

Penerapan Etika Bisnis dalam Perspektif Islam pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Lama Baturaja, Kabupaten Ogan Komering Ulu

Anggun Citra Abadi^{1*}, Zuul Fitriani Umari², Zulfikri³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Indonesia.

E-mail: aggca0067@gmail.com^{1*}, zuulfitrianiumari_uin@radenfatah.ac.id², zulfikri_uin@radenfatah.ac.id³

Alamat Kampus: Jl.Prof.K.H.Zainal Abidin Fikri KM.3,5, Palembang, Sumatera Selatan, 30126, Indonesia.

Korespondensi penulis: aggca0067@gmail.com

Abstract. *This study aims to determine the application and understanding of business ethics in the Islamic perspective on Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) in the Old Baturaja market, Ogan Komering Ulu Regency. The data collection method in this study uses qualitative methods. There are two types of data that researchers use in this study, namely primary data and secondary data. In this research, the data techniques used include observation, interviews and documentation. The respondents in this study were 10 UMKM traders in the Old Baturaja market. Based on the results of this study it can be concluded that traders in the Old Baturaja market still lack understanding of the ethics of buying and selling and some of them also consider the application of buying and selling ethics is not very important in trading. The understanding of traders in the Old Baturaja market is still very limited, most of them think that lying in buying and selling is like a culture. Because by being less honest or lying they can minimize their losses and get more profit. However, some of them fulfill the ethics of buying and selling that are good and right. Traders in the Old Baturaja market have not fully implemented the ethics of buying and selling properly. Such as honest trading ethics, not hoarding goods, prioritizing customer satisfaction, it has not been fully implemented by traders so that there are still buyers who feel disappointed. However, the ethics of buying and selling, namely suk.*

Keywords: *Application, Business Ethics, Sale and Purchase Transactions*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan dan pemahaman etika bisnis dalam perspektif Islam pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang ada di pasar Lama Baturaja Kabupaten Ogan Komering Ulu. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Jenis data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu data primer dan data sekunder. Di dalam penelitian ini teknik data yang digunakan antara lain observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun yang menjadi responden dalam penelitian ini yaitu 10 pedagang UMKM yang ada di pasar Lama Baturaja. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Pedagang di pasar Lama Baturaja masih kurang pemahaman tentang etika jual beli dan sebagian dari mereka juga menganggap penerapan etika jual beli itu tidak terlalu penting dalam berdagang. Pemahaman pedagang di pasar Lama Baturaja masih sangat terbatas, sebagian besar menganggap kebohongan dalam jual beli itu seperti budaya. Karena dengan tidak terlalu jujur atau berbohong mereka bisa mengecilkan kerugian mereka dan mendapatkan keuntungan yang lebih. Namun sebagian dari mereka memenuhi etika jual beli yang baik dan benar. Pedagang yang ada di pasar Lama Baturaja belum sepenuhnya menerapkan etika jual beli dengan baik dan benar. Seperti etika jual beli jujur, tidak menimbun barang, mengutamakan kepuasan pelanggan, itu belum sepenuhnya diterapkan oleh pedagang sehingga masih ada pembeli yang merasa kecewa. Namun etika jual beli yaitu suka sama suka, tidak mengurangi takaran, dan toleran sudah diterapkan dengan baik oleh pedagang walaupun belum semua pedagang menerapannya.

Kata kunci: Penerapan, Etika Bisnis, Transaksi Jual Beli

1. LATAR BELAKANG

Perekonomian adalah kebutuhan setiap manusia di dalam memenuhi dan mengakselerasi tatanan kehidupan sehari-hari. Disadari atau tidak setiap interaksi terdapat perekonomian dari segi pertanian, perdagangan, perindustrian dan banyak lagi yang lainnya. Oleh karena itu manusia tidak dapat dipisahkan dengan aktifitas ekonomi karena ekonomi adalah roda kehidupan yang selalu berputar yang mengantarkan manusia kearah perubahan untuk menjadi lebih sejahtera.

Islam telah mengajarkan bahwa aktifitas ekonomi tidak dapat dilepaskan dari nilai-nilai dasar yang telah ditetapkan dalam al-Qur'an, hadis Nabi dan sumber-sumber ajaran Islam lainnya, sebagaimana ekonomi konvensional ekonomi islam juga membicarakan tentang aktifitas manusia dalam mendapatkan dan mengatur harta material ataupun non material dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup sebagai manusia baik secara individual maupun kolektif yang menyangkut perolehan, pendistribusian ataupun penggunaan untuk memenuhi kebutuhan hidup, hanya saja dalam ekonomi Islam segala aktifitas ekonomi tersebut harus didasarkan pada norma dan tata aturan ajaran Islam yang terdapat dalam al-Qur'an, dan hadis serta sumber ajaran islam lainnya.

Kebutuhan hidup tidak akan lepas dalam kehidupan manusia, sehingga manusia dituntut untuk memenuhi kebutuhannya tersebut. Salah satu usaha manusia dalam memenuhi kebutuhannya tentu memerlukan tempat yang namanya pasar. Selama ini pasar telah menyatu dan menjadi tempat paling penting dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Bagi masyarakat pasar bukan hanya tempat bertemunya antara penjual dan pembeli tetapi juga sebagai wadah untuk berinteraksi sosial. Pasar merupakan area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.

Para ahli ekonomi mendeskripsikan pasar merupakan tempat melakukan transaksi atas suatu produk tertentu atau kelompok produk tertentu. Pasar merupakan tempat bertemunya antara penjual dan pembeli. Penjual atau yang sering disebut sebagai pedagang sebagai pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh keuntungan. Sedangkan pembeli atau konsumen merupakan orang yang memberitahukan tentang keinginannya, dan melayani kehendaknya dengan jalan menguntungkan kedua belah pihak. Yang dimaksud dengan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Pada prinsipnya, pembedaan

antara usaha mikro (UMI), usaha kecil (UK), usaha menengah (UM) dan usaha besar (UB) pada umumnya didasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata per tahun, atau jumlah pekerja tetap.

Di Indonesia, definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Dalam Bab 1 (Ketentuan Umum), Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa UMI adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria UMI sebagaimana diatur dalam UU tersebut. UK adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari UM atau UB yang memenuhi kriteria UK sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut. Sedangkan UM adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari UMI, UK atau UB yang memenuhi kriteria UM sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.

Perilaku pedagang juga merupakan suatu sifat yang menangkap reaksi yang telah diberikan oleh lingkungan terhadap keadaan yang telah terjadi sekarang. Lingkungan yang dimaksud adalah seperti isu yang terjadi di masyarakat atau yang disajikan oleh pemerintah. Contohnya, tanggapan pedagang biasanya akan bereaksi apabila adanya isu tentang kenaikan premium yang sebelumnya hanya isu berkembang. Adanya isu tersebut, mengakibatkan reaksi terhadap pedagang untuk langsung menaikkan harga barang datangnya, sebelum ada pengumuman resmi dari pemerintah tentang kenaikan harga premium. Hal di ataslah yang dinamakan reaksi pedagang dalam mengambil keputusan, dan hal tersebutlah yang dinamakan adanya reaksi atau perilaku pedangan yang diambil pada isu kekinian. Dalam perilaku pedagang ada beberapa perilaku yang sering terjadi di dalam perdagangan. Perilaku itu antara lain ialah. Dalam hal takaran, pemberian kualitas produk, keramahan, penepatan janji, pelayanan, empati, persaingan bisnis, dan pencatatan setiap transaksi jual beli.

Dari Ibnu Umar RA, dari Rasulullah SAW, beliau bersabda, "Apabila dua orang mengadakan akad jual beli, maka masing-masing dari keduanya boleh melakukan *khiyar* selama keduanya belum berpisah dan masih berkumpul. Atau salah seorang dari mereka mempersilakan yang lain untuk melakukan *khiyar*. Apabila salah seorang dari mereka telah mempersilakan yang lain untuk melakukan *khiyar*, kemudian mereka mengadakan akad

jual beli sesuai dengan *khiyar* tersebut, maka telah terjadi jual beli. Apabila mereka (kedua orang tersebut) berpisah, sementara tidak ada seorangpun yang meninggalkan jual beli, maka jual beli itu pun harus terjadi (sah)”. *Muttafaq ‘alaih*, dan *lafadz* ini dalam muslim. Etika bermaksud membantu manusia untuk bertindak secara bebas dan dapat dipertanggungjawabkan karena setiap tindakannya selalu lahir dari keputusan pribadi yang bebas dengan selalu bersedia mempertanggungjawabkan tindakannya itu karena terdapat alasan-alasan dan pertimbangan dalam setiap tindakannya.

Bisnis, usaha, atau niaga adalah kegiatan memperjual belikan barang atau jasa dengan tujuan memperoleh laba. Dalam ilmu ekonomi, bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan *laba*. Ada banyak jenis bisnis yang bisa ditemui dalam dunia perdagangan, mulai dari bisnis jasa, industri maupun agraris. Selama ini banyak orang memahami bisnis adalah bisnis, yang tujuan utamanya memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya. Hukum ekonomi klasik yang mengendalikan modal sekecil mungkin dan mengeruk keuntungan sebesar mungkin telah menjadikan para “pelaku bisnis” menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan, mulai dari cara memperoleh bahan baku, bahan yang digunakan, tempat produksi, tenaga kerja, pengelolaannya, dan pemasarannya dilakukan seefektif dan seefisien mungkin. Hal ini tidak mengherankan jika para pelaku bisnis jarang memperhatikan tanggungjawab dan mengabaikan etika bisnis.

Etika bisnis adalah tata cara yang berkaitan dengan pengelolaan serta pengaturan bisnis dengan memperhatikan norma masyarakat serta moralitas, karena berkaitan dengan moral dan norma, etika bisnis merupakan jenis aturan yang tidak tertulis dan kerap menjadi pedoman para pebisnis. Etika bisnis merujuk pada seperangkat prinsip moral dan nilai-nilai yang mengatur perilaku dan keputusan dalam konteks bisnis, melibatkan pertimbangan tentang apa yang benar dan salah, adil dan tidak adil, bertanggung jawab atau tidak bertanggung jawab dalam segala hal yang berkaitan dengan bisnis.

Etika bisnis Islam bertujuan untuk mengajarkan manusia menjalin kerjasama, tolong menolong, dan menjauhkan diri dari sikap dengki dan dendam serta hal-hal yang tidak sesuai dengan *syari’ah*. Etika bisnis dalam Islam juga berfungsi sebagai *controlling* (pengatur) terhadap aktifitas ekonomi, karena secara filosofi etika mendasarkan diri pada nalar ilmu dan agama untuk menilai. Landasan penilaian ini dalam praktek kehidupan masyarakat sering kita temukan bahwa secara agama terdapat nilai mengenai hal-hal baik, buruk, jahat, seperti pihak yang menzalimi dan terdzalimi. Maka dari itu, prinsip pengetahuan akan etika bisnis Islam mutlak harus dimiliki oleh setiap individu yang

melakukan kegiatan ekonomi baik itu seorang pebisnis atau pedagang yang melakukan aktivitas ekonomi. Terutama para pedagang di pasar tradisional yang melakukan transaksi jual beli.

Rasulullah telah mengajarkan etika bisnis dalam Islam. Kaum muslim yang bergerak dalam bidang perdagangan seharusnya mengetahui tentang hukum jual beli. Diriwayatkan oleh Umar RA berkeliling pasar dan beliau memukul sebagian pedagang dengan tongkatnya sambil berkata: tidak boleh ada yang berdagang di pasar ini, kecuali mereka yang memahami hukum perdagangan. Jika tidak maka berarti memakan riba baik ia sadar atau tidak. Rasulullah sendiri adalah seorang pedagang yang bereputasi internasional yang mendasarkan bangunan bisnisnya pada nilai-nilai Illahi. Dengan dasar itu, Rasulullah membangun sistem ekonomi Islam yang tercerahkan. Sifat-sifat utama yang harus diteladani oleh semua manusia (pelaku bisnis) dari nabi Muhammad SAW setidaknya ada empat, yaitu: sidiq, seorang pedagang wajib berlaku jujur dalam melakukan usaha jual beli. Jujur dalam arti luas. Tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ngada fakta, tidak bekhianat, serta tidak pernah ingkar janji dan lain sebagainya.

Tindak penyimpangan dan atau kecurangan menimbang, menakar dan mengukur dalam dunia perdagangan, merupakan suatu perbuatan yang sangat keji dan culas, lantaran tindak kejahatan tersebut bersembunyi pada hukum dagang yang telah disahkan baik oleh pemerintah maupun masyarakat, atau mengatasnamakan jual beli atas dasar suka sama suka, yang juga telah disahkan oleh agama.

Etika diartikan sebagai suatu perbuatan standar (*standard of conduct*) yang memimpin individu dalam mengambil keputusan, sedangkan Bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat, jadi etika bisnis menurut peneliti adalah penerapan standar moral kedalam kegiatan pertukaran barang, jasa ataupun uang yang saling menguntungkan dan bermanfaat bagi masyarakat atau biasa dikenal dengan kegiatan jual beli (pedagang) yang sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam. Bisnis yang sebenarnya adalah bisnis yang tidak mengabaikan etika, sehingga memberikan dampak yang positif bagi konsumen hal ini sangat penting bagi keberlangsungan bisnis karena bisa jadi keberhasilan suatu bisnis tergantung pada etika pelaku bisnis, pelaksanaan etika bisnis pada masyarakat sangat di dambakan oleh semua orang, khususnya masyarakat pedagang yang ada dipasar Lama Baturaja Kabupaten Ogan Komering Ulu yang mayoritas pedagang dan pelaku bisnisnya adalah masyarakat Islam yang agamis.

Dalam perspektif Islam, etika bisnis merujuk pada serangkaian prinsip dan nilai-nilai moral yang berasal dari ajaran agama Islam. Prinsip-prinsip ini membimbing perilaku individu dan perusahaan dalam berbagai aspek bisnis, mulai dari pengambilan keputusan hingga hubungan dengan pelanggan dan karyawan

Namun berdasarkan faktanya, masih banyak pelanggaran etika dalam melaksanakan bisnis, sehingga menimbulkan spekulasi bagi pelaku bisnis dalam hal ini adalah pedagang yang ada di pasar Lama Baturaja Kabupaten Ogan Komering Ulu terkait tentang penerapan etika bisnis Islam. Apakah pedagang tidak ingin melaksanakan etika ini secara murni sehingga mereka masih melanggar perjanjian, memanipulasi. Ataukah mereka kurang memahami etika bisnis Islam yang sebenarnya. Ataukah memang mereka paham, tapi tidak mau melaksanakannya. Berbisnis pada hakekatnya adalah profesi yang luhur yang melayani masyarakat banyak, karena usaha-usaha bisnis berada di tengah-tengah masyarakat haruslah menjaga kelangsungan bisnisnya dengan cara menerapkan etika bisnis Islam.

Berdasarkan pedoman di atas, maka penerapan etika bisnis Islam dalam berdagang sangatlah penting, Karena dalam suatu organisasi bisnis khususnya perdagangan pastilah memerlukan pelaku-pelaku yang jujur, adil dan objektif, tidak curang, tidak khianat serta dapat menghindari sifat-sifat tercelalainnya, sehingga keberadaan bisnis bisa saling menguntungkan, bukan keberuntungan sepihak melainkan keduanya dalam hal ini yaitu antara penjual dan pembeli saling membutuhkan.

Keberlangsungan dan keberhasilan bisnis dipengaruhi oleh pelaku bisnis dalam beretika. Akan tetapi keadaan tersebut belum terlaksana secara baik di Pasar Lama Baturaja Kabupaten Ogan Komering Ulu, pasalnya masih ditemukan berita tentang kecurangan pedagang yang menjual makanan yang mengandung zat berbahaya. Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Provinsi Sumatra Selatan (Sumsel) bersama Pemerintah Kabupaten Ogan Komering Ulu (OKU) menemukan makanan mengandung zat berbahaya. Makanan tersebut dijual oleh pedagang di pasar tradisional Kota Baturaja.

“Dari hasil pemeriksaan cepat sementara ditemukan dua jenis makanan terindikasi penggunaan zat berbahaya. Misalnya formalin, pada mie basah dan pewarna tekstil pada minuman cepat saji.”

Data di atas merupakan fenomena yang terjadi di pasar lama Baturaja Kabupaten Ogan Komering Ulu, masih ditemukan pedagang yang curang dan tidak jujur terhadap barang dagangannya hal tersebut dapat merugikan pembeli dan perilaku etika bisnis yang tidak sesuai dengan perspektif islam salah satunya yaitu *Siddiq* (jujur) dalam berdagang.

Hal ini yang menyebabkan peneliti tertarik untuk meneliti dengan mengangkat judul **”Penerapan Etika Bisnis dalam Perspektif Islam pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Lama Baturaja Kabupaten Ogan Komering Ulu”**.

2. KAJIAN TEORITIS

1) Pengertian Etika Bisnis

Perkataan etika atau seperti lazim disebut etik, berasal dari bahasa latin *ethica*. *Ethos* dalam bahasa Yunani artinya norma-norma, nilai, kaidah, ukuran bagi tingkah laku yang baik. Etika perlu dipahami sebagai sebuah cabang filsafat yang berbicara mengenai nilai dan norma moral. Etika bermaksud membantu manusia untuk bertindak secara bebas dan dapat dipertanggungjawabkan karena setiap tindakannya selalu lahir dari keputusan pribadi yang bebas dengan selalu bersedia untuk mempertanggungjawabkan tindakannya tersebut karena ada alasan yang jelas atas tindakannya.

Etika bermaksud membantu manusia untuk bertindak secara bebas dan dapat dipertanggungjawabkan karena setiap tindakannya selalu lahir dari keputusan pribadi yang bebas dengan selalu bersedia mempertanggungjawabkan tindakannya itu karena terdapat alasan-alasan dan pertimbangan dalam setiap tindakannya. Etika yang baik itu mencakup :

1. Kejujuran (*Honesty*) : mengatakan dan berbuat yang benar, menjunjung tinggi kebenaran.
2. Ketetapan (*Reliability*) : janjinya selalu tepat : tepat menurut isi janji (ikrar), waktu, tempat, dan syarat.
3. *Loyalitas* : setia kepada janjinya sendiri, setia kepada siapa saja yang dijanjikan kesetiiaannya, setia kepada organisasinya, berikut pimpinannya, rekan-rekan, bawahan, relasi, klien anggaran dasar dan anggaran rumah tangganya.
4. Disiplin : tanpa disuruh atau dipaksa oleh siapapun taat kepada sistem, peraturan, prosedur, dan teknologi yang telah ditetapkan.

2) Pengertian Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Usaha Mikro Kecil Menengah adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Definisi UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM (Usaha Mikro, Kecil

dan Menengah) Bab 1 Pasal 1. UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) ialah usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif dengan kriteria yang sudah ditetapkan dalam Undang-Undang. Sehingga untuk mengetahui jenis usaha apa yang sedang dijalankan perlu memperhatikan kriteria. Sebab hal ini akan berpengaruh pada proses pengurusan surat ijin usaha serta menentukan besaran pajak yang akan dibebankan kepada pemilik UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah).

3) Pengertian Jual Beli

Jual beli merupakan suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara suka rela di antara kedua belah pihak, yang satu menerima benda atau barang dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau keterangan yang telah dibenarkan syara' dan disepakati. Jual beli menurut Ilmu Fiqih yaitu saling menukar harta dengan harta melalui cara tertentu atau tukar menukar sesuatu yang diinginkan dengan yang sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat. Dari defenisi yang telah diungkapkan di atas, dapat disimpulkan bahwa jual beli merupakan sebuah proses pertukaran barang yang bernilai antara pembeli dengan penjual atas dasar suka sama suka dan tidak bertentangan dengan syariat Islam.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian pustaka dan penelitian lapangan dengan metode kualitatif yang dilakukan secara deskriptif analisis, yakni memaparkan secara praktis tentang obyek yang diteliti beserta hasil penelitian peneliti dengan terlebih dahulu melakukan analisis dan penetapan nilai, sesuai dengan standar-standar buku dalam jenis deskriptif kualitatif.

Lokasi Penelitian yang di ambil dalam penelitian ini adalah Pasar Lama yang terletak di Baturaja, Kemala Raja, Kecamatan Baturaja Timur, Kabupaten Ogan Komering ULU (OKU), Sumatera Selatan. Penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research). Jenis penelitian ini adalah antara penelitian pustaka dan penelitian lapangan dengan metode kualitatif yang dilakukan secara deskriptif analisis, yakni memaparkan secara praktis tentang obyek yang diteliti beserta hasil penelitian peneliti dengan terlebih dahulu melakukan analisis dan penetapan nilai, sesuai dengan standar-standar buku dalam jenis deskriptif kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan dalam dua jenis, yakni sumber data primer dan sumber data sekunder.

Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Pendekatan Teologis Normatif (syar'i), yaitu Pendekatan ini digunakan untuk menganalisis ketentuan-ketentuan hukum yang bersumber pada Al-Qur'an dan hadis terhadap masalah yang berhubungan dengan etika dagang, Pendekatan Sosiologis, yaitu pendekatan yang digunakan untuk menganalisis tentang keadaan masyarakat yang berada di Pasar Lama Baturaja lengkap dengan struktur, lapisan serta berbagai gejala sosial yang saling berkaitan dengan penelitian ini, Pendekatan fenomenologi, yaitu suatu pendekatan yang digunakan untuk memahami suatu fakta gejala-gejala maupun peristiwa yang bentuk keadaannya dapat diamati dan dinilai lewat kacamata ilmiah, pendekatan ini digunakan untuk mengungkapkan fakta-fakta, gejala maupun peristiwa secara obyektif yang berkaitan dengan masalah penelitian. Ketiga pendekatan di atas digunakan karena peneliti menganggap pendekatan tersebut adalah yang paling tepat digunakan karena bersifat acuan, sosial dan objektif. Di dalam mengungkap berbagai macam hal yang berdasarkan dengan objek dan masalah penelitian

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Observasi, 2) Wawancara, dan 3) Dokumentasi. Dalam penelitian kualitatif yang menjadi instrumen atau alat penelitian adalah peneliti sendiri. Peneliti sebagai human instrument berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informasi sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan dan membuat kesimpulan atas temuannya. Alat pengambil data (*instrumen*) akan menentukan kualitas data yang dapat dikumpulkan dan kualitas data itu akan menentukan kualitas penelitian. Karena itu, alat pengambil data harus mendapatkan pengamatan yang cermat yang dipandu oleh beberapa pedoman instrumen diantaranya: Panduan observasi adalah alat bantu yang dipakai sebagai pedoman pengumpulan data pada proses penelitian, Pedoman wawancara adalah alat bantu berupa daftar-daftar pertanyaan dan juga semacam angket yang dipakai dalam mengumpulkan data. Dan data dokumentasi adalah catatan peristiwa dalam bentuk tulisan langsung, instrumen penilaian, foto kegiatan pada saat penelitian.

Data yang telah dikumpulkan dari lapangan diolah dengan teknik analisis deskriptif kualitatif. Proses pengolahannya melalui tiga tahapan, yakni reduksi data, penyajian data dan verifikasi atau penarikan kesimpulan. Data tersebut baik berasal dari hasil observasi, wawancara secara mendalam maupun dari hasil dokumentasi. Pengolahan dan analisis data dalam penelitian ini, sebagaimana yang telah dijelaskan melalui beberapa tahapan berikut: Pertama, melakukan reduksi data. Kedua, peneliti melakukan penyajian data. Ketiga, peneliti melakukan penarikan kesimpulan.

Analisis data adalah usaha untuk mencari dan menyusun secara sistematis catatan-catatan observasi, wawancara dan dokumentasi untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan. Analisis data dilakukan dalam upaya mencari makna. Analisis data merupakan proses penelaan dan penyusunan secara sistematis semua catatan lapangan hasil pengamatan, transkrip wawancara, dan bahan-bahan lainnya yang dihimpun untuk memperoleh pengetahuan dan pengalaman mengenai data tersebut dan mengkomunikasikan apa yang telah ditemukan dari penelitian.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Penerapan Etika Bisnis dalam Perspektif Islam pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Lama Baturaja Kabupaten Ogan Komering Ulu

Etika bisnis Islam merupakan suatu yang tidak dapat dilepaskan dalam kegiatan bisnis umat Islam diseluruh Dunia. Dimana dalam etika bisnis Islam telah diajarkan cara berbisnis dengan baik dan sempurna sesuai dengan aturan Al-qur'an dan Hadis. Dalam etika bisnis Islam ada beberapa etika jual beli diantaranya:

a. Jujur dalam menjelaskan produk

Jujur dalam berdagang itu penting, apalagi jujur dalam kualitas barang yang dijual dengan adanya kejujuran dagangan bisa berkah dan hasil yang diberikan untuk keluargapun berkah. Namun yang terjadi saat ini, jujur kurang digunakan oleh pedagang dikarenakan mereka takut rugi. Seperti hasil wawancara peneliti dengan ibu Er salah satu pedagang ikan yang berusia 51 tahun di pasar Lama Baturaja beliau mengatakan:

“Saya dagang ikan sudah lebih dari 10 tahun, kadangkadang jualan saya habis terjual, kadang-kadang tidak habis terjual. Ikan yang tidak habis terjual dihari itu maka akan saya jual kembali untuk besok agar saya tidak rugi, supaya ikannya bisa bertahan lama saya beri es dan garam. Jika ikan sudah sedikit membusuk atau berubah warna tetap akan saya jual biar tidak rugi walaupun dengan harga yang sedikit murah”

Adapun dari hasil wawancara diatas beliau tidak menerapkan etika jual beli, dikarekan beliau tidak ingin rugi. Beliau berdagang untuk mencukupi kebutuhan keluarganya. Pada setiap harinya dagangan beliau habis terjual, namun ada juga hari dimana dagangan beliau tidak habis terjual. Jadi beliau tetap akan menjual kembali ikan yang tidak habis terjual dihari itu pada hari besoknya, agar ikan tersebut bertahan lama diberi es dan garam. Sangat jelas terlihat informan ini tidak menerapkan etika jual beli yaitu jujur, karena informan sudah berbohong dengan

kualitas barang yang dijual. Informan juga tidak peduli dengan barang dagangannya, dia hanya memikirkan keuntungannya saja.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan kak Lis penjual sayur yang berusia 28 tahun, beliau mengatakan:

“Saya sudah berjualan selama 6 tahun, menurut saya jujur itu tidak terlalu penting, karena jika saya jujur saya akan rugi. Misalkan sayur saya yang tidak habis terjual di hari itu maka akan saya olah atau mencampurkan dengan sayur yang segar agar bisa habis terjual kembali. Jadi jujur menurut saya dalam berdagang agak sulit untuk diterapkan, tetapi kalau untuk kegiatan lain saya terapkan kejujuran itu”

Berdasarkan hasil wawancara dari kedua informan pedagang diatas, mereka tidak menerapkan kejujuran dalam memberikan informasi tentang kualitas barang yang dijual, mereka masih mengabaikan kejujuran tersebut. Mereka tidak jujur dengan kulaitas barang yang mereka jual karena mereka takut rugi. Mereka hanya memikirkan keuntungan saja dalam bedagang, tidak memikirkan keberkahan dari hasil jualan mereka dan mereka juga mengabaikan kesejahteraan dari masyarakat sekitar. Padahal kejujuran itu sudah diajarka kepada manusia dari mereka kecil sampai dewasa, namun masih banyak orang yang tidak menerapkan kejujuran baik dalam usaha ataupun dala kehidupan sehari-hari.

Kejujuran adalah syarat fundamental dalam kegiatan jual beli. Kejujuran juga merupakan bagian penting dalam setiap kegiatan umat Muslim. Maka tidak heran apabila syariat Islam menjadikan kejujuran sebagai salah satu prinsip dalam segala urusan manusia. Rasullulah SAW sangat menganjurkan kejujuran yang salah satunya dalam aktivitas jual beli.

b. Suka sama suka

Dalam permintaan dan penawaran harus adanya suka sama suka dan tidak ada yang merasa terpaksa dalam suatu harga yang telah ditetapkan. Sebab itu berlakunya hak milik, artinya hak pilih bagi salah satu atau kedua pihak yang melaksanakan transaksi yang telah disepakati sesuai dengan kondisi masing-masing pihak yang melakukan transaksi.

Hasil wawancara peneliti dengan Mama Gilang penjual pakaian usia 45 tahun, beliau mengatakan :

“Saya sudah berjualan selama 8 tahun, dengan senang hati apabila tawar menawar dengan pembeli, dalam berdagang saya memberikan kebebasan bagi pembeli untuk menawarkan barang yang dibeli. Namun, jika harga barang yang ditawarkan tidak membuat saya rugi, saya berikan saja. Tetapi jika harga yang

ditawarkan pembeli membuat saya rugi saya akan berdiskusi terlebih dahulu sehingga menepatkan harga yang sesuai, sehingga tidak ada yang merasa dirugikan”

Begitu juga dengan hasil wawancara peneliti dengan salah satu informan yang bernama Ibu Sri penjual mainan anak yang berusia 44 tahun, beliau mengatakan:

“Saya sudah berjualan sekitar 5 Tahun, saya memberi kebebasan kepada pembeli untuk menawarkan tetapi saya tetap memberi harga yang tepat agar saya tidak rugi, jika pembeli tetap kekeh dengan harga yang dia inginkan tetapi merugikan saya, berarti belum rezeki saya. Karena dengan memberi mereka kebebasan dalam menawar mereka nanti akan kembali lagi untuk membeli mainan ditempat saya. Inilah salah satu cara untuk menarik pelanggan”

Dari hasil wawancara diatas bisa dilihat para pedagang menerapkan dengan baik etika dalam jual beli suka sama suka. Mereka mencari solusi yang terbaik dengan pembeli biar mereka senang membeli barang dagangan ditempat mereka. Sehingga pembeli merasa senang dan merasa diperhatikan oleh penjual. Inilah salah satu cara mereka untuk menarik pelanggan dan membuat pelanggan kembali membeli barang dagangan ditempat mereka.

Suka sama suka adalah tanpa ada paksaan antara si penjual dan si pembeli. Maka jika perilaku tersebut tidak tercapai, maka jual beli tidak sah. Dalam jual beli yang dilangsung haruslah atas kehendak sendiri yang bebas dari unsur tekanan tau paksaan dan tipu daya.

c. Tidak mengurangi takaran

Walaupun dari segi pengetahuan mereka tentang etika bisnis Islam itu kurang, namun dalam hal timbangan mereka tidak melakukan kecurangan, karena kebanyakan dari pedagang di pasar mengarahkan ukuran timbangannya kepada pembeli saat menimbang dagangannya supaya pembeli bisa melihat sendiri hasil timbangannya.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Pak Agus penjual tahu yang berusia 65 tahun, beliau mengatakan:

“Saya sudah berjualan 15 tahun, dalam berdagang saya selalu memperhatikan timbangan saya, selama saya berdagang belum ada petugas yang datang untuk memeriksa dagangan saya. Saya pun ketika pembeli membeli tahu sama saya, saat saya minimbang tahu yang dipilih oleh pembeli, timbangannya saya arahkan kedepan pembeli biar mereka melihat sendiri hasil timbangannya, supaya mereka percaya dan kembali membeli tahu ditempat saya”

Ada pula hasil wawancara dengan Kak Memey penjual sayur usia 28 tahun yang sudah berjualan 5 tahun, beliau mengatakan :

“Saat saya melakukan transaksi jual beli dengan pembeli, segala barang yang dibeli ditimbang dengan benar dan ditunjukkan kepada pembeli walaupun pembeli hanya membeli cabai 5.000 rupiah”

Allah SWT memerintahkan kita untuk berlaku adil dalam menimbang dan menakar dalam transaksi jual beli. Janganlah kita berbuat licik dengan berbuat licik dengan berlaku curang sehingga merugikan orang lain atau membuat hidup orang lain sengsara. Bisa dilihat dari hasil wawancara di atas informan pedagang , pedagang sudah menerapkan etika jual beli dengan benar dan selalu memeriksa timbangan yang ia gunakan untuk berjualan. Para pedagang juga mengarahkan timbangan kepada pembeli saat mereka menimbang barang yang dibeli oleh pembeli. Sehingga pembeli tidak merasa ditipu dengan timbangan dikarenakan mereka melihat sendiri hasil timbangannya.

d. Mengutamakan kepuasan pelanggan

Didalam berdagang para pedagang harus bisa memberikan kepuasan kepada pembeli saat mereka berbelanja. Karena dengan memberikan kepuasan kepada pembeli, para pembeli akan kembali lagi berbelanja di tempat tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Ibu Nita penjual Bakso usia 39 tahun, beliau mengatakan :

“saya menjual bakso sudah 6 tahun dengan cita rasa yang tidak pernah berubah dan selalu konsisten, melayani pembeli dengan sepuas hati, karena menurut saya kepuasan pelanggan itu sangat penting, karena jika pembeli merasa puas dengan apa yang saya jual dan pelayanan saya yang baik dan ramah, akan membuat pembeli akhirnya membeli lagi bakso disini dan akhirnya menjadi langganan”

Ada pula hasil wawancara dengan Ibu Fatimah penjual Nasi usia 56 tahun, beliau mengatakan :

“Saya salah satu penjual nasi yang bertahan sampai saat ini karena saya sangat memperhatikan kepuasan pelanggan, salah satunya dengan menerima kritik dari pembeli, hal tersebut membuat masakan saya menjadi hidangan yang selalu di tunggu para pembeli, hingga saat ini langganan saya banyak bertahan bahkan selalu bertambah”

Disini sangat jelas, Ibu Nita sebagai penjual bakso sangat memperhatikan kepuasan terhadap pelanggan karena ia merasa hal tersebut sangat penting dan berdampak pada pendapatan dan Ibu Fatimah sebagai penjual nasi juga merasa kepuasan pelanggan sangat penting dengan cara menerima kritikan dari pembeli membuat masakan ibu fatimah jadi lebih enak dan banyak peminatnya.

e. Tidak menimbun barang

Dalam berdagang menimbun barang sangat dilarang, Rasulullah dengan tegas melarang penimbunan barang. Karena menimbun barang bisa membuat rugi banyak orang dan hasil yang diperoleh pun tidak berkah. Namun para pedagang masih ada yang mengabaikannya karena mereka ini untuk tinggi dan tidak ingin rugi. Seperti hasil wawancara dibawah ini dengan seorang pedagang, walaupun tidak secara langsung ingin menimbun barang namun ada keinginan menaikkan harga barang disaat barang tersebut langka.

Hasil wawancara peneliti dengan salah satu informan yang bernama Kak Putri pedagang kosmetik yang berusia 30 tahun, beliau mengatakan :

“Saya baru berjualan 3 tahun, kalau niat untuk menimbun barang secara langsung tidak ada, Cuma saya sering menstok barang sedikit lebih banyak, jika barang tersebut belum habis terjual dan harga mulai naik maka saya juga akan menaikkan harga barang tersebut .Walaupun pada saat saya stok harga belum naik, Agar saya mendapatkan untung sedikit lagi”

Sedangkan hasil wawancara peenliti dengan informan lain, yaitu Ibu Beti pedagang pecah belah berusia 52 tahun, beliau mengatakan :

“Saya sudah berjualan 5 tahun, saya hanya pedagang pecah belah yang notabennya bukan kebutuhan pokok, jadi saya tidak tidak bisa menimbun barang kecuali stok sedikit-sedikit”

Berdasarkan hasil wawancara diatas masih ada pedagang yang menimbun barang walaupun tidak berniat secara langsung tetapi beliau telah melakukannya. Pedagang hanya memikirkan bagaimana mereka bisa mendapatkan untung yang lebih tanpa memikirkan kesejahteraan masyarakat sekitar. Sedangkan pedagang pecah belah mereka tidak menimbun barang tetapi hanya menstok sedikit karena hanya menjual pecah bela.

Ihtikar adalah menimbun barang menumpuk dan menyimpan barang ada masa tertentu dengan tujuan agar harganya suatu saat akan naik dan memperoleh keuntungan yang besar. Rasulullah SAW melarang keras perilaku jual beli yang ihtikar (menimbun barang).

2) Pemahaman dan Penerapan Etika Bisnis dalam Perspektif Islam pada UMKM dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Lama Baturaja Kabupaten Ogan Komering Ulu

Berdasarkan dari hasil wawancara peneliti di pasar Lama Baturaja pemahaman dan penerapan terhadap etika bisnis dalam perspektif islam dalam transaksi jual beli di Pasar Lama sebagai berikut :

a. Pemahaman etika bisnis dalam perspektif islam

Pemahaman adalah kemampuan untuk memahami, mengerti, dan menafsirkan informasi, konsep, atau gagasan dengan benar dan tepat. Pemahaman juga dapat diartikan sebagai kemampuan untuk memahami, mengerti, dan menafsirkan informasi, konsep, atau gagasan dengan benar dan tepat, serta mampu mengaplikasikannya dalam kehidupan. Namun kenyataan yang peneliti temui di pasar Lama Baturaja masih ada pedagang yang tidak mengetahui etika jual beli yang benar menurut perspektif islam.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan salah satu informan pedagang sayur yang bernama Kak Lis, beliau memaparkan:

"Iya, saya tau etika jual beli menjual barang dengan tidak berbohong, tidak boleh curang dan juga baik kepada pelanggan, itu yang saya tau"

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Er salah satu penjual ikan di pasar Lama Baturaja, beliau memaparkan:

"Iya saya tau, dalam berdagang harus jujur dan tidak boleh berbohong dengan barang dagangan. Menurut saya etika dalam jual beli itu tidak terlalu penting, yang penting saya tau bagaimana saya mendapatkan untung dan tidak rugi"

Berdasarkan hasil wawancara dengan Mama Gilang penjual pakaian, beliau memaparkan:

"Saya tidak tau banyak tentang etika dalam jual beli, yang saya tau saya berjualan dengan jujur dan tidak merugikan orang lain. Saya berusaha berdagang dengan sebaik mungkin agar hasil yang saya dapat berkah walaupun saya tidak mengetahui banyak tentang etika jual beli"

Jadi bisa dilihat bahwa pemahaman para pedagang dipasar Lama Baturaja masih sangat kurang, mereka hanya mengetahui dasarnya saja. Bahkan ada pedagang yang merasa etika dalam jual beli itu tidak terlalu penting untuk diterapkan. Karena mereka hanya memikirkan bagaimana cara mereka tidak rugi dan cara mereka mendapatkan keuntungan. Namun masih ada pedagang yang pengetahuannya kurang dalam etika jual beli namun masih berusaha berjualan dengan baik dan benar dengan pengetahuan yang dimiliki. Walaupun pengetahuan tentang etika jual beli tidak banyak namun tetap diterapkan dengan baik.

b. Penerapan etika bisnis dalam perspektif islam

Penerapan adalah proses mengaplikasikan atau menerapkan pengetahuan, keterampilan, atau prinsip-prinsip dalam situasi nyata untuk mencapai tujuan tertentu. Penerapan etika bisnis melibatkan pengambilan keputusan dan tindakan yang sesuai dengan prinsip-prinsip moral dan etika dalam kegiatan operasional.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan ibu Sri pedagang mainan di pasar Lama Baturaja, beliau memaparkan:

"kejujuran di pasar ini sangat jarang diterapkan dengan baik, karena kebanyakan dari pedagang memang tidak terlalu jujur dalam menjual dagangannya, bukan hanya satu pedagang saja namun bisa dikatakan semua. Namun ada beberapa pedagang yang jujur"

Hasil wawancara dengan penjual Pakaian Mama Gilang, beliau memaparkan:

"saat berdagang para pedagang tidak ada yang benar-benar jujur dalam menjelaskan barang apalagi timbangan sering kali kerap ditemui kecurangan timbangan pedagang, karena mereka semua tidak mau rugi. Jadi rata-rata pedagang di pasar ini tidak ada yang benar-benar menerapkan kejujuran"

Bisa dilihat dari hasil wawancara diatas para pedagang menganggap bahwa dalam berdagang kejujuran itu tidak terlalu penting. Dalam kejujuran mereka bersikap acuh tak acuh atau menganggap tidak penting untuk diterapkan. Sehingga mereka membudayakan kebohongan dalam berdagang karena mereka tidak ingin rugi. Jadi kebanyakan dari pedagang yang berada di pasar Lama Baturaja mereka menganggap kebohongan bisa mendatangkan keuntungan yang lebih banyak. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa Informan diatas, dapat disimpulkan para pedagang di pasar Lama Baturaja masih kurang pemahaman atau pengetahuan tentang etika jual beli dan sebagian dari mereka juga menganggap penerapan etika jual beli itu tidak terlalu penting dalam berdagang namun ada pula sebagian pedagang yang paham atau mengetahui etika jual beli walaupun tidak terlalu fasih. Sedangkan penerapan etika bisnis, masih banyak dari pedagang yang tidak menerapkan etika bisnis dalam berdagang karena dengan tidak terlalu jujur atau berbohong mereka bisa mengecilkan kerugian dan mendapatkan keuntungan yang lebih, namun masih ada beberapa pedagang yang menerapkan etika bisnis yang baik walaupun tidak terlalu fasih.

Hasil penelitian diatas menunjukkan sebagian pedagang sudah sejalan dengan *Theory Utilitarianisme* yaitu sebuah tindakan bisa disebut baik apabila memberikan manfaat kepada semua orang, *Theory Utilitarianisme* menyatakan bahwasannya sebuah aktivitas bisnis baiknya dijalankan apabila memberi manfaat terhadap konsumen bukan hanya sekedar manfaat bagi pedagang. Pedagang UMKM di pasar lama masih belum terlalu fasih tentang etika bisnis islam yang baik dan benar tetapi masih berusaha berdagang dengan cara yang baik salah satunya memilih jujur kepada konsumen tentang barang dagangannya sesuai dengan *Theory Utilitarianisme* bermanfaat bagi semua orang dalam berbisnis bukan hanya bermanfaat bagi pedagang tetapi bagi konsumen juga.

Walaupun sebagian pedagang juga belum sesuai dengan *Theory Utilitarianisme* karena masih mementingkan keuntungan sebesar-besarnya tanpa memikirkan manfaat yang akan didapat konsumen. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebagian pedagang UMKM di pasar Lama Baturaja belum paham dan menerapkan etika bisnis dalam perspektif islam dan belum sejalan dengan *Theory Utilitarianisme*. Namun ada sebagian pedagang juga yang sudah menerapkan etika bisnis dalam perspektif islam juga sejalan dengan *Theory Utilitarianisme* walaupun tidak terlalu fasih.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul Penerapan Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar lama Baturaja Kabupaten Ogan Komering Ulu maka kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Pedagang di pasar Lama Baturaja masih kurang pemahaman tentang etika jual beli dan sebagian dari mereka juga menganggap penerapan etika jual beli itu tidak terlalu penting dalam berdagang. Pemahaman pedagang di pasar Lama Baturaja masih sangat terbatas, sebagian besar menganggap kebohongan dalam jual beli itu seperti budaya. Karena dengan tidak terlalu jujur atau berbohong mereka bisa mengecilkan kerugian mereka dan mendapatkan keuntungan yang lebih. Namun sebagian dari mereka memenuhi etika jual beli yang baik dan benar.
2. Pedagang yang ada di pasar Lama Baturaja belum sepenuhnya menerapkan etika jual beli dengan baik dan benar. Seperti etika jual beli jujur, tidak menimbun barang,

mengutamakan kepuasan pelanggan, itu belum sepenuhnya diterapkan oleh pedagang sehingga masih ada pembeli yang merasa kecewa. Namun etika jual beli yaitu suka sama suka, tidak mengurangi takaran, dan toleran sudah diterapkan dengan baik oleh pedagang walaupun belum semua pedagang menerapannya.

B. SARAN

Berdasarkan hasil yang didapatkan dari penelitian ini, maka penulis memberikan beberapa saran yang mungkin bermanfaat untuk diterapkan antara lain :

1. Bagi Pedagang UMKM Pasar Lama Baturaja

Bagi pedagang yang belum menerapkan etika bisnis jual beli dalam berdagang atau masih bertentangan dengan etika bisnis jual beli agar segera meninggalkan karena kegiatan usaha yang demikian tidak kan berkah, dan didalam Al-qur'an juga telah dijelaskan semua tentang tata cara kita dalam berinteraksi dengan manusia. Diharapkan juga kepada para pedagang agar tidak melakukan transaksi pada saat azan sedang berkumandang. Untuk para pedagang menambah ilmu tentang etika bisnis yang baik sesuai dengan perspektif islam dengan cara mengikuti kajian dan mendengarkan ceramah.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi, tambahan ilmu dan informasi bagi peneliti selanjutnya. Bagi peneliti selanjutnya hendak agar kekurangan dan keterbatasan dalam penelitian ini lebih disempurnakan dengan memperluas dan menambahkan variabel lainnya yang menerapkan etika bisnis dalam transaksi jual beli sehingga mampu mengembangkan penelitian.

3. Bagi Pemerintah

Pemerintah perlu meningkatkan sistem pengelolaan pasar yang adil bagi pedagang, serta pemerintah perlu meningkatkan dibidang pemasaran dan sosialisasi agar dapat menarik pembeli untuk datang berbelanja dipasar tradisional, dan perlu adanya sosialisasi ke pedagang mengenai pentingnya menjaga kondisi fisik maupun kebersihan lingkungan pasar yang berguna untuk peningkatan pendapatan sehingga tercipta kesejahteraan pedagang.

DAFTAR REFERENSI

- Agus Tohawi, Iswanto, J., Subekan, Sa`diyah, D. F., & Mastur. (2023). Penerapan etika bisnis Islam dalam perdagangan bawang merah di Pasar Sukomoro Nganjuk. *Journal on Education*, 5(4).
- Ambar Wati, Paramansyah, A., & Damayanthi, D. (2019). Penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli: Studi kasus pasar tradisional Pendopo Empat Lawang, Sumatera Selatan. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(2).
- Haitan, I. (2018). Etika bisnis kejujuran menurut persepsi Atthabary dan Al-Qurtubhy. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2).
- Hanum, N. K., & Heni. (2024). Teori etika bisnis utilitarianisme dan penerapannya dalam praktik bisnis. *Gunung Djati Conference Series*, 42.
- Hasanah, R. (2022). Pengaruh nilai-nilai etika Islam terhadap perilaku konsumen Muslim. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah*, 10(1), 55–66.
- Hendy, J. A. R., Rahman, H. J. A., Azzam, A. F., Sabila, B. F., & Radiantio, D. O. (2023). Menjelajahi etika: Tinjauan literatur terbaru tentang prinsip-prinsip etika, konflik moral, dan tantangan dalam kehidupan kontemporer. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 3(2).
- Irfan, S. (2022). What you know about business plan? *LinkedIn*. <https://www.linkedin.com>
- Junaid, J. (2021). Perspektif hadis tentang ihtikar. *Jurnal Studi Islam*, 1(1).
- Mabarroh, A. (2020). Penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli daring di toko online Shopee. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Semarang*, 10(1).
- Muhammadiyah, R. (2020). Khiyar dalam jual beli. *Buletin Muhammadiyah*.
- Okukab. (2023, Maret 31). BPOM temukan mie basah mengandung formalin di pasaran Baturaja. *Pemerintah Kabupaten Ogan Komering Ulu*. <https://web.okukab.go.id/blog/2023/03/31/bpom-temukan-mie-basah-mengandung-formalin-di-pasaran-baturaja/>
- Okukab. (2024). Sejarah OKU. *Pemerintah Kabupaten Ogan Komering Ulu*. <https://web.okukab.go.id/sejarah-oku/>
- Rostanti, Q. (2023, Juni 12). Cendol berbahaya pakai pewarna tekstil ditemukan di pasar Sumatra Selatan. *Republika*. <https://news.republika.co.id/berita/rscetf425/cendol-berbahaya-pakai-pewarna-tekstil-ditemukan-di-pasar-sumatra-selatan>
- Sulaiman, A. (2020). Tanggung jawab sosial perusahaan dalam perspektif Islam: Studi etis pada perusahaan makanan halal. *Jurnal Etika dan Bisnis Islam*, 4(3), 87–95.
- Syafiq, A. (2019). Penerapan etika bisnis terhadap kepuasan konsumen dalam pandangan Islam. *Jurnal El-Faqih*, 5(1).
- Zuhri, A., & Hafidz, M. (2021). Strategi pemasaran halal dalam bisnis digital: Pendekatan etika bisnis Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 9(2), 101–112.