

**ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM: STUDI KUALITATIF PADA
PERDAGANGAN PASAR TRADISIONAL KOTA BONDOWOSO**

***BUSINESS ETHICS FROM AN ISLAMIC PERSPECTIVE: A QUALITATIVE
STUDY OF TRADITIONAL MARKET TRADE IN BONDOWOSO CITY***

Riyan Romadhoni

Program Studi Ekonomi, Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Nurul Jadid Paiton Probolinggo
Cakkoplo35@gmail.com

Abstrak

Etika bisnis dalam Islam tidak hanya sebatas pada ketentuan ekonomi, tetapi juga menyangkut aspek moral dan spiritual. Prinsip-prinsip seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial menjadi landasan penting dalam kegiatan perdagangan sesuai dengan syariah. Tujuan penelitian ini adalah untuk menggambarkan pemahaman dan implementasi etika bisnis dari sudut pandang Islam di kalangan pedagang pasar tradisional di Kota Bondowoso. Metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus diterapkan untuk mengumpulkan informasi dari pelaku usaha melalui wawancara mendalam, pengamatan langsung, dan pengumpulan dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang memahami dan menghargai prinsip-prinsip Islam dalam berbisnis. Namun, dalam praktiknya, masih terdapat penyimpangan yang disebabkan oleh tekanan ekonomi, persaingan usaha, dan kurangnya bimbingan dari pihak-pihak yang berwenang. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam merancang kebijakan dan program pelatihan etika bisnis Islami untuk mendorong terbentuknya pasar tradisional yang adil, etis, dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Etika, Pasar, Pedagang, kejujuran, Kualitatif

Abstract

Business ethics in Islam extends beyond economic principles to encompass moral and spiritual aspects. Principles such as honesty, fairness, and social responsibility are essential foundations for Sharia-compliant trading activities. The purpose of this study is to describe the understanding and implementation of business ethics from an Islamic perspective among traditional market traders in Bondowoso City. A qualitative case study approach was used to gather information from business actors through in-depth interviews, direct observation, and document collection. The results indicate that most traders understand and respect Islamic principles in business. However, in practice, deviations persist due to economic pressures, business competition, and a lack of guidance from authorities. The findings of this study are expected to serve as a reference in designing policies and training programs on Islamic business ethics to encourage the development of fair, ethical, and sustainable traditional markets.

Keywords: Ethics, markets, traders, honesty, qualitative

PENDAHULUAN

Perdagangan adalah suatu kegiatan ekonomi yang tidak hanya berkaitan dengan aspek material, tetapi juga memiliki aspek sosial dan spiritual. Dalam sejarah Islam, perdagangan berfungsi sebagai landasan awal bagi perkembangan ekonomi komunitas Muslim. Nabi Muhammad SAW dikenal sebagai pedagang yang berhasil dan banyak dihormati karena sifat-sifatnya yang jujur, dapat dipercaya, dan adil dalam melakukan transaksi. Oleh karena itu, Islam sangat mengedepankan perhatian terhadap aktivitas ekonomi, khususnya dalam konteks etika dan moral.

Etika bisnis dalam Islam lebih dari sekedar seperangkat aturan formal, etika bisnis dalam Islam merupakan kumpulan nilai-nilai dan prinsip yang bersumber dari Al-Qur'an, Hadis, dan praktik ekonomi yang dilakukan oleh para sahabat dan ulama. Etika ini mencakup prinsip-prinsip seperti sidq (kejujuran), 'adl (keadilan), amanah (kepercayaan), tawazun (keseimbangan), serta larangan atas gharar (ketidakpastian), riba (bunga), dan

maysir (perjudian). Tujuan dari prinsip-prinsip tersebut adalah untuk menciptakan keadilan, keseimbangan, dan keberkahan dalam setiap transaksi ekonomi.

Pasar tradisional sebagai lokasi utama bagi aktivitas jual beli masyarakat lokal memiliki dinamika unik. Berbeda dengan pasar modern yang terorganisir dan terstandarisasi, pasar tradisional masih memiliki sosialisasi yang kuat antara pedagang dan konsumen. Di Bondowoso, pasar tradisional seperti Pasar Induk Bondowoso tetap menjadi pusat ekonomi bagi masyarakat kelas menengah ke bawah. Aktivitas jual beli di pasar tersebut melibatkan ribuan pelaku usaha dan pembeli setiap harinya dengan berbagai jenis komoditas yang sangat beragam.

Namun, dalam praktiknya, dinamika perdagangan di pasar tradisional tidak selalu mencerminkan nilai-nilai etika Islam. Banyak ditemukan praktik yang buruk seperti kecurangan dalam timbangan, manipulasi harga, kebohongan tentang kualitas barang, hingga persaingan yang tidak sehat antara para pedagang. Ini menjadi suatu ironi karena mayoritas pedagang adalah umat Islam yang seharusnya menjadikan etika Islam sebagai pijakan dalam setiap keputusan ekonominya.

Dengan latar belakang ini, kajian yang mendalam sangat diperlukan untuk memahami sejauh mana nilai-nilai etika bisnis Islam diterima dan diterapkan oleh para pedagang di pasar tradisional Bondowoso. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung dan menghalangi penerapan etika Islam dalam kegiatan perdagangan sehari-hari serta memberikan rekomendasi agar nilai-nilai tersebut dapat diintegrasikan secara lebih sistematis dalam pengembangan pasar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk menggali secara mendalam penerapan etika bisnis Islam di pasar tradisional Kota Bondowoso. Lokasi penelitian difokuskan pada Pasar Induk Bondowoso. Informan dipilih secara purposif, yaitu sepuluh pedagang yang telah memiliki pengalaman berdagang lebih dari lima tahun dan aktif dalam interaksi sosial di pasar. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam dan observasi langsung. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur untuk mendapatkan informasi yang terbuka namun tetap sesuai dengan fokus penelitian. Observasi digunakan untuk melihat langsung praktik jual beli di lapangan, sedangkan. Analisis data dilakukan secara tematik melalui tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk menjaga validitas data, dilakukan triangulasi sumber dan metode serta konfirmasi hasil kepada informan. Pendekatan ini digunakan untuk memperoleh pemahaman yang utuh mengenai bagaimana pedagang pasar tradisional menerapkan nilai-nilai etika bisnis dalam perspektif Islam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemahaman Pedagang terhadap Etika Bisnis Islam

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman pedagang di pasar tradisional Kota Bondowoso tentang etika bisnis Islam cenderung bersifat dasar dan aplikatif, namun cukup kuat tertanam dalam kesadaran mereka. Mereka menyadari bahwa berbisnis bukan hanya soal mencari untung secara materi, tetapi juga harus mempertimbangkan aspek moral dan spiritual. Kejujuran, amanah, dan keadilan adalah nilai-nilai utama yang sering ditekankan oleh informan sebagai pedoman dalam aktivitas perdagangan mereka. Hal ini menandakan bahwa nilai-nilai Islam sudah melekat dalam cara berpikir para pedagang, meskipun tidak semua di antara mereka mampu menguraikan landasan hukumnya secara langsung dari Al-Qur'an atau Hadis.

Pemahaman ini banyak didapat dari orang tua, lingkungan, dan juga melalui pengajian dan ceramah agama yang diikuti secara teratur. Salah satu informan, seorang pedagang sayur yang telah berjualan selama lebih dari 15 tahun, mengungkapkan bahwa

prinsip kejujuran dalam berdagang diajarkan oleh orang tuanya sejak kecil dan menjadi nilai penting dalam membangun kepercayaan dengan pelanggan. Selain itu, pedagang lainnya menghubungkan praktik etis dalam bisnis dengan ide keberkahan dalam rezeki. Mereka meyakini bahwa meskipun keuntungan yang didapat tidak besar, jika diperoleh secara jujur dan halal, hal itu akan membawa ketenangan dan kecukupan. Ini mencerminkan adanya aspek spiritual dalam kegiatan ekonomi mereka.

Namun, perlu diakui bahwa pemahaman ini belum sepenuhnya terstruktur. Tidak semua pedagang memahami konsep etika bisnis Islam secara menyeluruh atau memiliki pengetahuan formal tentang teori etika dalam ekonomi Islam. Dengan kata lain, pemahaman mereka lebih berbasis intuisi dan pengalaman pribadi serta norma sosial di sekitarnya, bukan dari pendidikan formal. Ini menjadi perhatian penting dalam upaya pembinaan dan peningkatan pemahaman etika bisnis Islam di kalangan pelaku usaha pasar tradisional.

Penerapan Nilai-Nilai Etika Islam dalam Aktivitas Perdagangan

Dalam menjalankan aktivitas perdagangan, banyak sekali penjual yang berusaha untuk menetapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang mereka ketahui. Beberapa cara penerapan tersebut meliputi memberikan penjelasan yang jelas mengenai kondisi barang, tidak menekan pembeli, memastikan akurasi dalam takaran dan timbangan, serta menetapkan harga yang sesuai dengan mutu barang. Para penjual menjelaskan bahwa kepercayaan dari pembeli merupakan faktor yang sangat penting untuk keberlangsungan usaha mereka, sehingga menjaga kejujuran dan kesopanan dalam berbisnis menjadi sangat krusial.

Salah satu contoh baik yang ditemukan adalah seorang penjual sembako yang secara sengaja menolak untuk menaikkan margin harga dengan cara yang tidak wajar, meskipun saat harga barang dari pemasok meningkat. Penjual tersebut mengatakan bahwa keuntungan yang terlalu besar justru dapat menguangi loyalitas pelanggan dan berpotensi mengurangi keberkahan rezeki. Tindakan ini menunjukkan bahwa ada pedagang yang tidak hanya memikirkan keuntungan cepat, tetapi juga memperhatikan dampak jangka panjang dan dimensi spiritual dari kegiatan berjualan mereka.

Namun, disisi lain, masih ada tindakan-tindakan yang tidak sesuai dengan prinsip-prinsip etika Islam. Beberapa pedagang mengaku bahwa dalam keadaan tertentu, seperti saat bertarung dengan banyak pesaing atau ketika jumlah pembeli berkurang, mereka merasa terpaksa untuk melakukan tindakan yang tidak ideal. Contohnya meliputi menyembunyikan informasi tentang cacat pada barang, mencampurkan barang lama dengan yang baru tanpa penjelasan, serta memanipulasi harga ketika pasar sedang ramai. Bahkan, ada juga yang menjatuhkan pesaing lainnya dengan menyebarkan informasi yang tidak baik. Tindakan-tindakan ini mereka lakukan bukan karena kurangnya pemahaman terhadap etika Islam. Melainkan karena merasa terdesak oleh kondisi ekonomi yang ada.

Fenomena ini menunjukkan terdapatnya jurang antara pemahaman dan praktik. Walaupun nilai-nilai etika Islam telah dikenal dan diakui, pelaksanaannya dalam kehidupan sehari-hari masih sangat bergantung pada situasi eksternal, terutama faktor ekonomi dan kompetisi bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman mengenai nilai-nilai Islam belum sepenuhnya menjadi bagian dari karakter dan budaya bisnis yang kokoh.

Faktor Pendukung dan Penghambat Penerapan Etika Islam

Dalam penerapan etika bisnis Islam, ada beberapa faktor pendukung yang memiliki peranan penting. Pertama, masyarakat Bondowoso yang religius menciptakan budaya perdagangan yang didasarkan pada nilai-nilai Islam. Tradisi saling menghargai, membantu, dan menjaga hubungan sosial antar pedagang dan pembeli membentuk

suasana pasar yang bermoral. Kedua, kesadaran individu untuk melaksanakan ajaran agama menjadi motivasi moral yang kuat. Beberapa pedagang merasakan tanggung jawab tidak hanya kepada pelanggan, namun juga kepada Allah SWT terkait tindakan mereka dalam berdagang.

Faktor lain yang memperkuat penerapan etika adalah hubungan jangka panjang antara pedagang dan pembeli. Dalam banyak situasi, hubungan ini lebih dari sekedar transaksi, tetapi juga melibatkan emosional dan sosial. Kepercayaan yang terbangun seiring waktu berfungsi sebagai ikatan moral bagi pedagang agar tidak mengecewakan pelanggan mereka. Dalam beberapa kasus, pelanggan bahkan dianggap seperti keluarga, sehingga para pedagang merasa enggan untuk berbuat tidak jujur.

Namun, ada beberapa faktor penghambat yang cukup signifikan. Tekanan ekonomi menjadi alasan utama ketidakstabilan dalam penerapan etika. Saat harga barang meningkat dan daya beli masyarakat menurun, pedagang mengalami dilema antara menjaga etika dan mempertahankan kelangsungan usaha. Selain itu, kurangnya pendidikan formal tentang etika bisnis Islam menyebabkan sebagian pemahaman yang ada menjadi separuh hati dan sulit diterapkan dalam situasi yang rumit. Kelemahan dalam pengawasan pasar dan ketiadaan regulasi yang mendorong penerapan etika juga merupakan tantangan yang signifikan. Di samping itu, rendahnya peran pemerintah daerah, organisasi keagamaan, dan tokoh masyarakat dalam memberikan bimbingan secara teratur menjadikan penerapan etika Islam di pasar tradisional bersifat individual dan tidak terencana.

Peran Etika Bisnis Islam dalam Mewujudkan Pasar yang Berkeadilan dan Berkelanjutan

Etika bisnis menurut Islam tidak hanya memberikan keuntungan kepada setiap pedagang secara individual, tetapi juga berfungsi sebagai faktor penting dalam menciptakan pasar tradisional yang sehat, adil, dan berkelanjutan. Prinsip-prinsip seperti kejujuran, keadilan, dan keterbukaan dapat membentuk sistem perdagangan yang menjaga hak semua orang, termasuk pembeli, penjual, dan penyedia. Ketika norma-norma etika diadopsi sebagai acuan bersama, pasar tidak sekedar menjadi tempat untuk melakukan transaksi ekonomi, tetapi juga menjadi arena sosial yang bermartabat.

Di pasar tradisional di Kota Bondowoso, penerapan nilai-nilai Islam yang baik terbukti mampu meningkatkan rasa percaya dan kesetiaan dari konsumen. Pedagang yang bersikap jujur dan konsisten dalam menerapkan etika akan memperoleh pelanggan tetap dan mendapatkan promosi secara alami dari pembeli lainnya. Kepercayaan ini menjadi aset sosial yang sangat berharga untuk mempertahankan keberadaan pasar tradisional di tengah tantangan dari pasar modern dan digital.

Namun, potensi etika bisnis Islam masih belum dimanfaatkan sepenuhnya secara maksimal. Ini disebabkan oleh kurangnya integrasi antara nilai-nilai Islam dengan sistem pengelolaan pasar. Jika etika bisnis Islam menjadi prioritas dalam kebijakan pembangunan pasar, melalui pelatihan rutin, penghargaan untuk pedagang yang beretika, serta penguatan regulasi yang berbasis syari'ah, maka pasar tradisional akan mampu tumbuh tidak hanya sebagai pusat ekonomi masyarakat, tetapi juga sebagai tempat peradaban Islam yang menghargai nilai-nilai keadilan dan keberkahan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang di pasar tradisional Kota Bondowoso telah memahami etika bisnis dari sudut pandang Islam, meskipun pemahaman ini cenderung bersifat praktis dan tidak selalu berlandaskan pada dalil syariat secara formal. Prinsip-prinsip penting seperti kejujuran, keadilan, amanah, dan tanggung jawab moral kepada pelanggan serta kepada Allah SWT menjadi landasan yang dipegang oleh para pedagang saat menjalankan usaha mereka. Kegiatan perdagangan dipandang

tidak hanya sebagai cara untuk mendapatkan keuntungan finansial, tetapi juga sebagai sebuah bentuk ibadah dan pengabdian.

Dalam implementasinya, nilai-nilai etika Islam ini telah diterapkan oleh banyak pedagang, terutama dalam menjaga kepercayaan konsumen, mencegah penipuan, dan memperlakukan pembeli secara adil dengan sikap yang ramah. Namun, masih terdapat kesenjangan antara pemahaman dan pelaksanaan, terutama ketika pedagang menghadapi tantangan ekonomi, persaingan sengit, dan kurangnya pembinaan yang terencana. Beberapa praktik tidak etis, seperti penipuan harga, menyembunyikan cacat barang, dan kompetisi yang tidak sehat, masih terjadi karena lemahnya regulasi dan pengawasan di pasar.

Faktor-faktor yang mendukung penerapan etika bisnis Islam di pasar tradisional Bondowoso meliputi budaya lokal yang religius, hubungan sosial yang kuat antara pedagang dan pembeli, serta kesadaran individu tentang pentingnya mendapatkan rezeki yang halal dan berkah. Sebaliknya, faktor-faktor penghalangnya termasuk tekanan ekonomi, rendahnya pengetahuan tentang etika bisnis Islam, dan sedikitnya pelatihan serta pembinaan dari pihak pemerintah maupun lembaga keagamaan.

Secara keseluruhan, etika bisnis Islam memiliki potensi yang besar untuk menciptakan pasar tradisional yang adil, bermoral, dan berkelanjutan. Oleh karena itu, diperlukan kerja sama antara pemerintah daerah, pengelola pasar, tokoh agama, dan para pedagang untuk mengintegrasikan nilai-nilai etika Islam ke dalam sistem manajemen pasar, baik melalui pendidikan, regulasi, maupun penguatan budaya jual beli yang bermartabat. Dengan cara ini, pasar tradisional tidak hanya akan berfungsi sebagai pusat ekonomi masyarakat, tetapi juga sebagai ruang yang mencerminkan nilai-nilai luhur ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Golali.id. (2023). Pasar Tradisional di Kabupaten Bondowoso. *Golali*. Diakses dari <https://golali.id/pasar-tradisional-di-kabupaten-bondowoso/>
- BendeBesah.com. (n.d.). Nama Pasar di Bondowoso. *BendeBesah*. Diakses pada 10 Juli 2025, dari <https://www.bendebesah.com/nama-pasar-di-bondowoso/>
- Azizah, S. N., Sifa', M. A., & Putro, H. K. (2024). Implementasi etika bisnis Islam dalam produksi usaha jamur tiram di Desa Sokogrenjeng Kecamatan Kenduruan Kabupaten Tuban. *Jurnal Perbankan Syariah Darussalam (JPSDa)*, 4(2), 191–208. <https://doi.org/10.30739/jpsda.v4i2.3224>
- Sukezi, & Sugiyanto. (2008). Analisis aspek ekonomi rencana pengembangan Pasar Induk Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Daerah*, Vol. XI(1), 75–90.
- Uraidi, M. A. (2016). *Analisis strategi pemasaran pedagang tradisional dalam perspektif ekonomi Islam di Pasar Induk Bondowoso* (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Jember). Fakultas Syariah, Prodi Hukum Ekonomi Islam. Diakses dari <http://digilib.iain-jember.ac.id>
- Istiqomah, D., & Bramayudha, A. (2024). Analisis penerapan etika bisnis Islam dalam pelaksanaan penjualan sapi pada CV Limusin Group Bondowoso. *JIESP: Journal of Islamic Economics Studies and Practices*, 3(1), 55–71. <https://ejournal.kopertais4.or.id/susi/index.php/JIESP/>

Ifada, L. A. (2023). *Analisis persaingan usaha ditinjau dari perspektif etika bisnis Islam di Pasar Wringin, Kecamatan Wringin, Kabupaten Bondowoso* (Skripsi, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Ekonomi Syariah.

Hartanto, O. C., & Widigdo Canadarma, W. K. (2018). Pasar Induk di Bondowoso: Perancangan pasar tradisional berbasis sistem terintegrasi. *Jurnal eDimensi Arsitektur*, 6(117), 929–936.