

PERILAKU PEDAGANG DI PASAR WISATA PLAOSAN DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

Novita Ambarsari¹, Luhur Prasetyo²

^{1,2}Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia

Email: novitaambarsari964@gmail.com¹, luhur.prasetyo78@gmail.com²

Abstract: *This research is motivated by the trading activities of traders in the Plaosan Tourism Market, Magetan Regency which are not fully in accordance with Islamic business ethics. This study aims to determine the applied Islamic business ethics along with the factors that can influence and impact on business activities for traders at the Plaosan Tourism Market, Magetan Regency. This research uses qualitative methods, namely field research and uses a qualitative approach. Data collection techniques used are interviews, observation and documentation. As well as informants in this research are market managers, traders and buyers. The results of this study found that the behavior of traders in the Plaosan Tourism Market had not fully implemented the principles stated in Islamic business ethics, and there were several factors that influenced the behavior of these traders. While the impact of the behavior of traders causes negative and positive effects, both of which have an effect on the behavior of traders in the Plaosan Tourism Market. The impact of traders' behavior can affect business activities such as positive impacts on social and financial aspects. As well as the negative impact if traders do not provide good service it will have an impact on income which will decrease.*

Keywords: *Islamic Business Ethics, Markets, Traders*

Abstrak: Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kegiatan transaksi jual beli pedagang di Pasar Wisata Plaosan Kabupaten Magetan yang belum sepenuhnya sesuai dengan etika bisnis Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui etika bisnis Islam yang diterapkan beserta faktor-faktor yang dapat mempengaruhi dan dampaknya terhadap kegiatan bisnis terhadap pedagang di Pasar Wisata Plaosan Kabupaten Magetan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yakni penelitian lapangan dan menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Serta informan pada penelitian ini adalah pengelola pasar, pedagang serta pembeli. Hasil penelitian ini menemukan bahwa perilaku pedagang di Pasar Wisata Plaosan belum sepenuhnya menerapkan prinsip yang telah tertera pada etika bisnis Islam, serta terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku pedagang tersebut. Sedangkan dampak perilaku pedagang menimbulkan pengaruh negatif dan juga positif yang keduanya sama-sama berpengaruh kepada perilaku pedagang di Pasar Wisata Plaosan. Dampak perilaku pedagang tersebut dapat mempengaruhi terhadap kegiatan bisnis seperti dampak positif bagi aspek sosial maupun finansial. Serta dampak negatifnya apabila pedagang melakukan pelayanan kurang baik maka akan berdampak pada pendapatan yang akan menurun.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Pasar, Pedagang

PENDAHULUAN

Etika merupakan penunjang dari komponen bisnis, terutama dalam hal tindakan dan perilaku pribadi, atau juga tanda-tanda yang dapat membimbing dan mengingatkan

suatu pekerjaan yang patut dipuji dan harus dipatuhi dan dilaksanakan. Etika bisnis sebagai bentuk untuk mematuhi prinsip-prinsip etika yang membedakan antara apa yang baik dan buruk, benar dan salah, untuk melakukan yang terbaik bagi perusahaan dan pelanggannya. Pentingnya etika bisnis tergantung pada norma dan prinsip umum yang berlaku dalam kehidupan masyarakat. Prinsip-prinsip tersebut bertujuan untuk memberikan rasa aman dan nyaman bagi mereka yang terlibat dalam kegiatan bisnis. (Zam-Zam, 2021). Karena etika memiliki peranan yang besar terhadap dunia bisnis, dimana dengan menerapkan etika dalam berbisnis maka akan mampu menciptakan manajemen yang baik (Rizqiyah, 2022).

Kegiatan transaksi jual beli di pasar merupakan salah satu contoh sarana dan prasarana dalam memenuhi kebutuhan hidup yang dapat memberikan peluang maupun ancaman. Persaingan ini akan memberikan peluang bagi para pelaku bisnis untuk menggunakan berbagai strategi yang berguna untuk meningkatkan keuntungan, namun seringkali mereka mengabaikan prinsip-prinsip etika dalam menjalankan bisnisnya.

Dalam Islam secara tegas Rasulullah SAW pernah bersabda bahwa “perdagangan (bisnis) adalah suatu lahan yang paling banyak mendatangkan keberkahan”. Dengan demikian, perdagangan atau kegiatan bisnis tampaknya menjadi arena yang sangat menguntungkan. Penting untuk dipahami bahwa praktik bisnis yang harus diikuti oleh setiap orang adalah sesuai dengan ajaran agama Islam yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, Islam memberikan klasifikasi perbuatan yang diperbolehkan (halal) dan perbuatan yang dilarang (haram)(Dwi Santosa, 2021).

Semua aktivitas manusia dalam kehidupan sehari-hari diatur dalam ajaran Islam, yang tidak lepas dari nilai-nilai fundamental yang diatur dalam Al-Qur'an, Hadits Nabi dan sumber ajaran Islam lainnya. Dalam ajaran agama Islam telah disampaikan bahwa bagi setiap muslim diharapkan untuk berusaha semaksimal mungkin dalam menjalankan kegiatan di kehidupannya serta memperhatikan segala aturan yang telah diberlakukan. Karena Islam merupakan agama Allah SWT yang sempurna dan memuat berbagai persoalan kehidupan manusia. Islam memposisikan bisnis, perniagaan atau perdagangan sebagai cara terbaik untuk mendapatkan keuntungan dan kesejahteraan, sesuai dengan profesi Nabi Muhammad SAW pada masa hidupnya. Dalam Islam, umat muslim telah mengenal Nabi Muhammad SAW sebagai pelaku usaha yang sukses. Kesuksesan beliau tak terlepas dari keteladanan dan kebijaksanaan sebagai pelaku usaha sejati (Hardiati, 2021).

Oleh karena itu, bisnis harus dilakukan dengan etika yang baik jujur tidak boleh ada tindak kecurangan, riba, rekayasa harga maupun penimbunan barang. Prinsip Islam dalam bisnis didasarkan pada gagasan bahwa Tuhan adalah otoritas tertinggi. Semua aktivitas, termasuk bisnis, memiliki dimensi duniawi. Ini berarti mereka terkait dengan untung dan rugi. Bisnis dalam Islam adalah cara melayani Tuhan dan bersikap baik satu sama lain. Ini adalah cara untuk menunjukkan ketaatan kita kepada-Nya dengan membantu orang lain (Kamal, 2013). Pada akhirnya praktek bisnis yang tidak jujur, akan merugikan pihak lain dan akan membawa kehancuran (Nawatmi, 2010).

Lima prinsip yang menjadi pedoman kegiatan bisnis dalam Islam adalah kesatuan, keseimbangan/keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebajikan. Bisnis harus memiliki hal ini agar berhasil, dan mereka yang percaya harus memilikinya. Ada beberapa perilaku perdagangan umum yang sering terjadi di pasar. Ini adalah beberapa perilaku yang harus ditiru oleh usaha ketika memberikan layanan pelanggan.

Pasar Wisata Plaosan merupakan salah satu pasar tradisional yang beroperasi di Kecamatan Plaosan, Kabupaten Magetan dan beralamat di jalan Raya Sarangan. Banyak dari masyarakat yang bekerja di Pasar Wisata Plaosan beragama Islam. Terdapat berbagai macam pedagang di Pasar Wisata Plaosan, antara lain pedagang sayur mayur, kebutuhan pokok, perabotan rumah tangga, sandang, pangan, dan lain-lain. Aktivitas perdagangan dimulai pukul 04.00-16.30 WIB. Dalam aktivitas perdagangannya, ada pedagang yang menggunakan etika bisnis Islami dan ada juga yang tidak.

Berdasarkan hasil wawancara dengan seorang pembeli yang bernama Ibu Susi beliau mengatakan bahwa pernah membeli beras kepada salah satu penjual sembako dan ternyata sesampainya di rumah oleh beliau dicek ternyata beras yang telah dibelinya terdapat kutu dan warnanya sudah agak berubah (Susi, Wawancara, 2022). Pengalaman lain juga dialami oleh Ibu Sri yang membeli buah jeruk, dan penjualnya mengatakan jeruk ini manis lalu diberi tester untuk dicicipi Ibu Sri. Beliau pun tertarik untuk membeli buah jeruk tersebut karena manis, namun sampai di rumah beliau makan jeruk tersebut dan rasanya asam beda dengan tester yang diberikan penjualnya (Sri, Wawancara, 2022). Peneliti juga menemukan beberapa pedagang yang menyembunyikan sayuran yang sudah agak lembek/busuk dan ditutupi sayuran dengan kualitas yang masih bagus. Padahal hal tersebut merupakan tanggung jawab dalam

bisnis harus diterapkan secara transparan, jujur, optimal dalam segala urusannya (Zaroni, 2007).

Hal lain juga terkait prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang sebaiknya dihindari antara lain tindak diskriminasi, melakukan pemaksaan, menimbun barang, mengurangi timbangan, melakukan riba, penipuan dan lain sebagainya yang dapat merugikan orang lain. Juga sebagai pedagang harus memberikan hak yang sesuai dengan pekerjaan yang telah dilakukan orang lain demi keberlangsungan usahanya, seperti memberikan upah atau gaji atau juga bisa dalam hal memberikan tambahan barang sebagai tanda kemurahan hati dan rasa terimakasih telah membeli barang dagangannya. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif yang menggunakan jenis penelitian deskriptif untuk memecahkan permasalahan dalam penelitian ini.

Mengingat tingginya tingkat peredaran uang di pasar, ada banyak peluang untuk penipuan. Sehingga tidak heran jika pasar menjadi pusat maksiat dan kezaliman antar sesama manusia. Dan pasar menjadi sebab manusia lupa terhadap aturan Allah SWT dan berdzikir kepada-Nya. Untuk itu Rasulullah SAW juga berpesan kepada para pedagang untuk jujur dalam bertransaksi. Dalam sebuah hadits mengatakan, “Pedagang yang beramanah dan dapat dipercaya itu akan bersama orang-orang yang mati syahid” (HR Ibnu Majah). Sistem pasar yang adil harus didasarkan pada prinsip keadilan. Pasar yang adil adalah pasar di mana praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat tidak ada. Norma ini yang telah disebutkan dalam beberapa sabda Nabi Muhammad, antara lain “Barang siapa melakukan monopoli, maka dia adalah pendosa” (HR Muslim). “Barang siapa menimbun bahan makanan selama empat puluh malam, maka Allah akan berlepas darinya” (HR Ahmad) (Kamal, 2013).

TINJAUAN LITERATUR

Bisnis

Bisnis adalah cara pertukaran barang, jasa, atau uang yang menguntungkan kedua belah pihak yang terlibat. Menurut arti dasarnya bisnis memiliki makna sebagai *the buying and selling of goods and services* (Fauzi, 2013). Usaha adalah kegiatan individu yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam rangka menyediakan barang atau jasa dengan harapan memperoleh keuntungan, guna memenuhi kebutuhan masyarakat. Bisnis dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan (*profit*),

mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, pertumbuhan social, dan tanggung jawab sosial.

Bisnis dalam pandangan Al-Qur'an mempunyai visi masa depan yang tidak semata-mata mencari keuntungan sesaat, melainkan mencari keuntungan yang baik dan berakibat baik pula bagi sesudahnya. Norma ini yang telah disebutkan dalam beberapa sabda Nabi Muhammad, antara lain "Barang siapa melakukan monopoli, maka dia adalah pendosa" (HR Muslim). "Barang siapa menimbun bahan makanan selama empat puluh malam, maka Allah akan berlepas darinya" (HR Ahmad).

Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam merupakan akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar. Nilai-nilai etika mendorong manusia untuk menjadi manusia seutuhnya. Setiap orang boleh mempunyai seperangkat pengetahuan tentang nilai, tetapi pengetahuan yang mengarahkan dan mengendalikan perilaku orang Islam hanya ada dua yaitu Al-Qur'an dan hadits memberikan landasan bagi semua nilai dan pedoman dalam setiap aspek kehidupan, termasuk bisnis.

Prinsip umum etika bisnis ialah karakter bisnis yang sangat menentukan sukses tidaknya sebuah bisnis yang mana harus dimiliki pebisnis apalagi pebisnis muslim yang menghendaki kesuksesan dalam berbisnis (Amin, 2008). Prinsip-prinsip dasar dalam etika bisnis Islam antara lain:

a. Prinsip Kesatuan (*Tauhid/Unity*)

Konsep tauhid merupakan dimensi vertikal Islam, sekaligus horizontal yang memadukan segi politik, sosial ekonomi kehidupan manusia menjadi kebulatan yang homogen dan konsisten dari dalam dan luas sekaligus terpadu dengan alam luas. Dari konsepsi ini, maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini maka pengusaha muslim dalam melakukan aktivitas bisnis harus memperhatikan tiga hal yaitu *pertama*, tidak melakukan diskriminasi terhadap pekerja, penjual, pembeli dan mitra kerja atas dasar pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin atau agama. *Kedua*, tidak terpaksa atau dipaksa melakukan praktik-praktik bisnis yang tidak sesuai dengan aturan, karena hanya Allah yang paling ditakuti dan dicintai. *Ketiga*, tidak menimbun kekayaan atau serakah karena hakikatnya kekayaan merupakan

amanah Allah. Landasan tauhid ini bertitik tolak pada keridhoan Allah, tata cara yang dilakukan sesuai dengan syariah agama Islam. Kegiatan bisnis dan distribusi diikatkan pada prinsip dan tujuan ilahiyah.

b. Prinsip Keseimbangan / Keadilan (*Equilibrium*)

Kebutuhan akan sikap keseimbangan atau keadilan ini ditekankan oleh Allah dengan menyebut umat Islam sebagai *ummatan wasathan* yang artinya umat yang memiliki kebersamaan, kedinamisan dalam gerak, arah dan tujuannya serta memiliki aturan-aturan kolektif yang berfungsi sebagai penengah atau pembenar. Dengan demikian keseimbangan, kebersamaan dan kemoderatan merupakan prinsip etis mendasar yang harus diterapkan dalam aktivitas maupun entitas bisnis. Seperti yang telah dijelaskan bahwa pembelanjaan harta benda (pendayagunaan harta benda) harus dilakukan dalam kebaikan atau jalan Allah dan tidak pada sesuatu yang dapat membinasakan diri. Harus menyempurnakan takaran dan timbangan dengan neraca yang benar.

c. Prinsip Kehendak Bebas (*Freewill*)

Manusia sebagai khalifah di muka bumi sampai batas-batas tertentu mempunyai kehendak bebas untuk mengarahkan kehidupannya pada tujuan yang akan dicapainya. Manusia dianugerahi kehendak bebas (*freewill*) untuk membimbing kehidupannya sebagai khalifah. Berdasarkan aksioma kehendak bebas ini, dalam bisnis manusia mempunyai kebebasan untuk membuat aktivitas bisnis tertentu, berkreasi mengembangkan potensi bisnis yang ada. Dengan hal tersebut manusia diberi keleluasaan untuk memanfaatkan segala sumber daya yang dimiliki. Manusia bebas berkreasi, melakukan transaksi, melakukan bisnis dan berinvestasi dengan anugerah yang diberikan Allah berupa kemampuan dasar spiritual, akal budi dan *insting*. Dengan adanya kebebasan berkehendak maka mekanisme pasar dan perekonomian akan terjadi.

d. Prinsip Tanggungjawab (*Responsibility*)

Segala kebebasan dalam melakukan bisnis oleh manusia tidak lepas dari pertanggungjawaban yang harus diberikan atas aktivitas yang dilakukan sesuai dengan apa yang ada dalam Al-Quran “Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya.” Pertanggungjawaban ini secara mendasar akan mengubah perhitungan ekonomi dan bisnis karena segala sesuatunya harus mengacu pada keadilan.

Hal ini diimplementasikan minimal pada tiga hal yaitu *pertama*, dalam menghitung margin, keuntungan nilai upah harus dikaitkan dengan upah minimum yang secara sosial dapat diterima oleh masyarakat. *Kedua*, *economic return* bagi pemberi pinjaman modal harus dihitung berdasarkan pengertian yang tegas bahwa besarnya tidak dapat diramalkan dengan probabilitas nol dan tak dapat lebih dahulu ditetapkan (seperti sistem riba). *Ketiga*, Islam melarang semua transaksi dengan istilah *gharar* (penipuan) (Nawab, 2013). Tanggung jawab dalam bisnis harus diterapkan secara transparan, jujur, optimal dalam segala urusannya.

e. Prinsip Ihsan (Kebajikan/Kebenaran)

Dalam bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku yang benar, yang meliputi proses akad (transaksi), proses mencari atau memperoleh komoditas proses pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan margin keuntungan (laba). Proses transaksi melalui media takaran dan timbangan merupakan salah satu hal mendasar untuk membangun dan mengembangkan perilaku bisnis yang baik. Suatu bisnis pasti membutuhkan suatu alat ukur atau timbangan, oleh karena itu Al-Quran menekankan adanya kebenaran dalam pengertian ukuran dan timbangan yang benar. Hal ini secara jelas telah diteladankan oleh Nabi Muhammad yang juga merupakan pelaku bisnis yang sukses. Dalam menjalankan bisnisnya, Nabi tidak pernah sekalipun melakukan kebohongan, penipuan atau menyembunyikan kecacatan suatu barang. Sebaliknya Nabi mengharuskan agar bisnis dilakukan dengan kebenaran dan kejujuran.

Perilaku Pedagang

Perilaku pedagang adalah respon atau tanggapan yang berupa tindakan secara langsung atau tidak langsung oleh pedagang atau penjual terhadap segala peristiwa di lingkungan sekitarnya. Perilaku dipengaruhi oleh sikap, sikap sendiri dibentuk oleh sistem nilai dan pengetahuan yang dimiliki manusia. Maka kegiatan apapun yang dilakukan manusia hampir selalu dilatarbelakangi oleh pengetahuan pikiran dan kepercayaannya. Faktor-faktor dalam diri individu dan kejadian-kejadian di lingkungannya merupakan hal yang penting sehingga dapat mempengaruhi perilaku (Daniel, 2011).

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku pedagang, yakni ada faktor internal dan faktor eksternal, berikut penjelasannya:

a. Faktor Internal

Menurut McClelland dalam Alma (2007) menyatakan bahwa faktor internal merupakan aspek-aspek yang menyangkut kepribadian yang dimiliki oleh seorang pengusaha/wirausaha yang memiliki keinginan untuk berprestasi tinggi dibandingkan orang yang tidak berwirausaha. Hal lain disampaikan oleh Stewart yang menyatakan bahwa faktor internal berasal dari diri wirausahawan yang berupa sifat-sifat personal, sikap, kemauan dan kemampuan individu sehingga dapat memberikan kekuatan individu dalam berwirausaha.

Faktor-faktor internal dalam mengembangkan usaha, berdagang maupun berbisnis antara lain sebagai berikut:

1) Motivasi

Tercapainya tujuan usaha membutuhkan motif-motif untuk mendorong dan memberikan semangat dalam menjalankan aktivitas pekerjaan. Motif tersebut meliputi motif kreatif dan inovatif yang dapat memotivasi seorang individu dalam menyampaikan pemikirannya secara spontan dalam menghadapi sebuah perubahan dalam memberikan alternative yang berbeda dari yang lain.

2) Pengalaman

Pengalaman diartikan sebagai sesuatu yang pernah seseorang alami, dijalani maupun dirasakan baik sudah lama atau baru saja terjadi. Pengalaman tersebut dapat sebagai pedoman hidup serta pembelajaran bagi manusia yang mengalami maupun orang lain. Kebutuhan akan pengalaman merupakan sesuatu yang harus dicari sebanyak mungkin. Kurang pengalaman dalam hal bisnis/wirausaha adalah suatu hal yang wajar tetapi pengalaman harus terus dipupuk. Menurut [Kristanto \(2009:18\)](#) dalam Fiki, pengalaman adalah guru terbaik, kompetensi hanya dapat dicapai dalam jangka panjang.

3) Kepribadian

Kepribadian merupakan ciri khas seseorang dalam berpikir, merasakan dan berperilaku yang relatif stabil dan dapat diperkirakan. Kepribadian meliputi segala perilaku dan sifat yang khas dan dapat diperkirakan pada diri seseorang, yang digunakan untuk bereaksi dan menyesuaikan diri terhadap rangsangan, sehingga tingkah lakunya merupakan satu kesatuan fungsional yang khas bagi individu tersebut.

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal mencakup pemahaman berbagai faktor diluar diri individu. Faktor eksternal merupakan faktor dibelajaluar kendali yang dapat mempengaruhi pilihan dalam berusaha mengenai arah dan tindakan, yang pada akhirnya juga mempengaruhi struktur organisasi. Hal ini dapat mempengaruhi kegiatan di lingkungan tempat usahanya. Faktor-faktor dalam mengembangkan usaha, berdagang maupun berbisnis antara lain:

1) Ancaman masuknya pedagang baru (pesaing)

Adanya pendatang baru dapat membuat suatu lingkungan usaha yang sudah ada sebelumnya menjadi lebih efektif dan efisien serta saling belajar untuk bersaing dalam lingkungan yang baru. Kemungkinan dari adanya pedagang baru akan menimbulkan dua faktor yaitu hambatan dan relasi. Apabila hambatan-hambatan untuk masuk tergolong tinggi dan pendatang baru mendapatkan reaksi yang baik dari pedagang lama, maka pendatang tersebut tidak akan menimbulkan suatu ancaman yang serius, begitu juga sebaliknya.

2) Pemasok

Dalam melakukan suatu kegiatan bisnis tentu akan mencari pemasok yang bermutu dan efisiensinya dapat dipertahankan karena perkembangan pemasok dapat memberikan pengaruh yang sangat penting terhadap pelaksanaan kegiatan berwirausaha.

3) Sosial Ekonomi

Hal ini berpengaruh terhadap penentuan jumlah permintaan produk dan besarnya biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk yang dijualnya. Kondisi usaha, pengaruh iklim dan cuaca, pengaruh lingkungan sosial dapat membantu atau memperlambat tujuan usaha, seperti munculnya inflasi, besarnya tingkat pajak yang harus dibayarkan dan tingkat pendapatan masyarakat. Hal tersebut tentunya bisa mempengaruhi perilaku pedagang.

Pasar

Pasar adalah sebuah mekanisme pertukaran barang dan jasa yang alamiah dan telah berlangsung sejak peradaban awal manusia. Menurut Philip Kotler pasar terdiri dari konsumen/pelanggan potensial yang mempunyai kebutuhan dan keinginan tertentu yang ingin dan mampu dipenuhi, sehingga dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan tersebut (Assauri, n.d.). Di dalam pasar kedua pihak antara pembeli dan penjual

mendapat manfaat dari adanya transaksi. Pihak pembeli mendapat barang yang diinginkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhannya sedangkan penjual mendapat imbalan pendapatan yang selanjutnya digunakan untuk membiayai aktivitasnya sebagai pelaku ekonomi produksi atau pedagang.

Peranan ekonomi Islam dalam mekanisme pasar menyumbangkan andil yang sangat penting di tengah kondisi perekonomian bangsa Indonesia. Praktek pasar harus ditampilkan nilai-nilai yang sesuai dengan norma yang telah dibenarkan. Dari sini moralitas atau etika Islami harus punya peranan yang akan membentuk arah, cara dan penyelesaian pemenuhan kebutuhan para pelaku pasar. Dengan demikian, para pelaku pasar akan bertindak sesuai dengan kaidah nilai atau etika Islam yang ada.

Dampak

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI: 2010), pengertian dampak adalah benturan, pengaruh yang mendatangkan akibat baik positif maupun negative. Pengaruh adanya daya yang ada dan timbul dari suatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang. Dampak merupakan kajian mengenai dampak besar yang membawa perubahan pada lingkungan. Prof. Otto Soemarwoto menggunakan istilah tersebut dengan analisis dampak yang merujuk pada perubahan lingkungan. Istilah tersebut menunjukkan pada pengertian dampak dan perubahan perlu dikaji (dianalisis) lebih dahulu secara seksama berdasarkan kajian ini akan dapat diidentifikasi dampak-dampak yang timbul, baik yang bermanfaat maupun yang merugikan bagi kehidupan manusia (Saihaan, 2004). Secara sederhana dampak merupakan pengaruh atau akibat. Dalam setiap keputusan yang diambil oleh seseorang biasanya mempunyai dampak tersendiri, baik itu dampak positif maupun dampak negatif.

Dampak juga bisa merupakan proses lanjutan dari sebuah pelaksanaan pengawasan internal. Dampak positif merupakan keadaan yang dipertahankan melalui usaha-usaha yang sadar bila sesuatu terjadi pada dirinya supaya tidak membelokkan fokus mental seseorang pada yang negatif. Bagi orang yang berpikiran positif mengetahui bahwa dirinya sudah berpikir buruk maka ia akan segera memulihkan dirinya. Jadi dampak positif juga merupakan keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya yang baik. Sedangkan dampak negatif

merupakan keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya yang buruk dan menimbulkan akibat tertentu.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang langsung diperoleh dari informan yang bersangkutan. Peneliti memperoleh data langsung dengan cara menggali informasi dari informan atau responden dan catatan lapangan yang relevan dengan masalah penelitian tersebut. Data primer diperoleh dari hasil wawancara dengan pengelola Pasar Wisata Plaosan Kabupaten Magetan, pedagang serta pembeli. Sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung. Data sekunder sebagai pendukung penelitian yang berupa jurnal, artikel, studi kepustakaan, dokumentasi dan lain sebagainya, yang berkaitan langsung dengan permasalahan penelitian ini.

Pada penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data, yang *pertama* metode observasi yang meliputi pengamatan masalah dan detail-detail yang terkait dengan penelitian ini. Peneliti secara langsung mendatangi dan mencatat semua kegiatan praktik jual beli di Pasar Wisata Plaosan. *Kedua*, metode wawancara yang bertujuan untuk menggali data-data secara akurat yang ditujukan kepada pengelola pasar, pedagang dan pembeli terkait jual beli para pedagang dalam perspektif etika bisnis Islam. *Ketiga*, metode dokumentasi yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data dan informasi berupa catatan arsip yang berkaitan dengan penelitian. Data tersebut berupa bagan struktur organisasi pasar, foto wawancara serta foto keadaan pasar saat terjadi kegiatan jual beli.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perilaku Pedagang di Pasar Wisata Plaosan

Terkait dengan prinsip keesaan (tauhid), pada prinsip ini setiap makhluk harus taat kepada Allah SWT. Dari konsep ini mengintegrasikan Aspek agama dari kebijakan yang diusulkan ini akan menekankan aspek-aspek seperti ekonomi yang akan mendorong masyarakat untuk lebih konsisten dan selalu merasa diawasi oleh Allah SWT.

Dalam menjual barang dagangan saya bersaing secara sehat dan tidak pernah memaksa pembeli untuk harus membeli dagangan saya. Saya menawarkan dengan semestinya saya, tidak pernah menjelekkkan dagangan orang lain. Karena saya tahu bahwa rezeki itu tidak pernah tertukar dengan orang lain (Sarah, Wawancara, 2022).

Terkait dengan prinsip keesaan (tauhid), pada prinsip ini setiap makhluk harus taat kepada Allah SWT. Dari konsep ini mengintegrasikan Aspek agama dari kebijakan yang diusulkan ini akan menekankan aspek-aspek seperti ekonomi yang akan mendorong masyarakat untuk lebih konsisten dan selalu merasa diawasi oleh Allah SWT. Dalam hal ini juga tidak terdapat tindakan memaksa atau terpaksa dalam melakukan hal tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian, perilaku pedagang di Pasar Wisata Plaosan sebagian telah menerapkan prinsip kesatuan (tauhid) ditunjukkan dengan melaksanakan shalat tepat waktu, meskipun ada beberapa pedagang yang tidak selalu tepat waktu melebihi jam yang telah ditentukan oleh agama dalam menjalankan ibadahnya bisa dianggap berdosa. Pedagang harus menjaga kewajiban agama mereka, karena akhirat jauh lebih penting daripada keuntungan duniawi. Tetapi mereka melakukan kegiatan perdagangan sesuai dengan aturan Agama Islam yang tidak membeda-bedakan antara satu dengan yang lainnya. Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam QS An-Nur (37), sebagai berikut :

Laki-laki yang tidak dilalaikan oleh perniagaan dan tidak (pula) oleh jual beli dari mengingat Allah, dan (dari) mendirikan sembahyang dan (dari) membayar zakat. Mereka takut kepada suatu hari yang (di hari itu) hati dan penglihatan menjadi goncang.

Dalam prinsip keseimbangan atau keadilan pedagang hendaknya dalam melakukan kegiatan transaksi di pasar selalu menerapkan perilaku jujur dan adil terhadap semua pembelinya, serta tidak membeda-bedakan antara pembeli satu dengan lainnya. Prinsip ini harus menghasilkan produk berkualitas tinggi dari bentuk untuk mencapai ukuran yang konsisten dengan prinsip-prinsip yang benar (Arifin, 2009). Hal ini supaya tidak ada pihak yang dirugikan atas hak dan kepentingan orang lain. Sebagaimana hasil wawancara yang diungkapkan oleh Ibu Bonem sebagai pedagang sayuran yang mengatakan bahwa beliau selalu menjual sayur mayur dengan kualitas bagus, karena kebanyakan pelanggannya adalah pemilik hotel di Telaga Sarangan atau rumah makan di sekitar Mojosemi. Apabila hari itu juga sayurannya tidak habis maka

akan disortir kembali dan dijual keesokan harinya. Beliau juga mengungkapkan bahwa selalu bersikap adil kepada pelanggannya yang membeli sedikit maupun banyak tidak pernah dibeda-bedakan. Beliau juga menuturkan kalau selalu memberikan timbangan yang pas tidak dikurangi, namun karena terkadang berat sayuran tidak selalu pas beliau menambahkan sayuran tersebut (Bonem, Wawancara, 2022).

Maka dari informasi tersebut dapat kita simpulkan bahwa beberapa pedagang sangat memperhatikan kualitas produk yang mereka jual, namun ada juga pedagang yang tidak terlalu memperhatikan kualitas barangnya, bahkan mencampur adukkan yang baik dan yang buruk. barang untuk menjual barang-barang mereka dan mereka mendapat untung.

Berdasarkan penjelasan diatas perilaku sebagian pedagang di Pasar Wisata Plaosan menunjukkan bahwa mereka telah menerapkan prinsip keseimbangan/keadilan dalam berdagang. Prinsip keseimbangan atau keadilan yang harus diikuti pedagang melindungi hak pembeli untuk menjaga keseimbangan di pasar.

Dalam prinsip kehendak bebas, manusia harus dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya serta saling menghormati. Penting untuk diingat bahwa kebebasan manusia terbatas, sedangkan kebebasan mutlak untuk memilih Tuhan hanya tersedia bagi mereka yang tunduk kepada-Nya (Agama RI, 2005). Sebagaimana yang diterapkan oleh Ibu Mur seorang pedagang daging ayam potong, beliau mengatakan bahwa tidak pernah merasa keberatan apabila ada pedagang baru yang berjualan di dekat dasarnya, meskipun dari segi harga dan kualitas memang sama persis dengan dagangannya. Beliau juga menuturkan kalau rejeki setiap orang itu sudah diatur oleh Allah SWT, tinggal manusia yang berusaha semaksimal mungkin (Mur, Wawancara, 2022).

Beberapa pedagang menganut prinsip kehendak bebas, memungkinkan penjual lain untuk menjual barang di dekat harga dasar, tanpa mengganggu jika pedagang juga menjual barang dagangan berkualitas tinggi. Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam QS An-Nisa (29), sebagai berikut:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku suka sama suka diantara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

Jika seseorang melakukan kesalahan, dia bertanggung jawab atas tindakannya sendiri. Sebagai prinsip perdagangan yang bertanggung jawab, pedagang harus memperhitungkan konsekuensi dari tindakan mereka dan harus menghindari penipuan di dalam transaksi supaya tidak ada pihak-pihak yang merasa dirugikan. Seperti halnya bentuk tanggung jawab pemilik toko terhadap karyawan yang bekerja padanya, beliau harus memberikan upah/gaji yang sesuai dengan upah minimum yang berlaku di masyarakat.

Beliau juga menuturkan bahwa hal tersebut merupakan hak yang seharusnya didapat karyawan dan juga kewajiban yang berupa tanggung jawab dan harus diberikan karena beliau telah menggunakan tenaga serta waktu orang lain dalam pekerjaannya. Hal terkait riba disampaikan oleh seorang pedagang sembako yakni Ibu Suyatmi yang menuturkan bahwa beliau tidak mempunyai rekening di bank konvensional. Dalam modal usahanya beliau tidak pernah meminjam di bank, beliau hanya menggunakan modal seadanya. Beliau memberikan penjelasan bahwa terkait dengan pinjaman di bank konvensional merupakan salah satu bentuk riba, dan hal tersebut sangat tidak dianjurkan untuk dilaksanakan dalam agama Islam (Suyatmi, Wawancara, 2022).

Berdasarkan data yang telah diperoleh para pedagang dalam hal pertanggungjawaban terhadap barang dagangan yang dijualnya, pedagang menjual bahan makanan yang bebas dari unsur larangan halal, dan akan mengganti barang yang rusak atau tidak dalam kondisi baik. Mereka dengan senang hati mengganti barang tersebut dengan yang lebih baik jika mereka bisa. Selain itu pedagang juga selalu menjaga kualitas dagangannya dari daging yang segar, serta memberikan informasi yang benar tentang spesifikasi barang tersebut.

Prinsip kebajikan (ihsan) ini dalam melakukan kegiatan perdagangan dengan senantiasa bermurah hati agar mendatangkan manfaat kepada orang lain. Seperti yang dilakukan Bapak Roni, beliau mengatakan bahwa memperbolehkan pembeli untuk membayar separuh dari jumlah transaksi yang pembeli lakukan. Beliau juga melayani pembeli dengan ramah supaya pembeli merasa nyaman berbelanja di tempatnya. Hal tersebut karena telah dilandasi rasa kepercayaan kepada pembeli yang sudah menjadi langganannya beliau.

Prinsip kebajikan adalah tentang melakukan perbuatan baik yang dapat bermanfaat bagi orang lain tanpa merasa berkewajiban untuk melakukannya. Kami senang dan tulus melakukannya tanpa mengharapkan imbalan apa pun, karena Allah

senantiasa melihat apa yang kita kerjakan. Prinsip keutamaan dilakukan dengan murah hati dengan memberikan tambahan barang dagangan kepada pembeli. Selain itu, pedagang juga memperbolehkan pembeli untuk membayar separuh dari jumlah transaksi dan memberikan tenggang waktu untuk melunasinya. Para pedagang di Pasar Wisata Plaosan telah mengikuti prinsip-prinsip etika bisnis Islami, yaitu kesatuan (tauhid), keseimbangan atau keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebajikan (ihsan). Dengan mengikuti prinsip-prinsip ini, setiap pengusaha akan sukses baik di dunia maupun di akhirat (Naqvi, 1993).

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pedagang di Pasar Wisata Plaosan

Adapun faktor yang mempengaruhi perilaku pedagang yakni terdapat faktor internal dan faktor eksternal. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Rutmiati, faktor internal yang dapat mempengaruhi perilaku beliau adalah motivasi beliau dalam merintis usaha di Pasar Wisata Plaosan adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarganya. Pengalaman yang dimiliki beberapa pedagang tersebut dapat dijadikan sebagai suatu pembelajaran untuk memperoleh hal yang lebih besar. Namun, hal lain yang disampaikan Ibu Soni dan Bapak Dasil bahwa beliau melakukan hal kurang baik tersebut karena beliau mendapat pengalaman yang tidak baik juga dari orang lain. Kepribadian yang dimiliki beberapa pedagang antara lain berpikir kreatif dan inovatif, berani bertanggung jawab dan selalu mendengarkan kritik dan saran dari orang lain.

Sedangkan faktor eksternal yang dapat mempengaruhi perilaku pedagang antara lain adanya pedagang baru atau pesaing. Hal yang dilakukan Ibu Rutmiati untuk mengatasi persaingan dengan pedagang baru adalah dengan tetap menjaga kualitas dari barang dagangannya, melayani pembeli dengan ramah, sopan dan sabar. Sedangkan untuk pemasok Ibu Rutmiati dan Bapak Dasil mendapatkan barang-barang dari loper-loper di pasar. Hasil wawancara menyatakan bahwa terkadang terjadi keterlambatan pengiriman barang karena faktor cuaca atau terjadinya kemacetan yang mengakibatkan barang terlambat datang.

Berdasarkan pemaparan tersebut, terdapat beberapa faktor yang dapat berpengaruh terhadap perilaku pedagang yakni baik maupun buruk. Beberapa hal tersebut dapat memberikan faktor baik antara lain terkait dengan motivasi pedagang yang ingin mengubah perekonomiannya supaya lebih baik lagi. Pengalaman baik juga memberikan pengaruh terhadap pedagang dalam menyikapi suatu hal yang terjadi di

pasar. Kepribadian juga bisa memberikan pengaruh baik maupun buruk terhadap perilaku seseorang. Serta kehadiran pesaing yang bisa membuat pedagang untuk lebih baik lagi dalam memberikan pelayanan kepada pembeli atau malah sebaliknya.

Dampak Perilaku Pedagang di Pasar Wisata Plaosan terhadap Kegiatan Bisnis

Cara seseorang berperilaku dalam aktivitas bisnis mereka akan berdampak positif pada keberlanjutan bisnis mereka. Ada banyak manfaat menerapkan etika dan perilaku bisnis dalam aktivitas bisnis. Namun ada juga dampak negatifnya dari perilaku pedagang yang tidak baik, seperti ada pedagang yang tidak adil dalam melayani pembeli, hal tersebut dapat membuat dampak yang buruk bagi lingkungan pasar karena nama pasar tersebut bisa jadi kurang baik dimata masyarakat. Antara lain ada pedagang yang mendahulukan orang yang datang akhir daripada yang lebih dulu, dengan alasan karena sudah akrab.

Hal tersebut diperkuat dengan hasil wawancara bersama Ibu Narti, beliau mengatakan bahwa pernah terjadi kejadian seperti itu sehingga membuat beliau merasa dibeda-bedakan dengan pembeli yang lain dan beliau juga merasa rugi waktu, karena sudah mengantri dulu tapi malah dilayani akhir. Beliau mengatakan semenjak kejadian itu tidak pernah beli lagi di pedagang tersebut.

Etika bisnis Islam berdampak besar pada aspek sosial, seperti kontribusi pedagang yang mendapatkan keuntungan maksimal dan harus menyisihkan sebagian kekayaannya untuk membantu orang miskin. Etika bisnis Islam berdampak pada pengelolaan sumber daya manusia berupa kejujuran dan rasa tanggung jawab, baik dalam urusan dunia maupun akhirat. Hal ini juga akan berdampak pada aspek finansial karena semakin maju usaha yang dijalankan maka akan meningkatkan pendapatan yang didapatkan oleh pedagang. Dari beberapa penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa pembeli atau konsumen akan menyukai dan merasa nyaman ketika berbelanja di tempat yang menurut mereka baik pelayanan perilaku maupun kualitasnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan mengenai Perilaku Pedagang di Pasar Wisata Plaosan dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. Dari beberapa aspek perilaku pedagang, diantaranya: (1) perilaku pedagang di Pasar Wisata Plaosan yang belum semuanya

sesuai dengan etika bisnis Islam dikarenakan kurangnya edukasi maupun informasi bagi para pedagang. (2) Faktor yang mempengaruhi perilaku pedagang di Pasar Wisata Plaosan terdapat faktor internal dan faktor eksternal yang sangat berpengaruh terhadap kegiatan bisnis antara penjual dan pembeli di pasar. (3) Dampak perilaku pedagang di Pasar Wisata Plaosan terhadap kegiatan bisnis yang dapat memberikan dampak positif maupun negatif bagi pedagang sendiri maupun pembeli.

REFERENSI

- Agama RI, D. (2005). *Al-Qur`an dan Terjemahnya*. CV Diponegoro.
- Arifin, J. (2009). *Etika Bisnis Islami*. Walisongo Press.
- Assaur, S. (n.d.). *Manajemen Pemasaran* (Jakarta). 2004.
- Daniel, C. (2011). *Kepribadian Teori dan Penelitian Edisi 10 Buku 1*. Salemba Humanika.
- Dwi Santosa, Pambudi. (2021). *Etika Bisnis Islam Meneladani Etos Kerja Nabi dan Rasul*. UAD Press.
- Hardiati, N. (2021). *Etika Bisnis Rasulullah SAW sebagai Pelaku Usaha Sukses dalam Perspektif Maqashid Syariah*.
- Mustafa Kamal, R. (2013). *Bisnis ala Nabi Teladan Rasulullah SAW dalam Berbisnis*. PT Bentang Pustaka.
- Nawatmi, S. (2010). *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Vol. 9, No. 1.
- Rizqiyah, A. F. (2022). *Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan di BMT UGT Sidogiri Cabang Jombang*. Vol. 4, No. 1,.
- Saihaan. (2004). *Hukum Pembangunan dan Ekologi Pembangunan Edisi 2*. Erlangga.
- Syed Nawab, N. (2013). *Etika dan Ilmu Ekonomi Suatu Sintesis Alami, terj. Husin Anis*. Mizan.
- Yunia Fauzi, Ika. (2013). *Etika bisnis dalam Islam*. Kencana Prenada media Group.
- Zam-Zam, F. (2021). *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*. CV Budi Utama.
- Zaroni, A. N. (2007). *Bisnis dalam Perspektif Islam (Telaah Aspek Keagamaan dalam Kehidupan Ekonomi)*,. Vol.IV, No. 2.

