



# Etika Tijarah Islami Pedagang Sembako di Pasar Tradisional Sengkol Kecamatan Pujut Kabupaten Lombok Tengah

Kurni<sup>1\*</sup>), H. Busaini<sup>1</sup>, Akhmad Jufri<sup>1</sup>

Published online: 25 January 2023

## ABSTRACT

Etika Tijarah Islam memposisikan bisnis sebagai usaha manusia untuk mencari ridha Allah SWT. Etika Tijarah islam terdiri dari seperangkat nilai, aturan-aturan maupun tata cara yang dijadikan pedoman dalam berbisnis sehingga aktivitas bisnis yang di lakukan tidak menyimpang dari ajaran islam. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui praktik bisnis islami pada pedagang sembako di pasar Tradisional Sengkol Kecamatan Pujut Lombok Tengah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentas. Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling. Adapun metode yang keabsahan data yang digunakan adalah metode triangulasi. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa pedagang di Pasar Tradisional Sengkol Kecamatan Pujut Lombok Tengah telah menerapkan etika bisnis islam dalam setiap proses transaksi jual beli yang meliputi Siddiq, Amanah, Tabligh dan Fathanah.

Kata Kunci: Etika; Tijarah; Pedagang

## PENDAHULUAN

Dalam perdagangan dilakukannya penawaran produk untuk memenuhi kebutuhan hidup (Susanti, *et.al.*, 2021). Perdagangan dalam islam adalah salah satu bentuk pencarian karunia dari Allah yang tujuannya untuk mendatangkan kemuliaan dan keutamaan bagi pelakunya. Seperti pada surat Al-Baqarah ayat 198 berikut:

(الْبَقَرَةُ/2:198) *لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ*

Artinya: “Tidak ada suatu dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil dari perniagaan) dari Tuhanmu (Departemen Agama RI 2013: 31)

Ayat tersebut memberikan perasaan kepada orang yang melakukannya bahwa ia sedang mencari karunia Allah ketika ia berdagang, ketika ia bekerja, mencari upah, dan ketika mencari sebab-sebab rezeki.

<sup>1</sup> Fakultas Hukum Universitas Mataram

Jl. Majapahit No.62, Gomong, Kec. Selaparang, Kota Mataram, Nusa Tenggara Bar. 83126, Indonesia.

\*) *corresponding author*

Kurni

Email: kurnikurni407@gmail.com

Adapun yang menjadi permasalahan bagi perekonomian Islam ialah banyaknya praktek perekonomian pada sebagian masyarakat Islam yang jauh bahkan tidak sesuai dengan nilai-nilai ke Islamian. Misalnya melakukan kecurangan dan penipuan dalam berdagang, padahal ini dilarang, sebagaimana firman Allah dalam QS al-Mutafifin 83: 1-3 yang berbunyi:

(رَوِيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِيْنَ  
 الَّذِيْنَ اِذَا اِكْتَالُوْا عَلٰى النَّاسِ يَسْتَوْفُوْنَ  
 وَاِذَا كَالُوْهُمْ اَوْ وَزَنُوْهُمْ يُخْسِرُوْنَ) (المطففين/83: 3-1)

Artinya: *Celakalah bagi orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang) (1). (Yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dicukupkan (2). Dan apabila mereka menakar atau menimbang (untuk orang lain), mereka mengurangi.* (Departemen Agama RI, 2013: 587).

Dari ketentuan ayat di atas tersirat pengertian segala bentuk kecurangan atau penipuan dilarang dalam rangka memperoleh kekayaan terutama terdapat bagi pelaku bisnis. Penerapan etika bisnis Islam harus mampu dilaksanakan dalam setiap aspek perekonomian termasuk dalam penyelenggaraan produksi, konsumsi maupun distribusi. Hal inilah yang sudah dilakukan pada beberapa pelaku usaha kecil dengan menerapkan etika bisnis Islam dalam kegiatan mereka. Jika kita lihat dari ciri-ciri etika bisnis Islam sebagaimana yang diajarkan Rasulullah SAW, terlihat bahwa para pelaku usaha kecil di tiga tempat tersebut sebagian besar telah mempraktikkan etika bisnis Islam. Rasulullah SAW, sangat banyak memberikan petunjuk mengenai etika bisnis.

Penelitian ini peneliti terfokus pada pedagang sembako pasar tradisional sengkol kecamatan pujut, karena bahan sembako sering dibutuhkan oleh konsumen dan para pedagang tersebut mayoritas beragama Islam, tetapi meskipun demikian dalam proses jual beli banyak sekali terjadi kecurangan. Pedagang sembako sering tidak menghiraukan etika di dalam berdagang. Dalam hal jual beli pasti setiap orang memiliki respon atau perilaku yang berbeda-beda.

Penelitian terdahulu oleh Siti Mina Kusnia mengungkapkan bahwa masih ada beberapa informan yang tidak mengetahui apa yang di maksud dengan etika bisnis islam. Dalam penelitiannya juga menyampaikan bahwa di pasar tempat penelitiannya telah sesuai dengan etika bisnis islam yang meliputi adil atau seimbang dalam menimbang atau menakar dan tidak menyembunyikan cacat barang, memberikan kebebasan kepada para penjual baru dan tidak memaksa pembeli, menepati janji dan bertanggung jawab atas kualitas barang, bersikap tamah dalam melayani, namun sebagian perilaku pedagang ada yang tidak sesuai dengan etika bisnis islaqm yaitu lalai dalam menjalankan ibadah shalat wajib ketika melakukan transaksi jual beli, tidak menepati janji, tidak bersikap ramah kepada pembeli dan tidak memberikan waktu tenggang pembayaran.

## KAJIAN PUSTAKA

### Pengertian Etika

Etika berasal dari Bahasa latin *ethos* yang berarti kebiasaan, sinonimnya adalah moral yang juga berasal dari bahasa latin *mores* yang berarti kebiasaan (Hamdani, Fauzia, & Putro, 2022). Dalam Bahasa arab disebut dengan *ahlak*, bentuk jamaq dari *khuluq* yang berarti budi pekerti. Baik etika maupun moral bisa diartikan sebagai kebiasaan atau adat istiadat (*costum* atau *mores*), yang menunjuk kepada perilaku manusia itu sendiri, tindakan sikap yang dianggap benar atau tidak (Ali hasan 2009: 171).

Menurut M. Dawan Raharjo (2009: 171) istilah etika dan moral dipakai untuk makna yang sama. Namun makna secara etimologis, kata etika etika berasal dari Bahasa Yunani yaitu *ethos* yang memiliki arti adat, akhlak, watak, perasaan, sikap dan cara berpikir atau berarti adat istiadat. Adapun moral berasal dari kata *morales* sebuah kata latin yang sering kali diasumsikan dengan etika, kedua kata tersebut yakni antara moral dan etika dapat dihomogenkan sebagai *custom or mores*.

## Pengertian Tijarah

Tijarah adalah segala macam perjanjian yang menyangkut for profit transaction. Akad ini dilakukan dengan tujuan untuk mencari keuntungan, karena itu bersifat komersil. Contoh akad tijarah adalah akad-akad investasi, jual-beli, sewa-menyewa (Karim, 2010: 70-75).

## Pengertian Bisnis

Kata “bisnis” dalam bahasa Indonesia diserap dari kata “business” dari bahasa Inggris yang berarti kesibukan. Pengertian bisnis ditujukan pada sebuah kegiatan berorientasi profit yang memproduksi barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Bisnis juga dapat diartikan sebagai suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Bisnis dalam *Kamus Bahasa Indonesia* diartikan sebagai usaha komersil di dunia perdagangan dan bidang usaha. Dalam pengertian luas yang, bisnis dapat diartikan sebagai semua kativitas produksi perdagangan barang dan jasa. Bisnis merupakan sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa dan pemerintahan yang bergerak dalam bidang membuat dan membesarkan barang dan jasa ke konsumen. Istilah bisnis pada umumnya ditekankan pada tiga hal yaitu usaha perorangan misalnya industry rumah tangga, usaha perusahaan besar seperti PT, CV, maupun badan hukum koperasi, dan usaha dalam bidang struktur ekonomi suatu negara (Alma, 2001: 18).

## Definisi Etika Bisnis Islam

Menurut Frederik (2012:437) Dipandang dari sudut ekonomis, *good business* atau bisnis yang baik adalah bisnis yang membawa banyak keuntungan. Akan tetapi dalam pencarian keuntungan dalam bisnis tidak bersifat sepihak sehingga bisnis berlangsung sebagai interaksi yang menguntungkan untuk kedua belah pihak yang melibatkan diri, maka suatu bisnis yang baik harus memenuhi standar etis. Hal ini berarti bahwa dalam berbisnis bisa tetap pada tujuannya yaitu mencari keuntungan akan tetapi diperlukan adanya nilai-nilai etika dalam berbisnis (Fakhry dan Aravik, 2020:3).

## Prinsip-Prinsip Bisnis Rasulullah SAW

Menurut (Riva’i, 2012: 118) Sifat Rasulullah SAW dalam melakukan perdagangan dapat menjadi panutan dalam menciptakan suasana dan etika bisnis yang islami. Sifat-sifat tersebut antara lain *shiddiq, amanah, tabligh, dan fathanah*.

### 1) *Shiddiq* (Kejujuran)

Dalam berbisnis seorang pebisnis syariah harus menjunjung tinggi kejujuran, karena kejujuran merupakan sarana yang dapat memperbaiki kinerja bisnis, menghapus dosa, dan bahkan dapat mengantarkannya ke dalam surga.

Nabi Muhammad saw. selalu berkata jujur kepada siapapun termasuk pada orang-orang yang membencinya, Rasulullah meninggalkan segala unsur rekayasa (manipulasi), tidak berkata jujur dan berdusta. Bagi pelaku bisnis harus selalu mengutamakan kebenaran informasi yang diketahuinya sehingga dapat menjaga perilakunya dengan pemasok, pelanggan maupun stakeholder. Dalam dunia bisnis, sifat *siddiq* dapat di wujudkan melalui hal-hal berikut:

- a) Tidak melakukan sumpah palsu
- b) Tidak berbohong terkait kualitas barang dagangan
- c) Memperlihatkan cara menimbang kepada pembeli

## 2) *Amanah* (Dapat dipercaya)

Islam mengajarkan agar seorang wirausaha selalu menghidupkan mata hati mereka dengan selalu menegakkan sikap amanah. Dan dengan sikap amanah itu pula mereka dapat menjaga hak-hak Allah dan hak-hak manusia, sehingga tidak lalai dalam melaksanakan kewajibannya.

- a) Amanah dalam menakar
- b) Menepati janji

## 3) *Fathanah* (Cerdas)

*Fathanah* dapat diartikan sebagai intelektual “kecerdikan/kecerdasan atau kebijaksanaan”. Sifat *fathanah* dapat dipandang sebagai strategi hidup seorang Muslim. Seorang Muslim harus mengoptimalkan segala potensi yang telah diberikan oleh Allah swt. Potensi yang paling berharga dan termahal hanya diberikan oleh Allah kepada manusia yaitu akal (intelektualitas) (Misbach, 2017: 39).

## 4) *Tabligh* (Komunikatif)

Orang yang memiliki sifat *tabligh*, akan menyampaikan pesan dengan benar melalui tutur kata yang menyenangkan dan lemah lembut. Dalam dunia bisnis, ia harus mampu mengkomunikasikan visi dan misinya dengan benar kepada stakeholdernya, mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produknya tanpa berbohong dan tidak menipu pelanggan. Dia harus menjadi komunikator yang baik terhadap mitra bisnisnya (Mustofa, 2013: 41-43).

- a) Tidak ada paksaan (suka sama suka)
- b) Menjelaskan cacat barang
- c) Bersikap ramah dan bermurah hati kepada setiap pembeli

## **Pengertian Pedagang**

Pengertian pedagang secara etimologi adalah orang yang berdagang atau bisa disebut juga saudagar. Pedagang ialah orang yang melakukan perdagangan, menjual belikan produk atau barang yang tidak diproduksi sendiri untuk memperoleh keuntungan. Pedagang ialah mereka yang melakukan perbuatan perniagaan sebagai pekerjaan sehari-hari. Perbuatan perniagaan pada umumnya merupakan perbuatan pembelian barang untuk dijual lagi.

Menurut (Christine, 2008) Pedagang adalah seorang atau badan yang melakukan transaksi jual beli barang atau jasa disuatu pasar. Aktivitas berdagang pada umumnya adalah aktivitas pembelian barang untuk dijual lagi. Adapun pedagang dikelompokkan jadi tiga, yaitu: pedagang besar/distributor/agen tunggal, pedagang menengah, pedagang eceran. Dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud perilaku pedagang adalah suatu reaksi atau tanggapan dari seorang pedagang terhadap rangsangan atau lingkungan yang ada disekitar. Perilaku pedagang juga merupakan sebuah sifat yang dimiliki oleh setiap pelaku bisnis, untuk menerapkan reaksi dari keadaan yang terjadi sekarang.

## **Pengertian Pasar Tradisional**

Menurut Peraturan Presiden No. 112 tahun 2007, pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah pusat, pemerintah daerah, BUMN, BUMD dan pihak swasta yang tempat usahanya berupa kios, toko, tenda, dan los yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, koperasi, swadaya masyarakat yang proses jual belinya dilakukan lewat proses tawar menawar.

Menurut Gallion (1986), pasar tradisional adalah bentuk paling awal dari pasar yang terdiri dari deretan stan atau kios yang berada di ruang terbuka dan pada umumnya terletak di sepanjang jalan

utama dekat permukiman penduduk. Sejak dahulu para pedagang dan petani sudah banyak melakukan pertukaran hasil pertanian mereka di tempat seperti ini.

## **Pasar dalam Perspektif Ekonomi Islam**

Menurut Abdul Manan (1993) landasan ekonomi islam didasarkan pada tiga konsep fundamental, yaitu: keimanan kepada Allah (*Tauhid*) kepemimpinan (*khilafah*) dan keadilan (*a'dalah*). Tauhid adalah konsep yang paling penting dan mendasar, sebab konsep yang pertama adalah pelaksanaan segala aktivitas baik yang menyangkut ubudiah/ibadah *mahdah* (berkat sholat, dzikir, shiam, tilawatil qur'an dsb), *mu'amalah* (termasuk ekonomi), *muasyarah*, hingga *ahlak*. Tauhid mengandung implikasi bahwa alam semesta diciptakan oleh Allah Yang Maha Kuasa, Yang Maha Esa, yang sekaligus pemilik mutlak alam semesta ini (Hakim, 2012: 4).

## **BAHAN DAN METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2010) *Purposive Sampling* adalah suatu Teknik pengumpulan data dengan penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun metode keabsahan data yang digunakan adalah metode triangulasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Praktik Bisnis Islami pada Pedagang Sembako di Pasar Tradisional Sengkol**

Dalam penelitian ini, peneliti ingin menelusuri sejauh mana penerapan etika bisnis Islam yang dicontohkan oleh Rasulullah saw. dalam berdagang terhadap para pedagang. Apakah sifat-sifat tersebut diterapkan atau tidak. Selanjutnya dapat dilihat berdasarkan hasil penelitian yang peneliti peroleh dilapangan, dengan teknik wawancara dan observasi kepada para pedagang khususnya pedagang sembako dan juga beberapa pembeli terkait dengan etika bisnis Islam yang dicontohkan oleh Rasulullah saw. dalam berdagang apakah sifat-sifat tersebut diterapkan atau tidak oleh para pedagang khususnya pedagang sembako yang ada di Pasar Angso Duo Baru Kota Jambi. Adapun penjelasan masing-masing indikator sifat-sifat tersebut adalah sebagai berikut:

#### **a. *Siddiq* (Kejujuran)**

Kejujuran dalam proses perniagaan menjadi paling penting dalam etika bisnis islam. Oleh karena itu setiap pelaku bisnis diutamakan untuk memiliki sikap *siddiq* atau jujur.

Rasulullah saw bersabda yang diriwayatkan Abdullah bin Mas'ud yang artinya “*Sesungguhnya kejujuran itu menunjukkan kepada kebaikan dan sesungguhnya kebaikan itu menunjukkan ke surga dan sesungguhnya seseorang selalu berbuat jujur sehingga dicatatlah di sisi Allah sebagai seorang yang jujur. Dan sesungguhnya dusta itu menunjukkan pada kejahatan dan sesungguhnya kejahatan itu menunjukkan pada neraka dan sesungguhnya seseorang yang selalu berdusta maka dicatatlah di sisi Allah sebagai seorang yang pendusta.* (HR. Bukhari no 5629 dan Muslim no. 4719) dalam buku (Faidathur Robiah, 2017: 19).

1) Tidak melipat gandakan harga dalam jual beli

Dapat diketahui bahwa berdasarkan pernyataan oleh informan utama yang mengatakan bahwa setiap harga yang diberikan atau ditawarkan telah sesuai dengan harga pasar setiap barangnya, hal itu juga berdasarkan pernyataan informan utama yang lainnya. Setiap informan mengungkapkan bahwa harga barang yang diberikan telah sesuai dan harga setiap barang yang diberikan juga sama dengan yang ditawarkan oleh kios-kios yang lainnya.

Dengan demikian, peneliti menyimpulkan bahwa penerapan etika bisnis oleh pedagang sembako terkait dengan tidak melipat gandakan harga dalam jual beli telah memadai dan dapat dikategorikan menerapkan hal ini dalam berdagang. Hal ini berdasarkan tanggapan setiap informan utama.

2) Tidak melakukan sumpah palsu

Berdasarkan hasil wawancara peneliti memberikan pertanyaan kepada informan yaitu apakah pedagang melakukan sumpah palsu dalam berdagang, di jelaskan bahwa 4 pedagang sembako di pasar sengkol tidak melakukan sumpah palsu.

Dengan demikian dapat diketahui bahwa penerapan etika bisnis oleh pedagang sembako terkait dengan tidak melakukan sumpah palsu dalam berdagang telah memadai dan dikategorikan menerapkan hal tersebut dalam berdagang. Hampir semua informan pedagang tidak melakukan sumpah palsu untuk melariskan dagangannya.

Berkaitan dengan hal tersebut Allah SWT berfirman dalam Al- Qur'am surah Ali- Imran ayat 77 yang artinya “ *Sesungguhnya orang-orang yang menukar janji (nya dengan) Allah dan sumpah-sumpah mereka dengan harga yang sedikit, mereka itu tidak mendapat bahagian(pahala) di akhirat, dan Allah tidak akan melihat kepada mereka pada hari kiamat dan tidak (pula) akan mensucikan mereka. Bagi mereka azab yang pedih*”. (Departemen Agama RI, 2016:59)

3) Tidak berbohong terkait kualitas barang dagangan

Berdasarkan penelitian ini dapat diketahui bahwa pedagang sembako di paar sengkol tidak berbohong terkait kualitas baran dagangan, mereka selalu menjelaskan setiap kondisi barang yang mereka jual hal ini juga di dukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Della Geubrina Murni (2019) yang mengungkapkakan bahwa pasar tradisioal peunayoung dari segi prinsip tauhid telah bersikap jujur dalam menjual dan menyampaikan informasi barang dagangannya.Hal ini juga didukung oleh penelitian yang di lakukan Siti Mina Kusnia (2015) yang mengatakan perilaku pedagang di pasar tradisional tradisional ngaliyan semarang telah sesuai dengan etika bisnis islam yang meliputi adil atau seimbang dalam menimbang atau menakar dan tidak menyembunyikan cacat barang.

Diriwiyatkan dalam hadis yang berbunyi “*Dua orang yang bertransaksi berhak memilih untuk melanjutkan atau membatalkan transaksi mereka selama belum berpisah, jika keduanya jujur dan berterus terang maka transaksi mereka di berkahi, tapi jika mereka dusta maka berkah dihapuskan Allah*”. (HR. Bukhari dan Muslim) dalam buku (Fathu Al-Bari, 4/311).

4) Memperlihatkan cara menimbang kepada para pembeli

Pertanyaan yang peneliti haturkan kepada informan pedagang yaitu apakah pedagang memperlihatkan kepada pembeli cara menimbang dijelaskan bahwa semua informan tidak memperlihatkan cara menimbang kepada pembeli. Kejujuran yang peneliti teliti adalah salah satunya bagaimana kejujuran pedagang akan timbangan.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa setiap informan utama memberikan pernyataan yang sama bahwa mereka tidak memperlihatkan cara menimbang kepada pembeli, hal ini dikarenakan mereka rata-rata menimbang di rumah masing-masing karena tidak sempat jika menimbang di kios atau di pasar. Hal ini juga di benarkan oleh

pernyataan dari informan tambahan yang mengatakan bahwa ketika membeli sembako yang ditimbang biasanya mereka membeli yang sudah ditimbang atau sudah terima jadi. Oleh karena itu dapat diketahui bahwa dalam hal ini pedagang sembako di pasar tradisional sengkol belum menerapkan etika bisnis islami yaitu memperlihatkan cara menimbang kepada pembeli.

## b. *Amanah*

Sikap *amanah* sangat penting untuk diterapkan oleh seorang pedagang, karena hal itu merupakan salah satu etika bisnis islami yang harus diterapkan dalam melakukan sebuah usaha. Sikap *amanah* dalam hal ini peneliti berfokus kepada 2 aspek yaitu *amanah* dalam menakar dan menepati janji.

### 1) *Amanah* dalam menakar

*Amanah* dalam menakar adalah salah satu bentuk etika bisnis islami dalam berdagang. Ketika berdagang hendaknya seorang pedagang harus sesuai dengan takaran tanpa harus menguranginya. Berdasarkan hasil wawancara kepada informan baik itu informan pedagang dan pembeli, pedagang dipasar sengkol sudah *amanah* dalam menakar.

Dalam hal ini pedagang di pasar sengkol telah *amanah* atau adil dalam menakar hal ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Siti Mina Kusnia (2015) dalam hasil penelitiannya mengatakan bahwa perilaku pedagang di pasar tradisional Ngaliyan Semarang telah sesuai dengan etika bisnis islam yang meliputi adil atau seimbang dalam menimbang atau menakar.

### 2) Menepati janji

Islam adalah agama yang sangat menganjurkan penganutnya untuk menepati janji apabila ia berjanji. Dan juga semua bentuk komitmen yang telah disepakati dalam hubungan muamalah antar manusia. Bagi seorang pebisnis syariah anjuran tersebut merupakan keharusan untuk ditegakkan, karena bagi mereka yang tidak menepati janji tergolong orang yang munafik.

Penelitian ini dapat diketahui berbeda dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Siti Mina Kusnia yang mengungkapkan bahwa perilaku pedagang di pasar tradisional ngaliyan semarang tidak sesuai dengan etika bisnis islam yaitu tidak menepati janji kepada pembeli.

## c. *Tabligh* (Komunikatif)

Dalam dunia bisnis seorang pelaku usaha harus memiliki sifat *tabligh* karena dengan adanya sifat tersebut maka seseorang akan menyampaikan sesuatu dengan benar melalui tutur kata yang baik dan mudah di pahami.

Berkaitan dengan hal itu, salah satu hadis berbunyi “*Allah telah merahmati seseorang yang ramah ketika menjual, membeli dan membayar hutang.* (HR. Bukhari no. 1934) dalam buku (Faidathur Robiah, 2017: 58).

Berdasarkan hasil wawancara peneliti kepada informan, pedagang dan pembeli dalam transaksi jual beli tidak ada paksaan, kemudian pedagang menjelaskan cacat barang dagangannya dan pedagang bersikap ramah kepada setiap pembeli, maka dapat disimpulkan bahwa pedagang pasar sengkol telah menerapkan sikap *tabligh* tersebut.

Penelitian ini telah didukung oleh penelitian yang dilakukan Siti Mina Kusnia yang mengatakan bahwa pedagang di pasar tradisional ngaliyan Semarang telah sesuai etika bisnis islam yaitu tidak menyembunyikan cacat barang, memberikan kebebasan kepada penjual baru dan tidak memaksa pembeli, menepati janji dan bertanggung jawab atas kualitas barang, bersikap ramah tamah dalam melayani dan bermurah hati memberi waktu tenggang pembayaran.

#### d. *Fathanah* (Cerdas)

*Fathanah* dalam hal penjelasan untuk pemahaman pembeli dalam proses transaksi jual beli. Dalam hal ini seorang pedagang menyampaikan agar pembeli lebih mengetahui secara rinci barang yang di belinya.

Dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa setiap pedagang atau informan utama dalam penelitian ini mengungkapkan hal yang serupa setiap ada pembelian atau transaksi jual beli mereka selalu memberikan penjelasan yang baik dengan merinci setiap barang yang di beli dan selalu dibuatkan nota pembelian untuk memudahkan bagi pembeli maupun penjual. Oleh karena itu pedagang sembako di pasar tradisional sengkol telah menerapkan etika bisnis islami yaitu *Fathanah*.

Memiliki sifat jujur, bertanggung jawab saja tidak cukup untuk orang yang melakukan bisnis, para pelaku bisnis juga harus memiliki sifat *fathanah* agar usaha yang dilakukan bias lebih efektif dan efisien serta mampu menganalisis situasi persaingan dan juga perubahan-perubahan yang akan datang.

Allah swt berfirman dalam QS. Al-Rad ayat 3 yang artinya “*Dan dialah yang membentangkan bumi dan menjadikan gunung-gunung dan sungai padanya. Dan menjadikan padanya semua buah-buahan berpasang-pasangan. Allah menutup malam kepada siang. Sesungguhnya pada yang demikian itu terdapat tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi kaum yang memikirkan.*” (Departemen Agama RI 2016:249).

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai etika tijarah pedagang sembako di pasar tradisional sengkol kecamatan pujut kabupaten lombok tengah, maka kesimpulannya adalah sebagai berikut :

- a. *Siddiq*, dalam tahap ini diketahui telah sesuai dengan etka bisnis Islami yaitu beberapa di antaranya dalam hal tidak melipatgandakan harga, tidak berbohong terkait kualitas barang dagangan. Namun ada beberapa informan yang belum sesuai dengan etika bisnis Islam yaitu dalam hal tidak melakukan sumpah palsu dan memperlihatkan cara menimbang dikarenakan hal ini satu dari empat informan utama mengatakan pernah melakukan sumpah palsu dan semua informan utama mengatakan bahwa mereka tidak memperlihatkan cara menimbang kepada pembeli.
- b. *Amanah*, pedagang di pasar sengkol telah menimbang atau menakar sesuai dengan takaran masing-masih tanpa dikurangi ataupun dilebihkan. Pada tahap ini pedagang di pasar sengkol juga selalu menepati janji mereka kepada pembeli, sehingga pada tahap ini mereka telah menerapkan etika bisnis islami.
- c. *Tabligh*, dalam tahap ini, pedagang sembako di pasar sengkol dalam proses transaksi jual beli tidak pernah memaksa pembeli, selalu menjelaskan cacat barang, dan pedagang selalu bersikap ramah kepada pembeli sehingga pada tahap ini pedagang di pasar sengkol telah sesuai dengan etika bisnis islami.
- d. *Fathanah*, pada proses ini, pedagang sembako di pasar sengkol telah sesuai dengan etika bisnis islami hal ini dikarenakan pedagang disana telah menerapkan etika bisnis islami yaitu *fathanah*. Dalam hal ini pedagang disana selalu memberikan penjelasan yang baik kepada pembeli, bisa bekerjasama dan bisa mempromosikan barang-barangnya dengan baik.

## Saran



- a. Bagi pedagang atau setiap pelaku bisnis harus bisa memahami tentang etika bisnis islami. Dengan pemahaman tersebut bisa dijadikan pedoman dalam melakukan suatu usaha yang sesuai dengan ajaran islam. Oleh karena itu, pentingnya bagi pelaku usaha untuk belajar dan mencari informasi terkait etika bisnis islami yang akan menjadi landasan dalam melakukan suatu usaha.
- b. Dalam proses jual beli, pedagang harus menerapkan etika- etika bisnis islami, agar dalam setiap proses jual beli bisa mendapatkan berkah oleh Allah swt. Selain itu, bermanfaat juga agar antara penjual dan pembeli lebih nyaman pada saat transaksi jual beli tanpa adanya kebohongan atau kecurangan dalam prosesnya. Dengan diterapkan bisnis islami, maka antara penjual dan pembeli akan lebih saling percaya satu sama lain.

### Conflict of Interests

The authors declared no potential conflicts of interest concerning the authorship and publication of this article.

### REFERENCES

- Al-Qur'an Terjemahan Departemen Agama RI.
- Aliyah. (2017). Pemahaman Konseptual Pasar Tradisional di Perkotaan. *Jurnal Cakra Wisata*, 18(2).
- Ambok, P. (2019). Tinjauan Etika Bisnis Islam dalam Penggunaan Timbangan Sembako Dalam Jual Beli (Studi Kasus di pasar Mendahara Ilir, Tanjabtim). *IJIEB: Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 4(1).
- Aprizal, Z. (2021). Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Ppedagang Sembako di Pasar Desa Pulau Palas. *Skrpisi*, Sekolah Tinggi Agama Islam Auliaurasyidin Tembilahan Riau.
- Djakfar, M. 2012. *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Faidah, R. d. (2020). Survival of Traditional Retailers: An Islamic Business Perspective. *Al-Uqud: Journal of Islamic Economics*.
- Faidathur, R. 2017. *Marketing hebat ala Rasulullah SAW*. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri. Solo.
- Faizah, N. (2020). Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pasar Bambu Kuning Bandar Lampung). *Skrpisi*, Universitas Negeri Raden Intan.
- Ferlina, V. (2018). Analisis Pengaruh Revitalisasi Pengaruh Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pasar Tugu Bandar Lampung). *Skrpisi*, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Geubrina, M. D. (2019). Analisis Persaingan Pasar Tradisional dan Pasar Modern Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Perbandingan Antara Pasar Tradisional Peunayong Dengan Suzuya Mall). *Skrpisi*, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- H. Fakhry, Z., dan Arafik, H. 2020. *Etika Bisnis Islam: Seni Berbisnis Islam*. CV Budi Utama. Yogyakarta.
- Hakim, L. 2012. *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*. Penerbit Erlangga. Surakarta.

- Hamdani, F., Fauzia, A., & Putro, W. D. 2022. *A Value of Awareness (Petuah untuk Anak Muda di Abad ke-21)*. Penerbit Samudra Biru. Yogyakarta.
- Rivai, V. 2012. *Islamic Marketing Management: Mengembangkan Bisnis dengan Hijrah ke Pemasaran Islami Mengikuti Pemasaran Praktik Rasulullah saw*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Susanti, I., Amanah, L., Asri, A., Safiqa, D., Abdussalam, N., Munir, R. A., Yulianingsih, T., Rifqiya, U. R., Wulandari, E., Albab, A. U., Sari, D. M., Hamdani, F., Sabat, Y. A., Anggraini, R., & Zakki, M. 2021. *Memoar Revolusi*. CV. Pelita Aksara Gemilang. Sukoharjo.