih lanjut serta mempermudah pencarian data saat dibutuhkan.

b) Penyajian Data

Penyajian data adalah proses menyusun dan menampilkan informasi dalam format yang terstruktur, sehingga mempermudah penarikan kesimpulan. Penyajian data disesuaikan dengan permasalahan yang telah dirumuskan. Dengan demikian, diharapkan mampu memberikan penjelasan serta jawaban atas permasalahan yang dikaji.

²⁵ Sugiyono....., h. 105

²⁶ M. Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana, 2007), h. 149

c) Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah tahap akhir pada penyusunan laporan penelitian. Kesimpulan yang telah diperoleh kemudian diverifikasi dengan meninjau kembali catatan lapangan untuk memastikan keakuratan pemahaman. Langkah ini dilakukan secara sistematis agar data yang dikumpulkan dan diinterpretasikan tetap valid, sehingga kesimpulan yang dihasilkan dapat dipercaya dan dipertanggungjawabkan.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang diterapkan sebagai langkah-langkah pada penyusunan skripsi yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas berbagai aspek penelitian, meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, metode penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : PEMBAHASAN UMUM TENTANG TOPIK ATAU POKOK BAHASAN

Bab ini mengulas berbagai teori dan referensi yang menjadi landasan dalam mendukung penelitian ini, termasuk teori tentang etika bisnis Islam, konsep jual beli, serta pasar tradisional.

BAB III : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Bab ini menyajikan gambaran umum tentang Pasar Brayung, termasuk lokasi geografisnya, kepemilikan, struktur organisasi, jumlah pedagang, sarana dan prasarana, serta perilaku pedagang. Selain itu, bab ini juga menguraikan sejarah dan perkembangan Pasar Brayung dari waktu ke waktu.

BAB IV : PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan secara keseluruhan tentang pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli di Pasar Brayung, Kecamatan Mejobo, Kabupaten Kudus.

BAB V : PENUTUP

Bab ini menyajikan hasil temuan penelitian, yang mencakup kesimpulan dari seluruh pembahasan serta saran dan rekomendasi berdasarkan kesimpulan yang diperoleh.

BAB II

PEMBAHASAN UMUM TENTANG TOPIK ATAU POKOK BAHASAN

A. Etika Bisnis

Etika berasal dari kata *ethos* dalam bahasa Yunani, yang memiliki makna kebiasaan (*custom*) atau karakter (*character*).²⁷ Etika merupakan bagian dari filsafat moral yang mengkaji sikap dan perilaku terkait prinsip tentang baik dan buruk. Bisnis digambarkan sebagai aktivitas manusia yang dilakukan untuk menghasilkan uang atau laba, yang ditujukan untuk memenuhi keinginan dan ambisi hidup melalui pengelolaan sumber daya ekonomi yang optimal dan tepat.²⁸

Etika bisnis dipandang sebagai norma dan prinsip yang mengatur perilaku semua personel dalam suatu bisnis, mulai dari pimpinan hingga pekerja, dalam pelaksanaan tugas dan tanggung jawab sehari-hari. Dalam menjalankan suatu perusahaan, kecerdasan, keterampilan, dan kecakapan teknis saja tidak cukup. Tujuan utamanya adalah untuk menetapkan moralitas sebagai dasar yang mendasar. Prinsip bisnis yang baik adalah prinsip yang didasarkan pada standar etika, mematuhi norma moral, dan mematuhi peraturan dan ketentuan yang relevan. Nilai-nilai yang dianggap penting dalam etika bisnis meliputi:²⁹

1. Kebebasan
2. Keadilan
3. Tanggung jawab
4. Kepercayaan
5. Kemajuan
6. Kemakmuran
7. Keberlanjutan
8. Rasionalitas

Nilai-nilai tersebut adalah pengetahuan dasar yang harus dimiliki oleh setiap pelaku usaha, baik pengusaha skala kecil maupun manajer di perusahaan besar. Nilai-nilai ini berperan sebagai kompetensi etika fundamental yang tidak hanya

²⁷ Faisal Badroen, *Etika Dalam Bisnis Islam* (Jakarta: Prenada Media Group, 2006), h. 5

²⁸ Badroen.h.6

²⁹ Hikma Niar, K. T. Kustina, and dkk, *Etika Bisnis (Dinamika Persaingan Usaha)* (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2023), h. 3

diterapkan oleh pemimpin perusahaan, melainkan oleh seluruh karyawan. Selain itu, nilai-nilai ini menjadi landasan utama dalam perumusan kode etik perusahaan serta membentuk dasar bagi perkembangan budaya perusahaan secara keseluruhan.³⁰

Etika bisnis bertujuan untuk mengatur dan menilai sejauh mana perusahaan menerapkan nilai-nilai moral dalam operasionalnya yang meliputi semua aspek bisnis dari produksi hingga pemasaran termasuk aspek administratif dan keuangan menjadi fokus kajian etika bisnis.³¹ Etika bisnis mencakup beberapa jenis yang perlu dipertimbangkan, di antaranya sebagai berikut:³²

1. Etika Bisnis Produksi

Produksi adalah aktivitas yang bertujuan menambah manfaat dan kegunaan suatu barang atau jasa. Pada etika bisnis, penentuan produk dilakukan untuk menyesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, dengan mempertimbangkan aspek manfaat serta relevansi produk. Selain itu, produk yang dihasilkan juga sebaiknya memiliki potensi untuk memberikan nilai tambah yang tinggi serta mampu memberikan kepuasan positif bagi konsumen.

2. Etika Bisnis Promosi

Etika promosi mengedepankan kebenaran, kejujuran, serta objektivitas dalam penyampaian pesan faktual, bertujuan untuk menumbuhkan kepercayaan serta loyalitas masyarakat terhadap perusahaan.

3. Etika Bisnis Distribusi

Distribusi produk bertujuan guna memastikan akurasi dan kecepatan dalam pengiriman produk hingga sampai ke konsumen, menjaga keamanan produk dari kecacatan, serta berperan sebagai media kompetisi dalam memenuhi kebutuhan masyarakat secara tepat waktu. Dalam etika bisnis, distribusi harus dilakukan dengan efisien sehingga produk dapat dengan mudah diakses oleh konsumen saat dibutuhkan.

³⁰ Agus Wibowo, *Etika Bisnis* (Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2022), h. 32

³¹ Bosman Butarbutar, 'Peranan Etika Bisnis Dalam Bisnis', *Jurnal Manajemen Ilmu Terapan*, 1.1 (2019), h. 191

³² Niar, Kustina, and dkk., h. 8

B. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika bisnis terdiri dari kerangka nilai yang membedakan yang baik dari yang jahat dan yang benar dari yang salah dalam lingkup perusahaan, yang didasarkan pada prinsip-prinsip moral. Etika bisnis adalah kerangka konsep dan standar yang mewajibkan para pelaku bisnis untuk bertindak secara bertanggung jawab dalam melakukan transaksi, berinteraksi, dan membina hubungan untuk mencapai tujuan perusahaan secara etis dan berkelanjutan.

Sementara itu, fokus utama etika Islam terletak pada kebebasan manusia dalam bertindak serta menanggung tanggung jawab yang didasarkan pada keyakinannya terhadap kemahakuasaan Tuhan. Namun, kebebasan ini tidak bersifat mutlak, melainkan memiliki batasan tertentu. Dengan kebebasan tersebut, manusia memiliki kemampuan untuk menentukan pilihan antara kebaikan dan keburukan, kebenaran dan kesalahan, serta kehalalan dan keharaman. Dalam Islam, bisnis dipahami sebagai upaya manusia dalam mencari keridhaan Allah SWT. Tujuan bisnis tidak semata-mata berorientasi pada keuntungan jangka pendek dan kepentingan individu semata, tetapi juga mencakup orientasi jangka panjang. Hal ini mencakup tanggung jawab terhadap diri sendiri, masyarakat, negara, serta kepatuhan kepada Allah SWT.³³

Etika bisnis Islam pada dasarnya adalah perwujudan dari nilai, standar etika, dan prinsip Islam yang menjadi fondasi pada setiap tindakan dan perilaku pelaku bisnis, membentuk karakter dan kebiasaan yang berlandaskan ajaran agama; ini bukan sekadar seperangkat aturan, melainkan juga cerminan dari keyakinan dan ketaatan kepada Allah SWT, yang tercermin dalam setiap aspek kegiatan bisnis, mulai dari transaksi jual beli hingga interaksi dengan karyawan dan pelanggan, sehingga menciptakan lingkungan bisnis yang adil, jujur, dan bertanggung jawab, serta membawa keberkahan bagi semua pihak yang terlibat.³⁴

³³ Badroen, h.70

³⁴ Disfa Lidian Handayani, 'Etika Bisnis Islam: Sebuah Kajian Komparatif', *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4.1 (2019), h.56

Muhammad Djakfar mengemukakan bahwa etika bisnis Islam adalah asas-asas moral yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadis, yang harus ditaati oleh setiap individu dalam berbisnis. Pada hakikatnya, etika bisnis yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah, seperti halnya etika bisnis kontemporer, tidak dapat dipandang secara terpisah, tetapi harus dipahami sebagai suatu kesatuan yang terpadu. Etika bisnis Islam harus diakui sebagai suatu disiplin akademis yang dapat melahirkan berbagai bidang studi, sekaligus sebagai kerangka kerja praktis bagi para pelaku bisnis dalam menjalankan kegiatan bisnis sehari-hari.³⁵

Menurut Thuba Jazil dan Nur Hendrasto Etika bisnis Islam merupakan wujud dari nilai-nilai, standar moral, dan prinsip-prinsip Islam yang menjadi fondasi pada setiap tindakan dan perilaku pelaku bisnis, membentuk karakter dan kebiasaan yang berlandaskan ajaran agama; ini bukan sekadar seperangkat aturan, melainkan juga cerminan dari keyakinan dan ketaatan kepada Allah SWT, yang tercermin dalam setiap aspek kegiatan bisnis, mulai dari transaksi jual beli hingga interaksi dengan karyawan dan pelanggan, sehingga menciptakan lingkungan bisnis yang adil, jujur, dan bertanggung jawab, serta membawa keberkahan bagi semua pihak yang terlibat.³⁶

Johan Arifin mengutip A. Hanafi dan Hamid Salam, yang menyatakan bahwa etika bisnis Islam mencakup penerapan prinsip-prinsip moral Islam pada aktivitas komersial, yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits. Etika ini didasarkan pada enam prinsip dasar: kejujuran, kepercayaan, ketulusan, persaudaraan, pengetahuan, dan keadilan.³⁷

Dari ketiga pendapat yang dikemukakan, dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam yaitu kumpulan prinsip-prinsip moral berlandaskan Al-Qur'an dan Hadits, yang menjadi pegangan bagi setiap pelaku bisnis dalam menjalankan aktivitasnya.

³⁵ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam* (Malang: UIN Malang Press, 2008), h. 84

³⁶ Thuba Jazil and Nur Hendrasto, *Prinsip & Etika Bisnis Syariah* (Bandung: Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2021), h. 40

³⁷ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami* (Semarang: Walisongo Press, 2009), h. 74

2. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam berfungsi sebagai pedoman dalam mengelola usaha yang berlandaskan Al-Qur'an, Hadis, serta hukum yang telah dirumuskan oleh para ahli fikih. Para cendekiawan dalam studi Islam telah merumuskan berbagai prinsip dasar dalam etika bisnis Islam. Salah satunya, Syed Nawad Haider Naqvi, mengajukan empat prinsip utama, yaitu kesatuan (*tauhid*), keseimbangan atau kesetaraan (*al-adl wa al-ihsān*), kehendak bebas (*ikhtiyār*), dan tanggung jawab (*fardh*).³⁸

Selanjutnya, Rafik Issa Beekun mengklasifikasikan prinsip etika bisnis Islam ke dalam lima aspek utama, yaitu kesatuan (*tauhid*), keseimbangan (*adl*), kehendak bebas (*ikhtiyār*), tanggung jawab (*fard*), dan kebaikan (*ihsān*). Sementara itu, menurut Abdul Aziz, terdapat lima prinsip dasar dalam etika bisnis Islam yang mencakup prinsip kesatuan, keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran.³⁹

Berdasarkan berbagai pandangan yang telah disampaikan, dalam penelitian ini mengacu pada pendapat Rafik Issa Beekun yang membagi etika bisnis Islam ke dalam lima prinsip diantaranya yaitu:

a. Prinsip Kesatuan (*Tauhid*)

Tauhid berarti bahwa Allah, Tuhan Yang Maha Esa, menetapkan peraturan tertentu untuk perilaku manusia sebagai khalifah, dengan tujuan memberikan keuntungan kepada individu sekaligus melindungi hak-hak orang lain. Prinsip tauhid ini mendorong konvergensi dimensi agama dan ekonomi, mendorong perdamaian dan stabilitas di antara manusia sekaligus menanamkan kesadaran abadi akan pengawasan ilahi.⁴⁰

Dalam pengertian ini, manusia akan menyadari bahwa setiap aktivitas kehidupannya, termasuk dalam bidang ekonomi, selalu tercatat dan terpantau. Hal ini dikarenakan sifat Allah SWT sebagai Raqib (Maha Melihat) yang

³⁸ An Ras Try Astuti, *Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)* (Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2022), h. 78

³⁹ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 46

⁴⁰ Aziz..., h. 47

selalu mengamati setiap langkah ciptaan-Nya.⁴¹

Landasan utama yang diberfungsikan sebagai pedoman untuk setiap Muslim dalam menjalani kehidupan adalah prinsip kesatuan, yang berakar pada keyakinan tauhid atau ilahiyah. Prinsip ini menempatkan ridha Allah dan kepatuhan terhadap syariat-Nya sebagai titik tolak dari segala tindakan, termasuk dalam kegiatan bisnis dan distribusi. Dengan demikian, setiap langkah seorang Muslim yang beriman didasarkan pada tujuan ilahiyah, menjadikannya pondasi filosofis yang kokoh. Implementasi konsep kesatuan ini dalam praktik bisnis tercermin dalam tiga aspek penting diantaranya:⁴²

1. Pengusaha Muslim menolak segala bentuk diskriminasi terhadap karyawan, pemasok, pembeli, atau pihak lainnya berdasarkan ras, warna kulit, jenis kelamin, atau agama.
2. Menghindari praktik bisnis yang tidak etis yang didorong oleh kesadaran akan larangan-larangan agama.
3. Menolak penimbunan kekayaan yang berlebihan, mencerminkan komitmen terhadap keadilan dan keseimbangan dalam distribusi sumber daya.

b. Prinsip Keadilan (*Adl*)

Prinsip keadilan mengamanatkan agar setiap orang diperlakukan secara adil menurut standar yang tidak memihak, dengan menggunakan kriteria yang rasional, objektif, dan dapat dipertanggungjawabkan. Keadilan mensyaratkan agar tidak ada pihak yang dirugikan hak atau kepentingannya. Islam mengamanatkan agar setiap individu menjaga keseimbangan dalam interaksi profesional dan ekonominya, terutama dengan pihak-pihak yang tidak diinginkan.⁴³

Keseimbangan atau keadilan bukan hanya merupakan sifat yang melekat, tetapi juga merupakan sifat dinamis yang harus diusahakan oleh setiap Muslim dalam kehidupan sehari-hari. Allah SWT menggarisbawahi perlunya keadilan dan keseimbangan dengan menunjuk umat Islam sebagai ummatan

⁴¹ Djakfar..., h.13

⁴² Beekun..., h. 22

⁴³ Aziz..., h. 48

wasatan (umat yang moderat).⁴⁴ Untuk mempertahankan keseimbangan antara mereka yang memiliki kelebihan dan kekurangan, Allah SWT mengajarkan pentingnya berbagi dan melarang perilaku konsumtif yang berlebihan.

Ide keadilan Islam menekankan perlunya menghormati hak-hak individu, hak-hak komunal, hak-hak universal, dan hak-hak Allah dan Rasul-Nya sebagai kewajiban moral mendasar setiap manusia. Semua hak ini harus dijalankan sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah. Mengabaikan salah satu di antaranya dapat mengakibatkan ketidakadilan. Akibatnya, orang yang berperilaku adil akan lebih dekat dengan ketakwaan.

c. Prinsip Kehendak Bebas (*Ikhtiyār*)

Kebebasan mengandung makna bahwa manusia, baik sebagai individu maupun kelompok, memiliki hak sepenuhnya untuk menjalankan kegiatan bisnis. Di dalam konteks ekonomi, seseorang diberi kebebasan menerapkan prinsip-prinsip Islam, dikarenakan ekonomi merupakan bagian aspek *muamalah* bukan ibadah. Oleh karena itu, berlaku kaidah umum bahwa segala sesuatu diperbolehkan kecuali yang dilarang. Dalam Islam, yang dilarang dalam aktivitas ekonomi yaitu praktik ketidakadilan dan riba.

Sebagai khalifah di bumi, manusia memiliki otonomi untuk memilih jalan mereka dalam mengejar tujuan mereka. Namun demikian, kebebasan yang diberikan oleh Allah harus digunakan sebagai mekanisme untuk mengarahkan individu menuju kehidupan yang lebih baik sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Akibatnya, kebebasan bertindak dapat digunakan dalam beberapa dimensi kehidupan, khususnya dalam ekonomi dan bisnis.⁴⁵

d. Prinsip Tanggungjawab (*Fard*)

Dalam dunia bisnis, tanggung jawab harus diwujudkan dalam dua aspek, yaitu secara *vertikal* kepada Allah dan secara *horizontal* kepada masyarakat atau konsumen. Dalam praktiknya, tanggung jawab bisnis dapat dijalankan dengan transparansi, kejujuran, pelayanan yang optimal, serta komitmen untuk memberikan yang terbaik dalam setiap aspek usaha.

⁴⁴ Djakfar..., h. 147

⁴⁵ Muhammad, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004), h.56

Gagasan akuntabilitas dalam Islam memiliki banyak segi, mencakup berbagai dimensi baik pada tingkat individu maupun organisasi atau sosial, yang harus ditangani secara bersamaan. Sayyid Qutub menegaskan bahwa Islam menganjurkan prinsip akuntabilitas yang seimbang di semua dimensi, termasuk keseimbangan antara tubuh dan jiwa, individu dan keluarga, serta di berbagai kelompok masyarakat.⁴⁶

e. Prinsip Kebajikan (*Ihsān*)

Prinsip ini mencakup dua elemen, yaitu kebajikan dan kejujuran. Kebajikan dalam bisnis tercermin melalui perilaku tulus serta ramah dalam berinteraksi (*muamalah*), sementara kejujuran diwujudkan dalam seluruh proses bisnis yang bebas dari unsur penipuan. Dengan menerapkan prinsip kebajikan, etika bisnis Islam berperan dalam menjaga keseimbangan serta mencegah potensi kerugian bagi salah satu pihak dalam transaksi, kerja sama, atau perjanjian bisnis.⁴⁷

Keihsanan merupakan tindakan mulia yang memiliki pengaruh luas dalam berbagai aspek kehidupan dan senantiasa menempati posisi istimewa di sisi Allah. Sikap kemurahan hati (*leniency*) sering dikaitkan dengan keihsanan, terutama ketika diterapkan dalam bentuk perilaku sopan, santun, pemaaf, serta kemudahan dalam membantu orang lain yang mengalami kesulitan. Menurut Al-Ghazali, ada tiga prinsip dalam penerapan keutamaan, yaitu memberi waktu kepada debitur untuk melunasi kewajibannya, bahkan jika perlu untuk meringankan utangnya; bersedia menerima kembali barang yang telah dibeli; dan melunasi utang sebelum jatuh tempo. Dalam dunia bisnis, penerapan prinsip ihsan dapat didukung melalui sikap dermawan, adanya motif pelayanan, dan kesadaran akan keberadaan Allah serta kepatuhan terhadap aturan yang menjadi prioritas dalam menjalankan bisnis.

Nabi Muhammad SAW adalah contoh sempurna dalam berdagang. Beliau memulai usahanya di usia muda dan terkenal dengan kejujuran dan keramahannya. Keberhasilan usaha beliau bukan hanya diukur dari aspek materi, tetapi juga dari

⁴⁶ Beekun..., h. 23

⁴⁷ Aziz..., h. 50

keberkahan rezeki dan terjalinnya persaudaraan Islam yang kokoh melalui kemitraan dan persahabatan.⁴⁸ Etika bisnis yang dicontohkan Rasulullah dalam menjalankan usaha yaitu:⁴⁹

1. Kejujuran

Kejujuran yaitu aspek yang sangat krusial dalam berbisnis, karena merupakan dasar untuk membangun kepercayaan. Dalam keseharian, Nabi Muhammad SAW menunjukkan integritas yang tinggi terutama dalam berdagang. Beliau tidak pernah curang dalam timbangan, selalu transparan tentang kondisi barang dagangannya, baik kelebihan maupun kekurangannya. Bahkan, beliau sering memberi lebih dari yang seharusnya kepada pembeli. Karena kejujurannya yang luar biasa, beliau dijuluki Al-Amin yang berarti orang yang dapat dipercaya.

Kejujuran merupakan pondasi utama dalam berbisnis yang barokah, sebagaimana diajarkan dalam Al-Qur'an Surah Asy-Syu'ara (26:181-183):

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ۝ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۝ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ۝

Artinya: *Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan, dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi ini dengan membuat kerusakan.*

2. Berlaku jujur dalam setiap transaksi pengukuran

Dilarang melakukan *gharar*, baik dalam hal takaran, ukuran, maupun timbangan seharusnya sesuai dengan ketentuan. Seperti yang tercantum dalam firman Allah dalam Surat Al-Mutaffifin ayat 1-3:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ۝ الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ۝ وَإِذَا كَالُواهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ۝

Artinya: *Celakalah untuk orang yang tidak jujur, yakni orang yang jika menerima takaran dari yang lain, mereka meminta dicukupi, dan jika mereka membuat takaran atau penimbangan sesuai bagi yang lain, mereka mengurangi.*

⁴⁸ Veithzal Rivai Zainal, Nova Sri Hendriyeni, and Marwini, *Meneladani Berbisnis Ala Rasulullah SAW* (Sidoarjo: Indomedia Pustaka, 2022), h. 43

⁴⁹ Nandang Ihwanudin and others, *Etika Bisnis Dalam Islam (Teori Dan Aplikasi)* (Bandung: Penerbit Widina Bhakti Persada, 2022), h. 10

3. Tidak mencela atau merendahkan dagangan orang lain

Apabila kita ingin menjalankan perniagaan, hendaklah kita melakukannya dengan cara mengikuti ajaran agama. Tidak menghina atau merendahkan usaha orang lain dengan tujuan menarik pembeli. Rasulullah SAW bersabda: “Janganlah seseorang di antara kalian menjual dengan cara menjelekkan apa yang dijual yang lainnya.” (HR. Muttafaq 'alaih).

4. Tidak menimbun barang (*Ihtikar*)

Dilarang melakukan ihtikar, yaitu menimbun barang dagangan pada waktu tertentu dengan tujuan untuk menaikkan harga agar memperoleh keuntungan besar. Ketahuilah bahwa menimbun barang merupakan tindakan yang *dzalim*.

Nabi Muhammad SAW bersabda, sebagaimana yang diriwayatkan oleh Ma'mar bin Abdullah, “Tidaklah seseorang melakukan penimbunan melainkan dia adalah pendosa.” (HR. Muslim). “Siapa yang merusak harga pasar, sehingga harga tersebut melonjak tajam, Allah akan menempatkannya di dalam neraka pada hari kiamat.” (HR. At-Thabrani).

5. Tidak melakukan monopoli

Monopoli adalah tindakan menguasai hak milik dengan tujuan mendapatkan keuntungan, yang merupakan salah satu ciri buruk sistem kapitalis. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam surah Al-Hasyr ayat 7:

مَا آفَاءَ اللَّهُ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ
كَي لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ
اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: Apa saja (harta yang diperoleh tanpa peperangan) yang dianugerahkan Allah kepada Rasul-Nya dari penduduk beberapa negeri adalah untuk Allah, Rasul, kerabat (Rasul), anak yatim, orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. (Demikian) agar harta itu tidak hanya beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu. Apa yang diberikan Rasul kepadamu terimalah. Apa yang dilarangnya bagimu tinggalkanlah. Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah sangat keras hukuman-Nya.

6. Tidak menjual barang haram

Barang atau produk yang diperjualbelikan harus halal dan suci, sebagaimana sabda Rasulullah SAW: “Sesungguhnya Allah melarang bentuk usaha miras, bangkai, babi, maupun patung.” (HR. Jabir).

7. Menghindari riba

Aktivitas bisnis harus terbebas dari riba, sebagaimana firman Allah dalam Surah Al-Baqarah ayat 278:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنتُمْ مُؤْمِنِينَ

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, maka tinggalkanlah sisa-sisa riba bila kamu beriman.*

8. Atas dasar suka sama suka

Dalam suatu usaha dilakukan atas dasar kesepakatan bersama tanpa adanya paksaan. Sesuai dengan firman Allah dalam surah An-Nisa' ayat 29:

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

Artinya: *Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*

9. Memberikan upah kepada karyawan sebelum kering keringatnya

Dalam ajaran Islam, sangat penting bagi setiap pengusaha untuk memastikan pekerja mereka menerima upah yang sewajarnya. Dari ‘Abdullah bin ‘Umar Nabi Muhammad SAW bersabda:

أَعْطُوا الْأَجِيرَ أَجْرَهُ قَبْلَ أَنْ يَجِفَّ عَرْفُهُ

Artinya: *Berikan kepada seorang pekerja upahnya sebelum keringatnya kering.* (HR. Ibnu Majah, shahih).

Model bisnis yang dijalankan oleh Nabi Muhammad SAW seyogianya dipraktikkan oleh para pelaku usaha, mengingat etika-etika yang beliau ajarkan

kerap terabaikan dalam praktik bisnis modern.⁵⁰ Pelaku usaha perlu meningkatkan kesadaran etika, menjunjung tinggi nilai moral dan agama, serta mengadopsi prinsip bisnis Nabi Muhammad SAW untuk membangun usaha berkelanjutan, berkah, dan bermanfaat bagi semua pihak, sehingga kesuksesan sejati tidak hanya diukur dari finansial, tetapi juga dari integritas dan dampak positif yang dihasilkan.

3. Fungsi Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam mempunyai beberapa fungsi khusus di antaranya:⁵¹

1. Etika bisnis berfungsi untuk menyelaraskan serta menyeimbangkan berbagai aspek yang berkaitan dengan dunia bisnis.
2. Etika bisnis berperan dalam meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai bisnis, khususnya bisnis Islami. Hal tersebut dilakukan dengan memberikan pemahaman serta sudut pandang baru mengenai pentingnya menjalankan bisnis berdasarkan nilai-nilai moral dan spiritual, yang terkandung dalam konsep etika bisnis.
3. Etika bisnis, khususnya etika bisnis Islami, berfungsi sebagai solusi untuk mengatasi berbagai masalah dalam bisnis modern yang semakin jauh dari nilai-nilai etika. Dalam hal ini, bisnis yang beretika harus berlandaskan pada sumber utama, yaitu Al-Qur'an dan Sunnah.

C. Jual Beli Dalam Islam

Jual beli dalam istilah bahasa Arab (باع يبيع بيعا) yang memiliki arti menukar atau menjual. Jual beli adalah perjanjian tukar-menukar barang atau benda yang bernilai secara sukarela antara dua pihak, di mana satu pihak menyerahkan barang dan pihak lainnya menerima barang sesuai dengan ketentuan atau kesepakatan yang telah diatur dalam syariah.⁵² Dalam ilmu fiqih, jual beli didefinisikan sebagai pertukaran harta dengan harta yang dipertukarkan melalui cara tertentu, atau menukar sesuatu yang diinginkan dengan sesuatu yang

⁵⁰ Muhammad Saifullah, 'Etika Bisnis Islami Dalam Praktek Bisnis Rasulullah Muhammad Saifullah, *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53.9 (2011), h. 154

⁵¹ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami* (Semarang: Walisongo Press, 2009), h. 76

⁵² Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hal 68

sebanding melalui metode yang memberikan manfaat.⁵³

Dalam kajian hukum Islam, terdapat berbagai definisi mengenai jual beli yang diungkapkan oleh para ahli hukum Islam, di antaranya:⁵⁴

1. Al-Syilbi (w. 1021 H) dari kalangan hanafiyyah mendeskripsikan jual beli Sebagai pertukaran suatu barang yang bernilai dengan barang yang memiliki harga atau nilai tertentu melalui proses pemindahan kepemilikan suatu barang untuk memperoleh kepemilikan barang lainnya.
2. Ibnu Arafah (w. 803 H) dari kalangan Malikiyyah mendefinisikan jual beli merupakan akad timbal balik berkaitan dengan sesuatu yang tidak berupa keuntungan atau kenikmatan.
3. Al-Qalyubi (w. 1069 H) dari kalangan Syafi'iyah Mendefinisikan jual beli sebagai perjanjian timbal balik atas suatu aset untuk memperoleh kepemilikan atas barang atau manfaat yang bersifat berkelanjutan.
4. Al-Bahuti (w. 1051 H) dari kalangan Hanabilah jual beli diartikan sebagai tukar-menukar harta, baik yang sudah ada maupun yang masih terikat, atau tukar-menukar manfaat yang mubah secara mutlak, dengan salah satu di antara keduanya, dan tidak mengandung unsur riba dan *qardh* (utang).

Dari definisi diatas dapat disimpulkan para ulama dalam kajian hukum Islam memberikan berbagai definisi mengenai jual beli, namun secara umum mereka sepakat bahwa jual beli adalah akad timbal balik di mana terdapat pertukaran kepemilikan atas suatu harta dengan harta lainnya. Pertukaran ini dilakukan dengan tujuan saling menguntungkan kedua belah pihak dan sesuai dengan syariat Islam.

Jual beli dalam Islam memiliki hukum diperbolehkan. Islam mengatur ketentuan terkait jual beli, termasuk prinsip dan etika yang harus diperhatikan dalam transaksi. Dasar hukum jual beli terdapat dalam Al-Qur'an, salah satunya tercantum dalam Surah Al-Baqarah ayat 275:⁵⁵

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ

⁵³ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000), hal 111

⁵⁴ Ikit, H Artiyanto, and Muhammad Saleh, *Jual Beli Dalam Perspektif Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2018), hal 71

⁵⁵ Kemenag, 'Qur'an Kemenag' <<https://quran.kemenag.go.id/>>.

الرِّبَاُ وَاحْلَ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَاَ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya.

Ayat ini secara jelas menyatakan bahwa jual beli diperbolehkan sedangkan riba dilarang. Kehalalan jual beli bersifat universal, tetapi dalam pelaksanaannya dibatasi oleh ketentuan syariat. Terdapat beberapa bentuk transaksi yang dilarang, seperti jual beli barang yang diharamkan, misalnya khamr (minuman beralkohol), babi, bangkai, dan lainnya. Selain itu, Islam juga melarang berbagai jenis jual beli yang mengandung unsur ketidakpastian (*gharar*), seperti jual beli *mulasamah*, *munabadzah*, *hashat*, dan *habl al-habalah*.

Selain tercantum dalam ayat Al-Qur'an, para ulama juga mengacu pada hadis Nabi Muhammad SAW sebagai pedoman hukum mengenai jual beli yang membahas tentang jual beli. Salah satu hadis yang berkaitan dengan jual beli adalah riwayat dari Rifa'ah Ibn Rafi', yang menjelaskan prinsip-prinsip dalam transaksi perdagangan sesuai dengan ajaran Islam:

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُلِيَ أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ؟ قَالَ (عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ، وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ) رَوَاهُ الْبَزَّازُ، وَصَحَّحَهُ الْحَاكِمُ

Artinya: Dari Rifa'ah bin Rafi' ra. bahwasanya Nabi SAW ditanya: Pencapaian apakah yang paling baik? Beliau menjawab: ialah yang bekerja dengan tangannya sendiri dan tiap-tiap jual beli yang baik (HR. Bazar dan dinilai shahih oleh Hakim).

Hadis tersebut menegaskan bahwa jual beli yang mendapat keridhaan Allah SWT adalah transaksi yang dilakukan dengan sikap jujur, tanpa ada unsur kecurangan, penipuan, atau pengkhianatan. Selain itu, sahnya jual beli dalam

Islam harus berdasarkan asas relaan dan kesepakatan antara kedua belah pihak, tanpa ada unsur paksaan atau kezaliman.⁵⁶

Menurut kesepakatan para ulama (*ijma'*), jual beli diperbolehkan karena manusia tidak dapat memenuhi kebutuhan hidupnya secara mandiri tanpa adanya kerjasama dengan orang lain. Dalam praktiknya, barang atau jasa yang diperoleh dari pihak lain harus ditukar atau diberikan imbalan yang sepadan serta sesuai dengan ketentuan yang berlaku.⁵⁷

Dalam Islam, aktivitas jual beli harus memenuhi rukun dan syarat yang telah ditentukan agar dianggap sah menurut syariat. Menurut *jumhur* ulama, rukun jual beli meliputi:⁵⁸

1. Pihak-pihak yang terlibat dalam akad (*aqidain*)

Aqidain merujuk pada pihak-pihak yang terlibat dalam perjanjian, yaitu yang membuat *ijab* dan *qabul*. Dalam konteks jual beli yaitu penjual dan pembeli.

2. Barang yang diperjanjikan (*ma'qud alaihi*)

Ma'qud alaihi adalah barang atau harta yang akan dipindahtangankan dari satu pihak yang berakad kepada pihak lainnya, baik berupa harga maupun barang yang memiliki nilai.

3. Ucapan *ijab qobul* (*sighat*)

Sighat adalah ungkapan yang keluar dari kedua belah pihak yang melakukan akad, menunjukkan niat untuk melaksanakan perjanjiann dan mewujudkan isi dari perjanjian. Umumnya, diungkapkan melalui istilah *ijab* dan *qobul*.

Adapun untuk syarat jual beli diantaranya yaitu:

1. Syarat bagi pihak yang melakukan akad (*baligh*, berakal, dan melakukan transaksi dengan kerelaan tanpa ada paksaan)
2. Syarat bagi barang yang diakadkan (barang harus jelas keberadaannya, memberikan manfaat, dapat digunakan, dan memiliki pemilik yang sah)
3. Syarat *sighat* (harus terdapat keselarasan antara *ijab* dan *qabul*, yang tidak dibatasi oleh waktu, serta dilaksanakan dalam satu *majlis*)

Syarat-syarat dalam transaksi jual beli dibuat untuk memastikan bahwa semua

⁵⁶ Abdul Rahman Ghazay and Dkk, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Kencana, 2010), hal 69

⁵⁷ Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah* (Bandung: Pustaka Setia, 2001), hal 75

⁵⁸ Ikit, Artiyanto, and Saleh....., h.82

pihak mengetahui dengan jelas objek dan ketentuan transaksi. Dengan adanya syarat yang jelas, potensi terjadinya kesalahpahaman dan perselisihan dapat diminimalkan.⁵⁹

D. Pasar Tradisional

Pasar merupakan tempat di mana melalui interaksi langsung atau tidak langsung, kesepakatan harga suatu produk atau sekelompok produk tercapai antara pihak yang ingin menjual dan pihak yang ingin membeli.⁶⁰ Pasar dapat diartikan sebagai wadah pertemuan antara pihak penjual dan pembeli yang memungkinkan terjadinya aktivitas jual beli berbagai produk dengan harga yang ditentukan oleh mekanisme pasar.⁶¹

William J. Stonton berpendapat bahwa pasar terdiri dari individu-individu yang memiliki tuntutan untuk dipenuhi, sumber daya keuangan untuk dibelanjakan, dan kesiapan untuk terlibat dalam transaksi. Pasar terutama dipengaruhi oleh tiga faktor: tuntutan konsumen, daya beli, dan perilaku pembelian. Ketiga kekuatan ini saling memperkuat satu sama lain, menghasilkan dinamika pasar yang terwujud dalam aktivitas ekonomi.⁶²

Berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007, pasar merupakan suatu tempat terjadinya transaksi jual beli barang antara banyak pedagang dan pembeli, yang dapat berupa pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, dan lain-lain. Dalam pembentukan suatu pasar, terdapat empat aspek yang menjadi karakteristik utama terbentuknya pasar yaitu: pertama, adanya pedagang dan pembeli; kedua, adanya pertemuan di suatu lokasi tertentu; ketiga, terdapat kesepakatan antara pedagang dan pembeli; dan keempat, pedagang dan pembeli memiliki posisi yang setara.⁶³

⁵⁹ Shovia Indah Firdiyanti and others, 'Etika Bisnis Dalam Islam: Dampak Dan Analisis Jual Beli Thrifting', *OIKONOMIKA : Jurnal Kajian Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 5.1 (2024), h. 15

⁶⁰ Robert. S Pindyek and Daniel. L Rubinfeld, *Mikro Ekonomi Edisi Delapan* (Jakarta: Erlangga, 2012), h.8

⁶¹ Henry Faizal Noor, *Ekonomi Manajerial* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), hal 104

⁶² M. Mursid, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hal 25

⁶³ Peraturan Presiden RI No. 112 Tahun 2007.

Di dalam suatu pasar, tentu saja ada pihak-pihak yang berperan sebagai penghubung yang mendukung kegiatan pasar. Pihak-pihak tersebut antara lain:⁶⁴

1. Pedagang (baik grosir maupun eceran atau eceran).
2. Perantara khusus (seperti agen, pialang, dan komisioner).
3. Eksportir dan importir.
4. Lembaga pendukung, seperti bank, asuransi, perusahaan pelayaran, pengemasan, pergudangan, konsultan, kamar dagang, dan sebagainya.

Pasar memiliki peran ganda bagi pelaku ekonomi Muslim, yaitu sebagai sarana mencari keuntungan dan mewujudkan kesejahteraan duniawi, serta sebagai sarana ibadah untuk mencapai ridha Allah. Pasar memungkinkan individu untuk mengekspresikan kepemilikan dan melakukan transaksi sesuai keinginan. Motif keuntungan merupakan faktor penting dalam pembentukan pasar, tetapi bagi Muslim, pasar juga menjadi tempat untuk membangun hubungan spiritual dengan Tuhan, sebagaimana yang dilakukan oleh Rasulullah SAW.⁶⁵

Menurut Sukirno, pasar sebagai lokasi interaksi antara pedagang dan pembeli dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

a. Pasar barang

Pasar barang merupakan tempat di mana pembeli dan penjual berinteraksi untuk menentukan kuantitas barang atau jasa yang akan diperdagangkan.

b. Pasar faktor produksi

Pasar faktor produksi merupakan tempat terjadinya interaksi antara pengusaha dengan pemilik faktor produksi untuk menentukan harga (pendapatan) dan jumlah faktor produksi yang digunakan dalam menciptakan barang dan jasa yang dibutuhkan.⁶⁶

Pasar tradisional merupakan tempat di mana pedagang dan konsumen terlibat langsung dalam transaksi. Biasanya, pasar ini memiliki bangunan seperti kios, los, bagian penjualan, atau ruang terbuka yang diawasi oleh pedagang atau pengelola

⁶⁴ T. Gilarso, *Pengantar Ilmu Makro* (Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 2004), hal 111

⁶⁵ Said Sa'ad Marthon, *Ekonomi Islam Di Tengah Krisis Ekonomi Global* (Jakarta: Zikrul Hakim, 2007), h. 87

⁶⁶ Sadono Sukirno, *Mikroekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015), h. 40

pasar. Di pasar konvensional, sebagian besar komoditas yang diperdagangkan terdiri dari barang-barang penting, termasuk makanan (ikan, buah, sayur, telur, daging), tekstil, pakaian, perangkat elektronik, dan layanan lainnya. Pasar dapat beroperasi sementara atau permanen dengan layanan terbatas dan sering kali terletak di zona pemukiman untuk meningkatkan aksesibilitas bagi konsumen.⁶⁷

Pasar tradisional adalah tempat usaha yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), atau Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) yang berfungsi sebagai tempat berlangsungnya transaksi eceran langsung antara penjual dan pembeli. Pasar ini sering kali melibatkan proses negosiasi dan meliputi kios, los, dan ruang terbuka.⁶⁸ Pasar tradisional dapat beroperasi secara sementara atau permanen, dengan tingkat layanan yang terbatas. Jenis pasar ini sering kali terletak di lokasi yang mudah diakses oleh konsumen. Pasar tradisional memiliki ciri-ciri:

1. Pasar tradisional dimiliki, dibangun, dan atau dikelola oleh pemerintah daerah.
2. Terdapat sistem tawar-menawar antara penjual dan pembeli, yang merupakan salah satu budaya yang berkembang di pasar tradisional dan berfungsi untuk mempererat hubungan sosial antara pedagang dan pembeli.
3. Beragam jenis usaha dapat ditemukan dan beroperasi dalam satu lokasi yang sama.

⁶⁷ Wawan Yuswanto, *Ekonomi Mikro* (Tasikmalaya: Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia, 2021), h. 30

⁶⁸ Peraturan Presiden RI No. 112 Tahun 2007 Pasal 1

BAB III

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah dan Perkembangan Pasar Brayung

Pasar Brayung di Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus berdiri pada tahun 1987 dengan luas 2.096 M² dibangun untuk memenuhi kebutuhan masyarakat setempat dan menjadi pusat perdagangan. Pembangunan pasar ini dimulai dengan tujuan untuk meningkatkan aksesibilitas bagi warga sekitar, terutama dari desa-desa yang berdekatan. Pasar ini dikenal karena keramaian dan keberagaman dagangan, serta buka hingga malam hari, menjadikannya tempat strategis bagi pedagang dan pengunjung.

Pasar Brayung terletak di Jalan Suryo Kusumo, Mejobo Wetan, Kesambi, Kecamatan Mejobo, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah dengan kode pos 59381. Pasar ini dikelilingi beberapa desa diantaranya:

1. Sisi timur: Arah timur Pasar Brayung terdapat Desa Hadiwarno. Desa ini berkontribusi pada jumlah pengunjung pasar, terutama saat malam hari.
2. Sisi barat: Di sebelah barat terdapat Desa Jepang, yang merupakan bagian dari komunitas yang sering datang ke Pasar Brayung.
3. Sisi utara: Di sebelah utara dari pasar mencakup area yang lebih terbuka dan jalan utama yang menghubungkan ke desa-desa lain di sekitar Kudus.
4. Sisi selatan: Arah selatan dari pasar ini mengarah ke Desa Kesambi, yang juga merupakan daerah pemukiman yang sering mengunjungi pasar untuk berbelanja.

Pasar Brayung berfungsi sebagai pusat perdagangan penting bagi masyarakat sekitar, dengan keramaian yang meningkat terutama di malam hari. Hal ini disebabkan oleh letaknya yang strategis di tengah-tengah beberapa desa, mudah diakses oleh banyak orang dari berbagai arah.

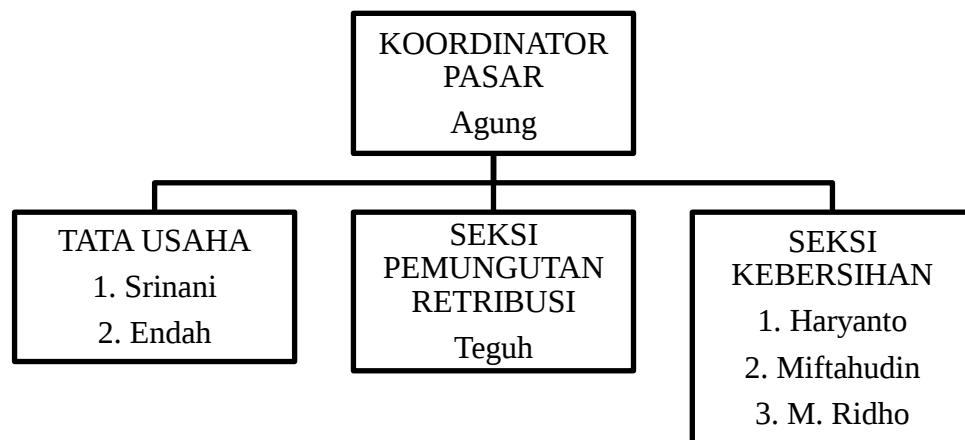
Pasar ini menawarkan berbagai barang, mulai dari sembako hingga pakaian, dan menjadi tempat berkumpul bagi masyarakat dari desa-desa sekitar. Seiring waktu, pada tahun 2014 terdapat revitalisasi dengan anggaran sebesar Rp 1,6 miliar. Tujuannya adalah untuk memperbaiki fasilitas pasar dan meningkatkan

aksesibilitas bagi pengunjung. Revitalisasi ini diharapkan membuat pasar beroperasi selama 24 jam, sama halnya dengan Pasar Bitingan. Pada tahun 2018 menghadapi tantangan seperti kebakaran dan masalah infrastruktur, namun tetap berfungsi sebagai pusat ekonomi lokal yang vital. Meskipun mengalami tantangan seperti kebakaran dan masalah infrastruktur, upaya perbaikan terus dilakukan untuk menjaga kenyamanan dan keamanan pasar.

B. Pemilikan serta Struktur Organisasi Pengelola Pasar Brayung Kecamatan Mejubo Kabupaten Kudus

Hak kepemilikan Pasar Brayung dimiliki oleh Pemerintah Kabupaten Kudus, memberikan wewenang kepada Dinas Perdagangan Kabupaten Kudus untuk bertanggung jawab dalam mengelola aktivitas serta perkembangan di Pasar Brayung. Berikut adalah struktur organisasi pengelola Pasar Brayung:

Gambar 1 Struktur Organisasi Pengelola Pasar Brayung



Sumber: Kantor Pasar Brayung

C. Sarana dan Prasarana Pasar Brayung

a. Tempat berjualan

- 1) Kios
- 2) Los

- b. Fasilitas umum Pasar Brayung
 - 1) Kantor
 - 2) Musholla
 - 3) Kamar Mandi
 - 4) ATM
- c. Tempat parkir
- d. Tempat penampungan sampah sementara

D. Peraturan di Pasar Brayung

Pengelola Pasar Brayung memberikan beberapa peraturan kepada para pedagang yang ada di Pasar Brayung, yaitu:

1. Pedagang berjualan sesuai dengan jam operasional pasar.
2. Berjualan sesuai dengan tempat yang telah ditentukan pengelola pasar.
3. Membayar retribusi sesuai dengan tempat berjualan masing-masing.
4. Berperilaku jujur, ramah tamah, dan sopan dalam melayani konsumen/pembeli.
5. Menjaga kebersihan lingkungan ketika berjualan.
6. Tidak merusak bangunan pasar.

E. Jumlah dan Jenis Pedagang Pasar Brayung Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti, jumlah pedagang di Pasar Brayung adalah sebagai berikut:

- a. Jumlah Pedagang
 - 1) Kios : 60 pedagang
 - 2) Los : 540 pedagang
- b. Jenis pedagang
 - 1) Pakaian
 - 2) Sepatu dan sandal
 - 3) Aksesoris
 - 4) Buku dan alat tulis
 - 5) Sembako
 - 6) Daging

- 7) Ikan
- 8) Sayur
- 9) Buah-buahan
- 10) Barang pecah belah
- 11) Gerabah
- 12) Jasa reparasi
- 13) Jasa jahit
- 14) Jajanan pasar
- 15) Makanan ringan
- 16) Warung makan
- 17) Emas
- 18) Ikan hias

Dari jumlah 600 pedagang, peneliti mengambil 13 pedagang untuk dijadikan narasumber yang mewakili keseluruhan pedagang di Pasar Brayung, diantaranya yaitu:

Tabel 2. Data narasumber Pedagang Pasar Brayung

No.	Nama	Jenis Dasaran	Jenis Jualan
1.	Siti Aminah	Kios	Sembako
2.	Dewi	Kios	Makanan ringan
3.	Zuliyanto	Kios	Telur
4.	Hetik	Los	Ikan
5.	Mukinatun	Los	Sayur
6.	Yana	Los	Kerupuk
7.	Siti Khoerotun Nisa'	Kios	Pakaian
8.	Siti Khodijah	Kios	Pakaian
9.	Mislikhah	Kios	Warung makan
10.	Asmainah	Kios	Warung makan
11.	Rumana	Los	Buah-buahan
12.	Kasripah	Los	Es gempol
13.	Siti Sholikhah	Kios	Sembako

F. Permasalahan Pasar Brayung

Permasalahan yang dihadapi oleh Pasar Brayung dapat diidentifikasi diantaranya yaitu:

1. Permasalahan dalam Aspek Sosial dan Ekonomi
 - a. Pasar lesu yang ditandai dengan aktifitas jual beli menurun dan berdampak pada penghasilan pedagang serta perekonomian masyarakat sekitar.
 - b. Keterbatasan literasi dan pemasaran digital mengakibatkan pedagang sulit menjangkau pasar yang lebih luas.

2. Permasalahan Terkait Fasilitas dan Infrastruktur

- a. Terdapat talang bocor.
- b. Saluran air dalam pasar sebagian mengalami kerusakan dan sebagian pasar belum dilengkapi saluran, sehingga saat hujan terjadi banjir.

G. Perilaku Pedagang Pasar Brayung

Perilaku pedagang merujuk pada tindakan atau sikap seseorang dalam melakukan transaksi jual beli. Dalam penelitian ini, penulis mengamati perilaku 13 pedagang di Pasar Brayung, yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 3. Perilaku Pedagang Di Pasar Brayung

Perilaku pedagang Pasar Brayung					
Nama Pedagang	Kesatuan	Keseimbangan	Kehendak Bebas	Tanggung Jawab	Kebaikan
Siti Aminah	-Percaya dan yakin bekerja adalah ibadah -Tidak melaksanakan salat tepat waktu -Bersedekah	Tidak mengurangi takaran atau timbangan	Pembeli tidak dipaksa, dan barang tidak dijual dengan harga yang jauh lebih rendah dibandingkan pedagang yang lain	- Memenuhi kesepakatan serta bertanggung jawab terhadap kualitas barang yang dijual - Amanah serta bertanggung jawab penuh jika mendapat pesanan dengan jumlah yang banyak dari	- Tidak memberikan jangka waktu pembayaran apabila pembeli tidak mampu melunasi sisa pembayaran -Ramah dengan pembeli

				pembeli	
Dewi	-Kurang percaya bekerja adalah ibadah -Tidak melaksanakan salat tepat waktu -Bersedekah	Memberi harga yang sama semua pada setiap pembeli tidak membedakan.	Pembeli tidak dipaksa, dan barang tidak dijual dengan harga yang jauh lebih rendah dibanding kan pedagang yang lain	- Memenuhi kesepakatan serta bertanggung jawab terhadap kualitas barang yang dijual - Amanah serta bertanggung jawab penuh jika mendapat pesanan dengan jumlah yang banyak dari pembeli	- Tidak memberikan tenggang waktu pembayaran apabila pembeli tidak mampu melunasi sisa pembayaran -Ramah dengan pembeli
Zuliyanto	-Percaya dan yakin bekerja adalah ibadah -Melaksanakan salat tepat waktu -Bersedekah	Tidak mengurangi timbangan atau takaran	Pembeli tidak dipaksa, dan barang tidak dijual dengan harga yang jauh lebih	- Memenuhi kesepakatan serta bertanggung jawab terhadap kualitas barang yang dijual	- Tidak memberikan jangka waktu pembayaran apabila pembeli tidak mampu

			rendah dibanding pedagang yang lain	- Amanah serta bertanggung jawab penuh jika mendapat pesanan dengan jumlah yang banyak dari pembeli	melunasi sisa pembayaran -Ramah dengan pembeli
Hetik	-Percaya dan yakin bekerja adalah ibadah -Tidak melaksanakan salat tepat waktu	Tidak mengurangi takaran atau timbangan	Pembeli tidak dipaksa, dan barang tidak dijual dengan harga yang jauh lebih rendah dibanding pedagang yang lain	- Memenuhi kesepakatan serta bertanggung jawab terhadap kualitas barang yang dijual - Amanah serta bertanggung jawab penuh jika mendapat pesanan dengan jumlah yang banyak dari pembeli	- Tidak memberikan jangka waktu pembayaran apabila pembeli tidak mampu melunasi sisa pembayaran -Ramah dengan pembeli

Mukinatu n	-Kurang percaya bekerja adalah ibadah -Tidak melaksanakan salat tepat waktu	Tidak mengurangi takaran atau timbangan	Pembeli tidak dipaksa, dan barang tidak dijual dengan harga yang jauh lebih rendah dibandingkan pedagang yang lain	- Memenuhi kesepakatan serta bertanggung jawab terhadap kualitas barang yang dijual - Amanah serta bertanggung jawab penuh jika mendapat pesanan dengan jumlah yang banyak dari pembeli	-Memberikan jangka waktu pembayaran apabila pembeli tidak mampu melunasi sisa pembayaran -Ramah dengan pembeli
Yana	-Percaya dan yakin bekerja adalah ibadah -Tidak melaksanakan salat tepat waktu	Tidak mengurangi takaran	Menjual barang dengan harga yang jauh lebih murah dari pedagang lain	- Memenuhi kesepakatan serta bertanggung jawab terhadap kualitas barang yang dijual - Amanah serta	- Tidak memberikan jangka waktu pembayaran apabila pembeli tidak mampu melunasi sisa

				bertanggung jawab penuh jika mendapat pesanan dengan jumlah yang banyak dari pembeli	pembayaran -Ramah dengan pembeli
Siti Khoeroton Nisa'	-Percaya dan yakin bekerja adalah ibadah -Tidak melaksanakan salat tepat waktu -Bersedekah	Memberi harga yang sama semua pada setiap pembeli tidak membedakan.	Pembeli tidak dipaksa, dan barang tidak dijual dengan harga yang jauh lebih rendah dibanding kan pedagang yang lain	- Memenuhi kesepakatan serta bertanggung jawab terhadap kualitas barang yang dijual - Amanah serta bertanggung jawab penuh jika mendapat pesanan dengan jumlah yang banyak dari pembeli	- Tidak memberikan jangka waktu pembayaran apabila pembeli tidak mampu melunasi sisa pembayaran -Ramah dengan pembeli
Siti	-Percaya	Memberi	Pembeli	- Memenuhi	- Tidak

Khodijah	dan yakin bekerja adalah ibadah -Tidak melaksanak an salat tepat waktu	harga yang sama semua pada setiap pembeli tidak membeda- bedakan.	tidak dipaksa, dan barang tidak dijual dengan harga yang jauh lebih rendah dibanding kan pedagang yang lain	kesepakatan serta bertanggung jawab terhadap kualitas barang yang dijual - Amanah serta bertanggung jawab penuh jika mendapat pesanan dengan jumlah yang banyak dari pembeli	memberikan jangka waktu pembayaran apabila pembeli tidak mampu melunasi sis pembayaran -Ramah dengan pembeli
Mislikhah	-Percaya dan yakin bekerja adalah ibadah -Tidak melaksanak an salat tepat waktu -Bersedekah	Melayani pembeli sesuai yang datang terlebih dahulu tanpa memandang latar belakang pembeli	Pembeli tidak dipaksa, dan barang tidak dijual dengan harga yang jauh lebih rendah dibanding kan	- Memenuhi kesepakatan serta bertanggung jawab terhadap kualitas barang yang dijual - Amanah serta bertanggung	- Tidak memberikan jangka waktu pembayaran apabila pembeli tidak mampu melunasi sis pembayaran

			pedagang yang lain	jawab penuh jika mendapat pesanan dengan jumlah yang banyak dari pembeli	-Ramah dengan pembeli
Asmainah	-Percaya dan yakin bekerja adalah ibadah -Melaksana kan salat tepat waktu -Bersedekah	Melayani pembeli sesuai yang datang terlebih dahulu tanpa memandang latar belakang pembeli	Pembeli tidak dipaksa, dan barang tidak dijual dengan harga yang jauh lebih rendah dibanding kan pedagang yang lain	- Memenuhi kesepakatan serta bertanggung jawab terhadap kualitas barang yang dijual - Amanah serta bertanggung jawab penuh jika mendapat pesanan dengan jumlah yang banyak dari pembeli	-Memberi kan jangka waktu pembayaran apabila pembeli tidak mampu melunasi sisa pembayaran -Ramah dengan pembeli
Rumana	-Percaya dan yakin	Tidak mengurangi	Pembeli tidak	- Memenuhi kesepakatan	-Memberi kan jangka

	bekerja adalah ibadah -Tidak melaksanak an salat tepat waktu	timbangan	dipaksa, dan barang tidak dijual dengan harga yang jauh lebih rendah dibanding kan pedagang yang lain	serta bertanggung jawab terhadap kualitas barang yang dijual - Amanah serta bertanggung jawab penuh jika mendapat pesanan dengan jumlah yang banyak dari pembeli	waktu pembayaran apabila pembeli tidak mampu melunasi sis pembayaran -Ramah dengan pembeli
Kasripah	-Percaya dan yakin bekerja adalah ibadah -Tidak melaksanak an salat tepat waktu -Bersedekah	Melayani pembeli sesuai yang datang terlebih dahulu tanpa memandang latar belakang pembeli	Pembeli tidak dipaksa, dan barang tidak dijual dengan harga yang jauh lebih rendah dibanding kan pedagang	- Memenuhi kesepakatan serta bertanggung jawab terhadap kualitas barang yang dijual - Amanah serta bertanggung jawab penuh	- Tidak memberi kan jangka waktu pembayaran apabila pembeli tidak mampu melunasi sis pembayaran -Ramah

			yang lain	jika mendapat pesanan dengan jumlah yang banyak dari pembeli	dengan pembeli
Siti Sholikhah	-Percaya dan yakin bekerja adalah ibadah -Tidak melaksanak an salat tepat waktu -Bersedekah	Tidak mengurangi takaran atau timbangan	Pembeli tidak dipaksa, dan barang tidak dijual dengan harga yang jauh lebih rendah dibanding kan pedagang yang lain	-Memenuhi kesepakatan serta bertanggung jawab terhadap kualitas barang yang dijual - Amanah serta bertanggung jawab penuh jika mendapat pesanan jumlah yang banyak dari pembeli	- Tidak memberi kan jangka waktu pembayaran apabila pembeli tidak mampu melunasi sisas pembayaran -Ramah dengan pembeli

H. Perilaku Konsumen di Pasar Brayung

Perilaku konsumen di Pasar Brayung Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus dipengaruhi oleh kebutuhan sehari-hari. Konsumen di pasar ini cenderung membeli

barang kebutuhan primer seperti sembako, buah-buahan, dan makanan siap saji, yang permintaannya relatif stabil setiap hari. Selain itu, ada pula pembelian barang musiman seperti pakaian yang meningkat signifikan menjelang hari raya, misalnya Idul Fitri.

Konsumen juga dipengaruhi oleh lokasi pedagang di pasar; kios yang berada di tempat strategis dekat pintu masuk atau area parkir lebih mudah menarik perhatian pembeli sehingga lebih sering dikunjungi. Faktor harga, kualitas barang, dan kepercayaan terhadap pedagang juga menjadi pertimbangan penting dalam perilaku konsumen di pasar ini. Secara umum, konsumen Pasar Brayung memilih untuk berbelanja di pasar tradisional karena kemudahan akses, harga yang kompetitif, dan ketersediaan barang kebutuhan sehari-hari yang lengkap.

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Pemahaman Pedagang Mengenai Etika Bisnis Islam Di Pasar Brayung Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus

Etika bisnis dalam Islam berlandaskan pada nilai-nilai agama yang terdapat dalam Al-Quran dan Sunnah. Nilai-nilai ini kemudian menjadi dasar bagi pengembangan prinsip-prinsip ekonomi Islam, yang salah satunya adalah bisnis Islam. Dalam bisnis Islam, etika bisnis memiliki peran sentral yang memiliki prinsip-prinsip diantaranya yaitu: kesatuan (*tauhid*), keseimbangan (*adl*), kehendak bebas (*ikhtiyār*), tanggung jawab (*farḍ*) dan kebaikan (*iḥsān*). Di tingkat perusahaan, etika bisnis diimplementasikan melalui *code of ethic* yang tercermin dalam SOP. Sementara itu, pada tingkat individu, etika bisnis diinternalisasi oleh setiap pelaku bisnis, baik pedagang maupun pemasar yang berlandaskan pada Al-Quran dan Sunnah. Etika bisnis Islam mempengaruhi serta menjadi bahan pertimbangan untuk mengambil keputusan dalam menjalankan transaksi jual beli.

Pemahaman pedagang Pasar Brayung tentang etika bisnis Islam diperoleh dari wawancara peneliti dengan tiga belas informan yang meliputi pedagang sembako, makanan ringan, telur, ikan, sayur, kerupuk, pakaian, warung makan, buah-buahan, dan es gempol. Berdasarkan hasil wawancara para pedagang mereka menuturkan tidak memahami etika bisnis Islam. Namun demikian, para pedagang dalam aktivitas jual beli mereka berpedoman pada aturan yang bersumber dari ajaran agama Islam. Pedoman agama Islam dalam berbisnis ini terwujud dalam prinsip-prinsip etika bisnis Islam, meliputi: kesatuan (*tauhid*), keseimbangan (*adl*), kehendak bebas (*ikhtiyār*), tanggung jawab (*farḍ*) dan kebaikan (*iḥsān*).

Sebagaimana yang telah disampaikan oleh Ibu Siti Khodijah, pedagang pakaian mengatakan bahwa: “Saya belum mengetahui seperti apa etika

bisnis Islam, saya menjual barang dagangan saya sesuai dengan aturan agama Islam dengan cara berdagang harus jujur dan ramah sama pembeli.”⁶⁹

Hal ini juga sama disampaikan dalam wawancara dengan Ibu Siti Aminah, pedagang sembako mengatakan bahwa:⁷⁰ “Dalam berdagang saya kurang paham mengenai etika bisnis Islam, namun saya berusaha memahami praktik perniagaan yang sesuai dengan ajaran Nabi Muhammad SAW agar bisnisnya diridhai Allah SWT. Selain itu agar disukai pembeli otomatis banyak mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan.” Bapak Kasripah, pedagang es gempol mengatakan hal serupa yaitu:⁷¹ “Kalau teori etika bisnis Islam saya tidak paham apa saja, saya selalu mengutamakan kejujuran dalam berdagang.”

Berdasarkan pernyataan tersebut menunjukkan bahwa para pedagang tersebut memiliki kesadaran akan pentingnya nilai-nilai agama dalam berbisnis. Meskipun mereka tidak sepenuhnya memahami konsep etika bisnis Islam secara formal, mereka telah mengaplikasikan prinsip-prinsip dasarnya dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini sesuai dengan ajaran Islam yang menekankan pentingnya kejujuran, amanah, dan keadilan dalam berdagang.

Selain pedagang, peneliti juga melakukan wawancara dengan Ibu Paini selaku pembeli terkait pentingnya pemahaman etika bisnis Islam, dalam wawancaranya mengatakan bahwa : “Seorang pedagang memang perlu dan penting untuk mengetahui tentang hal ini, sehingga kita sebagai pembeli merasa aman dan tenang dalam melakukan transaksi, karena sekarang banyak ditemukan pedagang yang berlaku curang dalam melakukan kegiatannya.”⁷²

⁶⁹ Wawancara dengan Ibu Siti Khodijah Pedagang Pakaian, Pada Tanggal 13 Februari 2025

⁷⁰ Wawancara dengan Ibu Siti Aminah Pedagang Makanan Ringan, Pada Tanggal 13 Februari 2025

⁷¹ Wawancara dengan Bapak Kasripah Pedagang Es Gempol, Pada Tanggal 16 Februari 2025

⁷² Wawancara dengan Ibu Paini, Pembeli di Pasar Brayung, Pada Tanggal 16 Februari 2025

Hal ini juga diungkapkan oleh Ibu Imronah selaku pembeli mengatakan bahwa: “Penting sekali pedagang mempraktikkan mengenai hal itu, jadi kita sebagai pembeli merasa dihargai dan merasa aman saat melakukan transaksi, apalagi saat sekarang banyak orang menghalalkan banyak cara untuk memperoleh keuntungan yang banyak tanpa memikirkan akibat dari perbuatannya.”⁷³ Berdasarkan prnyataan Ibu Paini dan Ibu Imronah selaku pembeli yang ada di Pasar Brayung, peneliti menyimpulkan bahwa etika bisnis Islam memang penting dipahami oleh para pedagang sehingga pembeli merasa aman dan tidak ada pihak yang merasa terdzolimi dalam melakukan transaksi.

Dalam melaksanakan transaksi jual beli, para pedagang di Pasar Brayung bertujuan untuk memperoleh berkah dari Allah SWT. Mereka percaya bahwa setiap kegiatan yang dilakukan dalam perdagangan akan dipertanggungjawabkan di akhirat. Oleh karena itu, para pedagang senantiasa berhati-hati dalam menjaga etika dan perilaku dalam menjalankan usaha mereka. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh salah seorang informan, yaitu Ibu Mislikhah, seorang pedagang warung makan berkata: “Sebelum berdagang, saya selalu membaca basmalah dan berniat mencari rezeki dengan harapan usaha dan keluarganya selalu mendapat keberkahan.”⁷⁴

Hal ini juga sama disampaikan pada wawancara dengan Ibu Hetik, pedagang ikan, beliau menyatakan bahwa:⁷⁵ “Saya percaya bahwa pekerjaan yang dilakukan dengan baik adalah ibadah. Saya selalu berusaha untuk bersikap ramah, tersenyum, dan memberikan pelayanan terbaik agar pelanggan merasa nyaman dan puas.” Namun, disisi lain terdapat informan yang kurang menyadari nilai ibadah dalam berdagang. Mereka cenderung memandang aktivitas berdagang semata-mata sebagai urusan duniawi,

⁷³ Wawancara dengan Ibu Paini, Pembeli di Pasar Brayung, Pada Tanggal 16 Februari 2025

⁷⁴ Wawancara dengan Ibu Mislikhah Pedagang Warung Makan, Pada Tanggal 13 Februari 2025

⁷⁵ Wawancara dengan Ibu Hetik Pedagang Ikan, Pada Tanggal 13 Februari 2025

pekerjaan rutin harian untuk mencari nafkah dan memenuhi kebutuhan hidup, tanpa mengaitkannya dengan ibadah. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Ibu Dewi, pedagang makanan ringan: “Saya kurang paham soal itu. Setahu saya, ibadah itu ya yang termasuk rukun Islam, seperti salat, puasa, zakat, dan haji, serta kewajiban ibadah lainnya.”

Dalam ajaran Islam, bisnis dilakukan tidak hanya bertujuan untuk meraih kebahagiaan di dunia, melainkan niat sebagai ibadah untuk memperoleh kebahagiaan di akhirat. Hal ini dikarenakan kebahagiaan di akhirat adalah sesuatu yang abadi dan lebih utama dari pada kebahagiaan duniawi yang sifatnya sementara. Etika berdagang dalam Islam juga menekankan pentingnya kejujuran, kerjasama, dan tolong-menolong antar sesama. Selain itu, setiap pedagang juga harus menjauhi sifat dengki dan dendam. Perilaku yang diharapkan adalah tidak hanya menghindari penjualan barang haram, tetapi juga membangun hubungan yang baik dengan sesama pedagang dan pembeli.⁷⁶

Para pedagang yang menjadi informan memahami bahwa kejujuran merupakan landasan penting dalam menjalankan usaha. Mereka percaya bahwa kejujuran membangun kepercayaan pelanggan, yang mengarah pada loyalitas dan peningkatan pembelian. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Siti Sholikhah, salah satu pedagang sembako, beliau mengatakan bahwa: “Saat berdagang harus jujur, sopan dan santun dalam melayani pembeli. Jujur itu yang utama karena dengan kejujuran seseorang bisa mendapatkan kesuksesan.”⁷⁷

Sejalan dengan Ibu Siti Khoirotun Nisa, seorang pedagang pakaian, berpendapat bahwa keterbukaan dalam bertransaksi sangat penting. Ia selalu memberitahukan harga standar barang kepada calon pembeli saat tawar-

⁷⁶ An Ras Try Astuti, *Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)* (Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2022), h. 45

⁷⁷ Wawancara dengan Ibu Siti Sholikhah Pedagang Sembako, Pada Tanggal 13 Februari 2025

menawar, sehingga transaksi yang dilakukan didasarkan pada prinsip saling ridha dan diyakini dapat membawa berkah bagi kedua belah pihak.⁷⁸

Kejujuran dalam berbisnis adalah nilai luhur yang telah diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW. Dengan berpegang pada kejujuran, seorang pedagang tidak hanya mendapatkan keuntungan materi, tetapi juga keberkahan dan pahala di akhirat. Sebaliknya, tindakan curang dan tidak jujur akan menimbulkan dampak negatif bagi diri sendiri maupun orang lain.⁷⁹

Para pedagang menunjukkan pemahaman mereka tentang keadilan dengan memberikan pelayanan yang setara kepada semua pembeli. Contohnya Ibu Asmainah, seorang pedagang warung makan, selalu mendahulukan pembeli sesuai urutan kedatangan. Pedagang lainnya menerapkan keadilan dengan membedakan harga berdasarkan kualitas barang. Dengan bersikap adil, pembeli merasa puas karena tidak ada diskriminasi. Selain keadilan, sikap tanggung jawab para pedagang tercermin dalam pemenuhan perjanjian yang telah disepakati dengan pembeli. Contohnya, ketika pembeli memesan barang, pedagang wajib menyediakan dan menyerahkan pesanan tersebut. Tanggung jawab seorang pedagang muslim dalam berbisnis akan memberikan dampak positif bagi pembeli. Pembeli akan merasa nyaman dan percaya, sehingga mereka akan kembali lagi jika membutuhkan sesuatu, baik untuk membeli maupun menjual barang.

Dalam menghadapi persaingan, para pedagang yang menjadi informan bersikap terbuka dan tidak merasa terancam dengan kehadiran pedagang lain. Mereka justru menganggap sesama pedagang sebagai teman, bahkan seringkali saling bertanya tentang harga barang. Para pedagang meyakini bahwa rezeki masing-masing telah ditentukan oleh Allah SWT dan tidak

⁷⁸ Wawancara dengan Ibu Siti Khoirotun Nisa Pedagang Pakaian, Pada Tanggal 13 Februari 2025

⁷⁹ Havis Aravik, Makmun Harun, and Rahma Febrianti, 'The Urgency of Islamic Business Ethics In The Era of The Industrial Revolution 4.0', *Islamic Banking : Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 8.2 (2023), h. 314

akan tertukar. Namun ada satu informan yang memberikan penawaran harga yang lebih rendah dari harga standar guna menarik minat pembeli.

Pernyataan tersebut menggambarkan adanya keseimbangan antara persaingan dan kerja sama di pasar tradisional. Para pedagang bersaing secara sehat, namun juga saling membantu dan mendukung satu sama lain. Keyakinan akan rezeki menjadi faktor penting dalam menciptakan keseimbangan ini. Persaingan harga tetap menjadi bagian dari pasar, namun tidak selalu dilakukan dengan cara yang merugikan pedagang lain.

Pedagang menunjukkan kemurahan hati mereka kepada pembeli dengan memberikan tenggang waktu pembayaran atau memberikan bonus berupa barang. Namun, hanya tiga dari informan yang memberikan tenggang waktu, itu pun dengan catatan pembeli tersebut adalah pelanggan tetap. Tenggang waktu pembayaran diberikan dengan harapan pembeli juga akan memudahkan penjual. Sepuluh narasumber lainnya tidak memberikan tenggang waktu karena pengalaman buruk dengan pembeli yang tidak menepati janji pembayaran. Pengalaman ini membuat mereka enggan memberikan piutang kepada pembeli.

Berdasarkan kondisi tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa pedagang di Pasar Brayung belum sepenuhnya memahami etika bisnis Islam secara teori. Namun, mereka mempraktikkan prinsip-prinsip berdagang yang dicontohkan Rasulullah SAW. Kurangnya pemahaman informan mengenai etika bisnis Islam dikarenakan keterbatasan pengalaman mereka, di mana belum pernah mendengar atau mempelajarinya, baik secara formal maupun informal. Meski pemahaman teori etika bisnis Islam mereka kurang, tetapi secara praktik berdagang mereka sudah memahami sesuai dengan ajaran Rasulullah SAW. Hal ini didasarkan pada pengalaman dan kebiasaan mereka dalam berdagang.

B. Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Transaksi Jual Beli Di Pasar Brayung Kecamatan Mejubo Kabupaten Kudus

Setiap pelaku bisnis memiliki aturan dan etika yang harus dipatuhi. Hal ini didasari oleh keyakinan bahwa manusia adalah makhluk sosial yang

saling bergantung dan memiliki pertanggungjawaban di hadapan Allah SWT. Etika bisnis Islam menjadi panduan bagi para pelaku bisnis dalam melakukan transaksi jual beli.

Etika bisnis Islam didasarkan pada Al-Qur'an, teks suci Islam, yang mencakup pelajaran tentang norma, peraturan, hukum, dan nilai yang mengatur berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk usaha komersial.⁸⁰ Penerapan etika bisnis Islam merupakan aspek fundamental dalam hubungan *muamalah*. Menurut Rafik Issa Beekun, terdapat lima prinsip utama dalam etika bisnis Islam, yaitu: kesatuan (*tauhid*), keseimbangan (*'adl*), kehendak bebas (*ikhtiyār*), tanggung jawab (*farḍ*), dan kebaikan (*iḥsān*).⁸¹ Prinsip-prinsip tersebut dapat dijadikan indikator untuk menilai sejauh mana etika bisnis Islam diterapkan di Pasar Brayung. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, berikut adalah analisis berkenaan dengan penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli di Pasar Brayung:

1. Prinsip Kesatuan (*Tauhid*)

Dalam menjalankan usaha seorang pelaku bisnis hendaknya selalu berlandaskan pada tauhid, yaitu keyakinan akan keesaan Allah SWT. Setiap tindakan mulai dari pengadaan barang, pemenuhan kebutuhan, penawaran produk, hingga proses transaksi, harus didasarkan pada prinsip tauhid. Tidak diperkenankan adanya tindakan yang bertentangan dengan prinsip tauhid dalam setiap transaksi. Dengan berpegang pada prinsip kesatuan, setiap tindakan akan terkontrol dan diawasi oleh diri sendiri.⁸²

Penerapan prinsip kesatuan berdasarkan hasil observasi dan wawancara, para pedagang di Pasar Brayung meyakini bahwa rezeki mereka sudah ditentukan oleh Allah SWT. Keyakinan ini

⁸⁰ Astuti..., h. 117

⁸¹ Rafik Issa Beekun, *Islamic Business Ethics* (Virginia: The International Institute of Islamic Thought, 1997), h. 20-29

⁸² Thuba Jazil and Nur Hendrasto, *Prinsip & Etika Bisnis Syariah* (Bandung: Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2021), h. 41

tercermin dalam kesungguhan mereka dalam berdagang, ketaatan menjalankan salat lima waktu, serta bersedekah dengan orang yang membutuhkan. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Siti Aminah pedagang sembako menunjukkan prinsip kesatuan dengan percaya serta yakin bahwa pekerjaan yang dilakukan dengan baik adalah ibadah, dalam berdagang selalu berusaha ramah, murah senyum, serta memberikan pelayanan terbaik supaya pembeli merasa nyaman.⁸³

Sama halnya yang disampaikan oleh Bapak Zuliyanto, pedagang telur: “Sebelum membuka kios, saya selalu berdoa kepada Allah SWT agar diberikan kelancaran dalam berdagang dan mendapat rizki yang barakah.”⁸⁴

Selaras dengan itu, Ibu Asmainah pedagang warung makan berkata: “Saya yakin bahwa rezeki sudah ditetapkan oleh Allah SWT, semua akan manusia mendapat yang membedakannya adalah cara untuk menjemput rezeki itu. Yang terpenting adalah taat beribadah kepada Allah dengan cara salat tepat waktu meskipun warung sedang ramai-ramainya saat sudah adzan saya bergegas ke musholla untuk menunaikan salat.”⁸⁵

Namun, masih terdapat beberapa informan lain yang tidak menjalankan salat tepat waktu dikarenakan masih menyelesaikan transaksi jual beli. Selain itu ada yang memilih melaksanakan salat ketika sudah sampai di rumah. Seperti halnya yang dilakukan oleh Ibu Dewi, pedagang makanan ringan yang melaksanakan salat ketika sudah sampai rumah dengan alasan kios tutup jam satu siang

⁸³ Wawancara dengan Ibu Siti Aminah Pedagang Sembako, Pada Tanggal 13 Februari 2025

⁸⁴ Wawancara dengan Bapak Zuliyanto Pedagang Telur, Pada Tanggal 13 Februari 2025

⁸⁵ Wawancara dengan Ibu Asmainah Pedagang Warung Makan, Pada Tanggal 13 Februari 2025

dan jika sampai rumah masih ada cukup waktu untuk melaksanakan Salat Dzuhur.⁸⁶

Para pedagang hendaknya segera menunaikan kewajiban salat karena keuntungan akhirat jelas lebih utama dibandingkan keuntungan duniawi. Sebagaimana firman Allah SWT Surah An-Nur ayat 37:⁸⁷

رَجَالٌ لَا تُلْهِهِمْ تِجَارَةٌ وَلَا بَيْعٌ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَإِقَامِ الصَّلَاةِ وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ يَخَافُونَ
يَوْمًا تَتَقَلَّبُ فِيهِ الْقُلُوبُ وَالْأَبْصَارُ ﴿٣٧﴾

Artinya: Laki-laki yang tidak dilalaikan oleh perniagaan dan jual beli dari mengingat Allah, melaksanakan salat, dan menunaikan zakat. Mereka takut kepada hari ketika hati dan penglihatan menjadi guncang (hari Kiamat).

Perniagaan dan jual beli merupakan bekal dan kekayaan. Orang-orang yang selalu mengingat Allah, meskipun sibuk dengan urusan perniagaan tidak pernah melupakan kewajiban mereka. Mereka tetap tekun dalam sholat, rajin membayar zakat, dan selalu takut akan datangnya hari kiamat, hari ketika hati dan pandangan diliputi ketakutan akan nasib akhirat mereka.⁸⁸

Sebagai pedagang Muslim yang berlandaskan pada Al-Qur'an dan As-Sunnah, hendaknya tidak lalai dalam menunaikan kewajiban kepada Allah SWT, sekalipun di tengah aktivitas jual beli. Pedagang yang berlandaskan spiritualitas tidak hanya mencari keuntungan duniawi, tetapi juga keberkahan akhirat. Mereka berbisnis sesuai dengan tuntunan agama Islam, menjauhi praktik-praktik yang dilarang seperti menjual barang haram atau menimbun barang. Para pedagang bekerja keras untuk menafkahi keluarga, namun juga tidak lupa untuk bersedekah kepada orang yang membutuhkan. Mereka percaya bahwa Allah SWT akan mengganti rezeki yang mereka berikan kepada sesama dengan

⁸⁶ Wawancara dengan Ibu Dewi Pedagang Makanan Ringan, Pada Tanggal 13 Februari 2025

⁸⁷ Kemenag.

⁸⁸ Al-Qurthubi, *Al-Jami' li Ahkam Al-Qur'an* (Jakarta: Pustaka Azzam, 2014), h. 244

pahala yang besar. Sikap ini mencerminkan bahwa mereka tidak hanya fokus pada keuntungan materi, tetapi juga memperhatikan kesejahteraan orang lain.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan para pedagang di Pasar Brayung menerapkan prinsip kesatuan dalam kehidupan mereka sehari-hari. Dalam menjalankan usaha, prinsip tauhid menjadi landasan utama bagi pelaku bisnis Muslim, di mana setiap tindakan, dari pengadaan hingga transaksi, harus selaras dengan keesaan Allah SWT. Penerapan prinsip ini di Pasar Brayung menunjukkan bahwa keyakinan akan rezeki yang diatur Allah tercermin dalam kesungguhan berdagang, ketaatan shalat, dan sedekah. Meskipun sebagian pedagang telah mengamalkan prinsip ini dengan baik, masih ada yang melalaikan shalat tepat waktu karena kesibukan duniawi. Namun, Al-Qur'an mengingatkan bahwa keuntungan akhirat jauh lebih utama, sehingga pedagang Muslim seharusnya memprioritaskan kewajiban ibadah di tengah aktivitas bisnis mereka, mencari keberkahan dunia dan akhirat..

2. Prinsip Keseimbangan (*Adl*)

Keadilan merupakan prinsip utama yang tercermin dalam tindakan proporsional, yaitu memberikan hak dan porsi yang sesuai kepada setiap orang yang berhak. Prinsip ini harus diterapkan dalam setiap aspek kegiatan usaha. Keadilan dalam berdagang menciptakan keseimbangan yang positif antara pedagang dan pembeli, serta berdampak baik pada aspek sosial lainnya.⁸⁹

Para pedagang di Pasar Brayung menerapkan prinsip keseimbangan dengan selalu menakar timbangan secara adil, tanpa mengurangi takaran. Mereka memahami bahwa mengurangi timbangan atau takaran merupakan tindakan yang dilarang dalam agama Islam serta dapat merugikan orang lain. Seperti halnya yang diucapkan oleh Ibu Siti Sholikhah, pedagang sembako: “Dalam

⁸⁹ Jazil and Hendrasto, h. 43

menimbang saya selalu hati-hati lebih baik beratnya lebih dari pada kurang, karena diakhirat nanti akan dipertanggungjawabkan.”⁹⁰

Hal serupa dikatakan oleh Ibu Rumana, pedagang buah-buahan: “Saya menggunakan timbangan sesuai dengan takaran, jujur dalam menimbang agar tidak merugikan pembeli dan setiap satu tahun sekali timbangan saya dikalibrasi.”⁹¹

Para pedagang di Pasar Brayung menjunjung tinggi prinsip keseimbangan dalam berdagang. Hal ini diwujudkan dengan selalu menakar timbangan secara adil dan jujur, tanpa mengurangi takaran. Mereka memahami bahwa tindakan mengurangi timbangan tidak hanya merugikan pembeli, tetapi juga bertentangan dengan ajaran agama Islam. Kesadaran ini mendorong mereka untuk selalu berhati-hati dalam menimbang barang dagangan, bahkan lebih baik jika beratnya sedikit lebih dari yang seharusnya. Kejujuran dan keadilan dalam menimbang merupakan bagian dari integritas mereka sebagai pedagang muslim.

Selain itu, bentuk keadilan lain dilakukan oleh pedagang adalah melayani pembeli sesuai kedatangan tanpa memandang latar belakang mereka seperti yang dilakukan oleh pedagang warung makan dan es gempol.

Prinsip keseimbangan juga diterapkan dalam pemberian harga. Mereka memberikan harga yang seragam kepada setiap pembeli, tanpa membedakan. Ketika pembeli mencoba menawar dengan harga yang lebih rendah, mereka tetap teguh pada harga standar, sebagai bentuk keadilan bagi semua pelanggan. Seperti halnya yang dikatakan Ibu Hetik, pedagang ikan: “Kalau

⁹⁰ Wawancara dengan Ibu Siti Sholikhah Pedagang Sembako, Pada Tanggal 13 Februari 2025

⁹¹ Wawancara dengan Ibu Rumana Pedagang Buah-buahan, Pada Tanggal 15 Februari 2025

harga di sini saya menjual dengan harga pas, semua sama langganan maupun tidak langganan.”⁹²

Prinsip keseimbangan selalu mengedepankan keadilan dengan menempatkan segala sesuatu pada tempatnya. Prinsip ini menekankan pentingnya bagi pedagang untuk tidak merugikan orang lain, sehingga penerapannya akan menuntun pada ketakwaan.⁹³ Sebagaimana firman Allah SWT dalam surah Al-Maidah ayat 8:⁹⁴

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا
اعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, hendaklah kamu menjadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan jangan sekali-kali kebencianmu terhadap suatu kaum mendorongmu berlaku tidak adil. Bersikaplah adil, karena keadilan itu lebih dekat kepada ketakwaan. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.*

Hal yang berbeda dikemukakan dari sudut pandang pembeli, Ibu Saidah mengutarakan hal yang berbeda saat peneliti meminta konfirmasi mengenai tanggapan pedagang. Beliau menyampaikan dalam wawancara bahwa: “Saya pernah mendapati pedagang yang berlaku curang menyetel timbangannya, tapi tidak saya tegur karena saya menganggap itu hak dia, dan saya tidak mau memberitahukan bilang ini dan disini tempatnya, cukup saya saja yang tahu.”⁹⁵

Selaras dengan itu Ibu Faizul, pembeli di Pasar Brayung mengatakan bahwa: “Saat saya membeli ikan sendirian dengan memakai baju formal penjual menaikkan harga lebih tinggi,

⁹² Wawancara dengan Ibu Hetik Pedagang Ikan, Pada Tanggal 15 Februari 2025

⁹³ Syahputri and Suryaningsih, h. 154

⁹⁴ Kemenag.

⁹⁵ Wawancara dengan Ibu Saidah Pembeli di Pasar Brayung, Pada Tanggal 15 Februari

keesokan harinya saya membeli ikan lagi bersama ibu saya dan penjual memberi harga yang pas.”⁹⁶

Pernyataan yang sejalan juga dikemukakan oleh Ibu Riska, pembeli yang sempat diwawancarai oleh peneliti terkait permasalahan yang telah disebutkan di atas, yang menyatakan bahwa: “Saya pernah mendapatkan pelayanan yang kurang baik saat membeli lauk di warung makan, saya datang lebih dulu dari pembeli lain. Namun, yang dilayani adalah pembeli lain terlebih dahulu.”⁹⁷

Hal tersebut menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar pedagang di Pasar Brayung dalam aktivitas jual beli mereka berpedoman pada aturan yang bersumber dari ajaran agama Islam. Namun, pada implementasinya belum konsisten dan menyeluruh. Faktor-faktor seperti subjektivitas pedagang, potensi mencari keuntungan lebih, atau bahkan prasangka dapat memengaruhi kualitas pelayanan dan penetapan harga.

Dalam bisnis modern, konsumen atau pembeli memegang peran sentral. Keberlangsungan bisnis sangat bergantung pada konsumen yang membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Sebagai pengamat aktif, konsumen memiliki peran besar dalam memahami perilaku dan karakter pelaku bisnis. Oleh karena itu, pedagang hendaknya memberikan pelayanan yang baik, berlandaskan keinginan untuk memberikan kebaikan dan keadilan, serta saling menghormati sesama.

Keadilan ini hendaknya mutlak, tidak terpengaruh oleh perasaan suka atau tidak suka, hubungan dekat, kepentingan pribadi, atau hawa nafsu. Keadilan ini bersumber dari ketaatan

⁹⁶ Wawancara dengan Ibu Faizul Pembeli di Pasar Brayung, Pada Tanggal 15 Februari 2025

⁹⁷ Wawancara dengan Ibu Riska Pembeli di Pasar Brayung, Pada Tanggal 13 Februari 2025

kepada Allah, bebas dari pengaruh duniawi, dan didasarkan pada kesadaran bahwa Allah selalu mengawasi setiap apa yang kita lakukan.

3. Prinsip Kehendak Bebas (*Ikhtiyār*)

Prinsip kehendak bebas (*ikhtiyār*) memberikan manusia keleluasaan dalam menentukan arah hidupnya. kehendak bebas bukan berarti boleh melakukan apa saja tanpa aturan. Kebebasan di sini adalah kemampuan untuk bertindak sesuai dengan aturan dan ketentuan yang berlaku. Ini mencakup kebebasan untuk menentukan produk yang diperjualbelikan dan menjalankan kegiatan. Prinsip ini memungkinkan manusia untuk membuat perjanjian, yang mana perjanjian tersebut dapat dilaksanakan atau tidak.⁹⁸

Prinsip kehendak bebas di Pasar Brayung diwujudkan oleh pedagang melalui persaingan yang sehat. Mereka tidak saling menjatuhkan harga, dan masing-masing pedagang memiliki strategi sendiri untuk meningkatkan penjualan. Seperti halnya yang disampaikan Ibu Siti Sholikhah, pedagang sembako berkata “Kalau persaingan antar pedagang sembako di pasar ini masih dalam batas wajar. Contohnya, toko A mungkin menawarkan harga yang sedikit lebih murah dari toko B, tetapi perbedaan harga tersebut tidak sampai merusak pasar dan kedua toko masih mendapatkan keuntungan yang wajar. Kadang saya juga bisa menjual barang lebih murah dikarenakan saat kulakan mendapat harga yang lebih murah.”⁹⁹ Namun, terdapat satu informan yang memberikan harga lebih rendah dari temannya agar pembeli tertarik untuk berbelanja.

Kehendak bebas juga dapat diartikan dalam berdagang penjual tidak boleh memaksa pembeli. Pembeli berhak memilih

⁹⁸ Jazil and Hendrasto, h. 45

⁹⁹ Wawancara dengan Ibu Siti Sholikhah Pedagang Sembako, Pada Tanggal 13 Februari

tempat untuk membeli barang yang diinginkannya. Tindakan memaksa pembeli sangat dilarang oleh hukum. Larangan ini tercantum dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada Pasal 15, yang berbunyi Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa dilarang melakukan tindakan pemaksaan atau cara lain yang dapat menimbulkan gangguan baik fisik maupun psikis terhadap konsumen.¹⁰⁰

Pedagang di Pasar Brayung yang diwawancarai juga menegaskan bahwa mereka tidak memaksa pembeli. Mereka memberi kebebasan kepada pembeli untuk memilih barang atau jasa sesuai dengan preferensi mereka serta memastikan kualitas yang sebanding dengan harga yang telah disepakati. Contohnya Ibu Khoirotun Nisa memberikan kebebasan pembeli untuk menawar harga barang yang dipilihnya dan tidak pernah memaksa pembeli untuk membeli barang dagangannya.¹⁰¹ Sebagaimana dijelaskan dalam firman Allah SWT dalam surah An-Nisa' ayat 29:¹⁰²

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

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta tetanggamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan jual beli yang saling suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu sendiri. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu.*

Tetapi lain halnya yang dikatakan Saudari Wawa selaku pembeli, dalam wawancara dengan peneliti mengatakan bahwa: “Saya pernah ketika berbelanja pakaian, pedagang menawarkan barang seolah-olah dengan harga yang lebih murah dengan

¹⁰⁰ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 15

¹⁰¹ Wawancara dengan Ibu Siti Khoirotun Nisa Pedagang Pakaian, Pada Tanggal 13 Februari 2025

¹⁰² Kemenag.

pedagang yang lain dengan kualitas yang sama agar saya mau membeli barang dagangannya.”¹⁰³

Berdasarkan pernyataan Saudari Wawa, peneliti menyimpulkan bahwa tindakan pedagang tersebut merupakan strategi untuk menarik pembeli agar transaksi cepat terjadi dan penjualan meningkat. Namun, hal ini bertentangan dengan nilai kebebasan karena pedagang cenderung memaksa pembeli dan tidak bertanggung jawab atas informasi yang tidak sesuai dengan barang yang ditawarkan.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, penulis menyimpulkan bahwa implementasi prinsip kehendak bebas dalam praktik berdagang masih belum menjadi prioritas bagi sebagian pedagang.

4. Prinsip Tanggung Jawab (*Farḍ*)

Konsep tanggung jawab (*farḍ*) secara intrinsik terkait dengan gagasan kehendak bebas. Kebebasan tanpa batas bertentangan dengan gagasan ini, karena tidak memiliki rasa tanggung jawab yang intrinsik. Untuk mencapai keadilan dan keharmonisan, setiap aktivitas manusia harus disertai dengan tanggung jawab. Ini menunjukkan bahwa gagasan tanggung jawab secara intrinsik terkait dengan prinsip kehendak bebas. Gagasan kehendak bebas membatasi semua aktivitas manusia dengan mengharuskan akuntabilitas individu untuk semua aktivitas yang dilakukan.¹⁰⁴

Pedagang di Pasar Brayung menerapkan prinsip tanggung jawab dengan memastikan kesesuaian jumlah barang yang dipesan serta memenuhi kesepakatan waktu dengan pembeli. Hal ini sebagaimana yang dilakukan oleh Ibu Dewi, seorang pedagang

¹⁰³ Wawancara dengan Saudari Wawa Pembeli di Pasar Brayung, Pada Tanggal 20 Februari 2025

¹⁰⁴ Astuti, h. 80

makanan ringan, yang menyatakan: “Apabila barang yang dikirim tidak sesuai atau terdapat kesalahan, saya akan menggantinya.”¹⁰⁵

Sama halnya yang dilakukan oleh Ibu Siti Khodijah akan memberikan garansi penggantian barang jika ada kerusakan atau kecacatan pada produk yang jual.¹⁰⁶

Kedua contoh ini menggambarkan bahwa para pedagang di Pasar Brayung tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga mengedepankan prinsip tanggung jawab dalam berdagang. Hal ini penting untuk menciptakan hubungan yang baik dengan pelanggan, membangun reputasi yang positif, dan pada akhirnya, keberlangsungan dalam berbisnis. Perilaku tersebut sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 7 yang menyatakan Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.¹⁰⁷

Selain itu, penerapan prinsip tanggung jawab dilakukan para pedagang dengan amanah serta bertanggung jawab penuh jika mendapat pesanan dengan jumlah yang banyak dari pembeli. Kepercayaan yang diberikan pembeli sangatlah penting, karena bisa menjadi dasar bagi pedagang untuk memiliki pelanggan jangka panjang. Seperti halnya yang dilakukan Ibu Mukinatun, pedagang sayur berkata: “Ketika mendapat pesanan dalam jumlah yang banyak, saya berusaha bertanggung jawab pada pesanan pembeli dengan mengirimkan tepat waktu dan jumlah yang

¹⁰⁵ Wawancara dengan Ibu Dewi Pedagang Makanan Ringan, Pada Tanggal 13 Februari 2025

¹⁰⁶ Wawancara dengan Ibu Siti Khodijah Pedagang Pakaian, Pada Tanggal 13 Februari 2025

¹⁰⁷ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 8

sesuai.”¹⁰⁸ Hal tersebut sejalan dengan firman Allah dalam Surah Al-Muddatstsir ayat 38:¹⁰⁹

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ

Artinya: *Setiap orang bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya*

Dalam melaksanakan jual beli, pedagang di Pasar Brayung menunjukkan penerapan prinsip tanggung jawab yang baik dengan memastikan ketepatan jumlah dan waktu pesanan, memberikan jaminan penggantian barang apabila terjadi kerusakan, dan bertanggung jawab penuh terhadap pesanan dalam jumlah besar, yang mencerminkan orientasi terhadap hubungan baik dan reputasi positif, sesuai dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan ajaran agama yang menekankan tanggung jawab atas tindakan.

5. Prinsip Kebaikan (*Ihsān*)

Prinsip kebajikan (*ihsān*) merupakan tindakan terpuji yang dilakukan dengan tujuan memberikan keuntungan bagi orang lain, bahkan tanpa adanya pemaksaan. Dalam bidang perdagangan, kebajikan ditunjukkan dengan sikap berbudaya, *altruisme*, pemaaf, dan membantu mereka yang membutuhkan. Etika Islam menggarisbawahi perlunya mencegah kerugian bagi pihak mana pun yang terlibat dalam kegiatan ekonomi. Al-Qur'an menggarisbawahi bahwa perdagangan harus bebas dari metode yang menipu, merugikan, dan eksploitatif. Oleh karena itu, perdagangan yang efektif harus dilakukan dengan kesadaran yang tinggi dan didasarkan pada gagasan kerelaan.¹¹⁰

Gagasan tentang rasa belas kasih di Pasar Brayung diwujudkan oleh para pedagang yang menunjukkan kedermawanan dalam bertransaksi, ditunjukkan dengan memberikan syarat pembayaran kepada pembeli yang tidak mampu melunasi

¹⁰⁸ Wawancara dengan Ibu Mukinatun Pedagang Sayur, Pada Tanggal 13 Februari 2025

¹⁰⁹ Kemenag.

¹¹⁰ Astuti, h. 80

kekurangannya. Sikap ini ditunjukkan dalam perilaku Ibu Rumana, seorang pedagang buah, yang memberikan kelonggaran kepada pelanggan jika terjadi kekurangan pembayaran.¹¹¹

Selain itu, para pedagang selalu ramah kepada pembeli, bahkan ketika menghadapi pembeli yang marah atau membandingkan harga. Mereka selalu bersikap bijaksana dalam menghadapi situasi tersebut. Seperti yang dilakukan Ibu Yana, pedagang kerupuk berkata: “Kalau ada pembeli yang membandingkan dan menawar dengan harga yang tidak sesuai saya tetap melayani dengan ramah dan sabar.”¹¹²

Sama halnya dengan Ibu Hetik, pedagang ikan mengungkapkan: “Saya dalam melayani pembeli dengan cara seramah mungkin, ketika ada pembeli yang menawar dengan harga lebih rendah saya mencoba kasih pengertian bahwa harga barang dagangan saya tawarkan dengan harga pas, apabila pembeli tetap tidak mau dan marah-marah ya beli ditempat lain saja.”¹¹³

Perilaku tersebut mencerminkan cara berdagang yang disampaikan oleh Nabi Muhammad SAW dengan bersikap ramah, sopan, dan selalu tersenyum kepada pembeli. Sikap baik ini akan membuat pembeli merasa senang dan nyaman. Sebaliknya, sikap yang tidak ramah akan membuat pembeli enggan untuk berbelanja. Rasulullah SAW bersabda: “Allah SWT merahmati seseorang yang ramah dan toleran dalam berbisnis.” (HR. Bukhori dan Tirmidzi).¹¹⁴

Contoh di atas menggambarkan bagaimana para pedagang di Pasar Brayung menerapkan prinsip kebajikan (*iḥsān*) dalam

¹¹¹ Wawancara dengan Ibu Rumana Pedagang Buah-buahan, Pada Tanggal 15 Februari 2025

¹¹² Wawancara dengan Ibu Yana Pedagang Kerupuk, Pada Tanggal 15 Februari 2025

¹¹³ Wawancara dengan Ibu Hetik Pedagang Ikan, Pada Tanggal 15 Februari 2025

¹¹⁴ Veithzal Rivai Zainal, Nora Sri Hendriyeni, and Marwini, *Meneladani Berbisnis Ala Rasulullah SAW* (Sidoarjo: Indomedia Pustaka, 2022), h. 54

berinteraksi dengan pembeli. Mereka menunjukkan kerahaman, kebaikan, kesabaran, dan kecerdasan saat berinteraksi dengan beragam pembeli. Sikap ini tidak hanya mewujudkan prinsip-prinsip etika bisnis yang baik, tetapi juga sejalan dengan keyakinan Islam dalam kehidupan sehari-hari. Dengan berpegang pada gagasan ihsān, pedagang tidak hanya mengejar keuntungan finansial, tetapi juga berusaha memberikan keuntungan dan layanan yang optimal kepada orang lain.

Tetapi lain halnya yang dikatakan Ibu Dwi selaku pembeli, dalam wawancara dengan peneliti mengatakan bahwa: “Terkadang saya saat membeli ikan, pedagang kurang merespon apa yang saya tanyakan dan melayani dengan raut wajah muram.”

Hal senada juga dikatakan oleh Ibu Ani selaku pembeli, bahwa: “saya pernah mendekati lapak pedagang sembako dan bertanya tentang harga dan jenis beras. Pedagang tersebut menjawab pertanyaan dengan singkat sambil memasang ekspresi wajah yang tidak ramah.”

Berdasarkan pernyataan Ibu Dwi dan Ibu Ani, dapat disimpulkan bahwa sebagian pedagang di pasar menunjukkan perilaku yang tidak ramah kepada pembeli, ditandai dengan kurangnya responsivitas dalam menjawab pertanyaan dan ekspresi wajah yang muram atau tidak menyenangkan. Perilaku ini tidak sesuai dengan prinsip pelayanan yang baik dan nilai-nilai keramahan yang dianjurkan dalam etika bisnis Islam. Kurangnya keramahan dapat menciptakan pengalaman berbelanja yang negatif bagi pembeli, berpotensi mengurangi minat beli dan merusak citra pedagang serta pasar secara keseluruhan. Diperlukan adanya peningkatan kesadaran dan upaya untuk mendorong pedagang agar lebih mengedepankan keramahan dan responsivitas dalam berinteraksi dengan pembeli.

Dari penjelasan di atas, mayoritas pedagang di Pasar Brayung menjadikan ajaran agama Islam sebagai pedoman utama dalam aktivitas jual beli mereka. Namun, belum sepenuhnya konsisten dan menyeluruh masih terdapat kesenjangan antara harapan konsumen dan praktik yang dilakukan oleh pedagang di pasar ini. Yang dipengaruhi berbagai faktor, diantaranya yaitu persaingan usaha semakin ketat, potensi mencari keuntungan lebih, dan pengaruh emosi serta psikologis.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan beberapa hal terkait penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli di Pasar Tradisional Brayung, Kecamatan Mejobo, Kabupaten Kudus, sebagai berikut:

1. Penelitian ini menunjukkan bahwa para pedagang di pasar brayung tidak mengetahui etika bisnis Islam. Namun, mereka secara umum menerapkan prinsip-prinsip agama Islam dalam aktivitas jual beli yang selaras dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Hal ini didasarkan pada pengalaman dan kebiasaan mereka dalam berdagang.
2. Penelitian ini mengungkapkan bahwa penerapan etika bisnis Islam pada transaksi jual beli di Pasar Brayung secara umum telah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam bertransaksi jual beli. Namun, belum sepenuhnya konsisten dan menyeluruh masih terdapat kesenjangan antara harapan konsumen dan praktik yang dilakukan oleh pedagang di pasar ini. Penerapan tersebut tercermin dalam beberapa aspek diantaranya a. Prinsip kesatuan (*tauhid*) yang tercermin dari ketaatan beribadah, keikhlasan berdagang, dan bersedekah. b. Prinsip keseimbangan (*adl*) yang diterapkan yaitu pedagang berlaku adil dalam timbangan, melayani pembeli tanpa pandang bulu, dan berusaha tidak merugikan pihak lain. Tetapi, masih ditemukan pedagang yang curang dalam timbangan dan berlaku tidak adil. c. Prinsip kehendak bebas (*ikhtiyār*) yang diwujudkan pedagang memberikan kebebasan kepada pembeli untuk memilih dan menawar, serta bersaing secara sehat tanpa menjatuhkan harga secara tidak etis. Namun, masih terdapat pedagang yang menawarkan barang dagangannya yang cenderung memaksa pembeli dan menjual dengan harga yang lebih rendah. d. Prinsip tanggung jawab (*fard*) yang

diwujudkan pedagang bertanggung jawab terhadap kualitas barang dan memberikan jaminan penggantian apabila terjadi kerusakan atau kesalahan. e. Prinsip kebaikan (*iḥsān*) yang diwujudkan pedagang bersikap murah hati, dan bijaksana dalam melayani pembeli. Namun, masih ditemukan pedagang yang tidak bersikap ramah dan sopan kepada pembeli.

B. Saran

Berikut adalah beberapa saran yang dapat penulis berikan diantaranya:

1. Para pedagang di Pasar Tradisional Brayung diharapkan untuk selalu berpegang pada nilai dan aturan syariat Islam dalam menjalankan aktivitas bisnis atau perdagangan mereka sehari-hari.
2. Dalam menjalankan usaha, pelaku bisnis hendaknya selalu menerapkan etika bisnis Islam dalam segala kondisi yang dihadapi. Hal ini karena bisnis yang berlandaskan etika Islam tidak hanya menghasilkan keuntungan materi, tetapi juga mendatangkan keberkahan dari rezeki yang diperoleh.

DAFTAR PUSTAKA

- Ad-Dimasyqi, Abul Fida Isma'il Ibnu Kasir, *Tafsir Ibnu Kasir Juz 5* (Bandung: Sinar Baru Al-Gensindo, 2000)
- Al-Qurthubi, *Al-Jami'li Ahkam Al-Qur'an* (Jakarta: Pustaka Azzam, 2014)
- Amirudin, and Zainal Asikin, *Pengantar Metode Dan Penelitian Hukum* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2003)
- Aravik, Havis, Makmun Harun, and Rahma Febrianti, 'The Urgency of Islamic Business Ethics In The Era of The Industrial Revolution 4.0', *Islamic Banking : Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 8.2 (2023), 303–26 <<https://doi.org/10.36908/isbank.v8i2.706>>
- Arifin, Johan, *Etika Bisnis Islami* (Semarang: Walisongo Press, 2009)
- Astuti, An Ras Try, *Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)* (Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2022)
- Aziz, Abdul, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013)
- Badroen, Faisal, *Etika Dalam Bisnis Islam* (Jakarta: Prenada Media Group, 2006)
- Beekun, Rafik Issa, *Islamic Business Ethics* (Virginia: The International Institute of Islamic Thought, 1997)
- Bungin, M. Burhan, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana, 2007)
- Butarbutar, Bosman, 'Peranan Etika Bisnis Dalam Bisnis', *Jurnal Manajemen Ilmu Terapan*, 1.1 (2019)
- Djakfar, Muhammad, *Etika Bisnis Islam* (Malang: UIN Malang Press, 2008)
- Firdiyanti, Shovia Indah, Muhammad Saifullah, Muyassarrah Muyassarrah, and Fuad Yanuar AR, 'Etika Bisnis Dalam Islam: Dampak Dan Analisis Jual Beli Thrifting', *OIKONOMIKA : Jurnal Kajian Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 5.1 (2024), 12–27 <<https://doi.org/10.53491/oikonomika.v5i1.1176>>
- Ghazay, Abdul Rahman, and Dkk, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Kencana, 2010)
- Gilarso, T., *Pengantar Ilmu Makro* (Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 2004)
- Handayani, Disfa Lidian, 'Etika Bisnis Islam: Sebuah Kajian Komparatif', *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4.1 (2019), 36 <<https://doi.org/10.29300/ba.v4i1.1852>>

- Haroen, Nasrun, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000)
- Herdiansyah, Haris, *Wawancara, Observasi, Dan Focus Groups: Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif* (Rajawali Press, 2013)
- Ifdholul, Maghfur, Maulidatul K, and Muhammad Fahmul Iltiham, 'Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di Pasar Nongkojajar Kecamatan Tuter Kabupaten Pasuruan', *Mu'allim*, volume 1 n (2019), 339–57
- Ihwanudin, Nandang, Beti Rahayu Nurbaeti, Hendro Kasmanto, and Dkk, *Etika Bisnis Dalam Islam (Teori Dan Aplikasi)* (Bandung: Penerbit Widina Bhakti Persada, 2022)
- Ikit, H Artiyanto, and Muhammad Saleh, *Jual Beli Dalam Perspektif Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2018)
- Insawan, Husain, Adzil Arsyi Sabana, and Abdil Wahid Mongkito, *Mikro Ekonomi Islam* (Jombang: Nakomu, 2021)
- Jazil, Thuba, and Nur Hendrasto, *Prinsip & Etika Bisnis Syariah* (Bandung: Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2021)
- Kemenag, 'Qur'an Kemenag' <<https://quran.kemenag.go.id/>>
- Laeis, Zuhdiar, 'JKPD Jateng Temukan Ikan Berformalin Di Pasar Tradisional', *ANTARA*, 2024 <<https://www.antaranews.com/berita/4308551/jkpd-jateng-temukan-ikan-berformalin-di-pasar-tradisional>> (diakses 08 Februari 2025)
- Marthon, Said Sa'ad, *Ekonomi Islam Di Tengah Krisis Ekonomi Global* (Jakarta: Zikrul Hakim, 2007)
- Marwal, M. Rafid, 'Implementasi Etika Transaksi Jual Beli Dalam Islam Pada Pasar Tradisional Di Watampone', *Jurnal Al-Tsarwah*, 4 Nomer 2 (2021)
- Muhammad, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004)
- Mursid, M., *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014)
- Niar, Hikma, K. T. Kustina, and dkk, *Etika Bisnis (Dinamika Persaingan Usaha)* (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2023)
- Nilava, Ihna, and Ahmad Fauzi, 'Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional Ngronggo Kota Kediri', *At-Tamwil*, Vol. 2 No. (2020), 139–52

- Noor, Henry Faizal, *Ekonomi Manajerial* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007)
- Pemerintah Kota Palembang, 'Sidak Pasar Tradisional, Damenta Temukan Pedagang Nakal', 2024 <<https://palembang.go.id/berita/sidak-pasar-tradisional-damenta-temukan-pedagang-nakal>> (diakses 08 Februari 2025)
- Pindyek, Robert. S, and Daniel. L Rubinfeld, *Mikro Ekonomi Edisi Delapan* (Jakarta: Erlangga, 2012)
- Rahmawati, Nurul Tari, Mulyadi Kosim, and Sutisna Sutisna, 'Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional', *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4.4 (2022), 894–907 <<https://doi.org/10.47467/elmal.v4i4.2213>>
- Saifullah, Muhammad, 'Etika Bisnis Islami Dalam Praktek Bisnis Rasulullah Muhammad Saifullah ETIKA BISNIS ISLAMI DALAM PRAKTEK BISNIS RASULULLAH', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53.9 (2011), 1689–99
- Sampurno, Wahyu Mijil, 'Implementation of Islamic Business Ethics and Its Impacts on Family Business', *Journal of Islamic Economics Lariba*, 2.1 (2016), 25–30 <<https://journal.uui.ac.id/JIELariba/article/view/9671/7857>>
- Saputra, Medi Karya, 'Pembeli Keluhkan Timbangan Tak Akurat, Ini Tanggapan Sekretaris Disperdagrin Kota Bengkulu' <<https://harianbengkuluekspress.bacakorani.co/read/27459/pembeli-keluhkan-timbangan-tak-akurat-ini-tanggapan-sekretaris-disperdagrin-kota-bengkulu>> (diakses 08 Februari 2025)
- Satoridian, Dajm'an, and Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2017)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif R&D* (Bandung: Alfabeta, 2008)
- Suhendi, Hendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008)
- Sukirno, Sadono, *Mikroekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015)
- Syafei, Rachmat, *Fiqh Muamalah* (Bandung: Pustaka Setia, 2001)
- Syahputri, Tyas Fariha, and Sri Abidah Suryaningsih, 'Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Sembako Di Pasar Kedurus Surabaya', *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5.1 (2022), 146–59 <<https://doi.org/10.26740/jekobi.v5n1.p146-159>>

Tambunan, Tulus, *Pasar Tradisional Dan Peran UMKM* (Bogor: IPB Press, 2020)

Wibowo, Agus, *Etika Bisnis* (Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2022)

Yuswanto, Wawan, *Ekonomi Mikro* (Tasikmalaya: Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia, 2021)

Z, Wahidah, 'Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Etika Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional', *Abdurrauf Journal Of Islamic Studies (ARJIS)*, Volume 2, (2023), 31–43

Zainal, Veithzal Rivai, Nora Sri Hendriyeni, and Marwini, *Meneladani Berbisnis Ala Rasulullah SAW* (Sidoarjo: Indomedia Pustaka, 2022)

Zainal, Veithzal Rivai, Nova Sri Hendriyeni, and Marwini, *Meneladani Berbisnis Ala Rasulullah SAW* (Sidoarjo: Indomedia Pustaka, 2022)

LAMPIRAN

Lampiran 1. Instrumen penelitian

Instrumen penelitian

1. Observasi

-Pada hari libur dan hari kerja dengan durasi 2-3 jam

-Fokus mengamati pada aspek-aspek seperti perilaku pedagang, interaksi antara pedagang dan pembeli, serta praktik jual beli.

- Perilaku Pedagang

No.	Indikator	Ya	Tidak
1.	Pedagang memberikan informasi akurat tentang produk		
2.	Pedagang menjelaskan kelebihan dan kekurangan produk		
3.	Harga produk wajar dibandingkan dengan pasar lain		
4.	Tidak ada praktik penipuan atau kecurangan dalam transaksi		

- Interaksi dengan pembeli

No.	Indikator	Ya	Tidak
1.	Pedagang bersikap ramah dan sopan kepada pembeli		
2.	Pedagang cepat merespon pertanyaan atau keluhan pembeli		
3.	Waktu pelayanan kepada setiap pembeli tidak		

	terlalu lama		
4.	Pembeli merasa puas dengan pelayanan yang diberikan		

- Praktik Transaksi

No.	Indikator	Ya	Tidak
1.	Terdapa kebijakan pengembalian barang jika terjadi kesalahan		
2.	Alat ukur dan timbangan yang digunakan sudah sesuai		
3.	Semua pihak diperlakukan secara adil dalam bertransaksi		

2. Wawancara

Pedoman wawancara pengelola pasar

Identitas responden

Nama:

Umur:

Alamat:

1. Kapan berdirinya pasar Brayung?

2. Bagaimana sejarah berdirinya pasar Brayung berdiri sampai sekarang?

3. Berapa kios yang terdapat di pasar Brayung?

4. Berapa jumlah pedagang di pasar Brayung?
5. Apa saja fasilitas yang terdapat di pasar Brayung?
6. Berasal dari mana sajakah pedagang yang berdagang di pasar Brayung?
7. Barang apa saja yang dijual di pasar Brayung?
8. Apa saja permasalahan yang di hadapi di pasar Brayung?
9. Apakah perilaku pedagang di sini sesuai dengan etika bisnis Islam?

Pedoman wawancara pedagang

Identitas responden

Nama:

Umur:

Alamat:

Agama:

Konsep pemahaman pedagang mengenai etika bisnis Islam

1. Apakah bapak/ibu mengetahui apa itu etika bisnis Islam?
2. Bagaimana pemahaman bapak/ibu mengenai etika berbisnis dalam Islam?
3. Mengapa dalam perdagangan/jual beli harus menerapkan sifat jujur dan keadilan?
4. Bagaimana tantangan dalam menerapkan etika bisnis di pasar?

Prinsip kesatuan

1. Apakah Bapak/Ibu menyakini bahwa rizki telah diatur oleh Allah SWT?
2. Bagaimana bentuk ketakwaan Bapak/Ibu kepada Allah SWT?

3. Jika dagangan anda sedang ramai dan telah tiba waktu shalat, bagaimanakah sikap Bapak/Ibu?

Prinsip keadilan

1. Bagaimana cara Bapak/Ibu saat menakar atau menimbang barang dagangan?
2. Apakah timbangan di sini ditera secara berkala?
3. Apakah Bapak/Ibu memberikan perilaku yang sama kepada semua pembeli, tanpa memandang latar belakang mereka?

Prinsip kehendak bebas

1. Bagaimana cara bapak/ibu dalam menawarkan barang dagangan anda? Apakah Bapak/Ibu pernah memberikan tawaran harga yang lebih rendah dari harga teman-teman anda di pasar untuk menarik pembeli?
2. Apa tindakan Bapak/Ibu jika pembeli tidak mau membeli walaupun anda sudah menawarkan barang anda semaksimal mungkin?

Prinsip Tanggung jawab

1. Bagaimana bentuk tanggungjawab Bapak/Ibu ketika ada barang dagangan yang dipilih pembeli ada yang rusak/cacat?
2. Bagaimana sikap Bapak/Ibu jika ada pembeli yang membeli barang dagangan dalam jumlah yang besar?

Prinsip kebenaran

1. Bagaimana sikap Bapak/Ibu dalam melayani pembeli? Apa yang bapak./ibu lakukan ketika ada pembeli yang suka marah atau membanding-bandingkan harga?
2. Apa yang Bapak/Ibu lakukan jika barang dagangan yang ditawarkan ada cacat?

Pedoman wawancara pembeli

Identitas responden

Nama:

Umur:

Alamat:

Agama:

1. Apa pendapat saudara mengenai etika bisnis Islam yang terjadi dalam transaksi jual beli di pasar ini?
2. Apakah saudara mengalami masalah dengan pedagang yang tidak menerapkan dan memahami etika bisnis Islam?
3. Bagaimana cara memilih pedagang yang menerapkan etika bisnis Islam?

Lampiran 2. Dokumentasi

Wawancara dengan pengelola pasar



Wawancara dengan pedagang









Wawancara dengan Pembeli



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Risma Nafakhatus Sakhariyah
Tempat, Tanggal Lahir : Kudus, 19 September 2003
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Ds. Kesambi RT 04 RW 10 Mejobo Kudus
Email : rismanafakhatus@gmail.com

Riwayat Pendidikan Formal :

1. MI NU Tarbiyatul Aulad (Tahun 2009-2015)
2. MTs NU BANAT Kudus (Tahun 2015-2018)
3. MA NU BANAT Kudus (Tahun 2018-2021)

Riwayat Pendidikan Non Formal :

1. RA NU Tarbiyatul Athfal
2. Madrasah Diniyah Tarbiyatul Aulad
3. Pondok Pesantren Al-Mubarakah Kudus
4. Pondok Pesantren Dzikril Hakiem Kudus
5. Ma'had UIN Walisongo Semarang

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana semestinya.