E-ISSN: 3025-0994
Halaman 2683-2693
Volume 4 Nomor 4 Tahun 2026

Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang di Pasar Sangkumpal Bonang Kota Padangsidimpuan Dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Tima Sari Siregar[1], Mara Husin Lubis[2], Utari Evy Cahyani[3], Ananda Anugrah Nasution[4], M. Fauzan[5]

[1,2,3,4,5] Program Studi Magister Ekonomi Syari'ah, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan
e-mail: timasari434@gmail.com[1], mhusinlubis1@gmail.com[2], utari@uinsyahada.ac.id[3]. ananda@uinsyahada.ac.id[4], fauzan@uinsyahada.ac.id[5]

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya penerapan etika bisnis Islam dalam kegiatan perdagangan agar transaksi tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memperhatikan nilai kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan keterbukaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan etika bisnis Islam dalam perspektif ekonomi syariah pada pedagang di Pasar Sangkumpal Bonang Kota Padangsidimpuan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini terdiri dari pedagang dan konsumen di Pasar Sangkumpal Bonang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam telah terlihat dalam kegiatan perdagangan sehari-hari, yang ditunjukkan melalui adanya kesepakatan dalam transaksi, proses tawar-menawar, kebebasan konsumen dalam memilih barang, pelayanan kepada konsumen, serta upaya pedagang menjaga hubungan dan kepercayaan konsumen. Penerapan prinsip kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, serta kebenaran, kebijakan, dan kejujuran telah ditemukan dalam aktivitas jual beli. Namun, penerapannya belum sepenuhnya konsisten karena masih ditemukan pedagang yang belum maksimal dalam menyampaikan informasi mengenai kekurangan atau kondisi barang kepada konsumen. Dalam perspektif ekonomi syariah, kegiatan perdagangan di pasar tidak hanya diarahkan untuk memperoleh keuntungan, tetapi juga harus dilakukan secara halal, jujur, adil, dan bertanggung jawab serta tidak merugikan pihak lain. Dengan demikian, penerapan etika bisnis Islam pada pedagang di Pasar Sangkumpal Bonang sudah berjalan, tetapi masih perlu ditingkatkan terutama dalam keterbukaan informasi dan konsistensi penerapan nilai-nilai etika Islam dalam setiap transaksi.

Kata kunci: Etika Bisnis Islam, Ekonomi Syariah, Pedagang.

Abstract

This research is motivated by the importance of applying Islamic business ethics in trade activities so that transactions are not only profit-oriented but also consider values such as honesty, fairness, responsibility, and transparency. This study aims to identify the application of Islamic business ethics from the perspective of sharia economics among traders at Sangkumpal Bonang Market in Padangsidimpuan City. The research uses a qualitative method with data collection techniques through observation, interviews, and documentation. Informants in this study consist of traders and consumers at Sangkumpal Bonang Market. The results show that the application of Islamic business ethics is visible in daily trade activities, demonstrated by agreements in transactions, the bargaining process, consumers' freedom to choose products, service to consumers, and traders' efforts to maintain relationships and consumer trust. The application of principles like unity, balance, free will, responsibility, as well as truth, wisdom, and honesty has been seen in buying and selling activities. However, their implementation isn't fully consistent because there are still traders who don't fully provide information about the flaws or conditions of goods to consumers. From an Islamic economic perspective, trading in the market isn't just aimed at making a profit, but also needs to be done in a halal, honest, fair, and responsible way without harming others. So, the practice of Islamic business ethics among traders at Sangkumpal Bonang Market is already happening, but it still needs improvement, especially in terms of information transparency and consistently applying Islamic ethical values in every transaction.

Keywords: Islamic Business Ethics, Sharia Economy, Traders.

LATAR BELAKANG

Globalisasi di era MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN) ini begitu banyak perusahaan yang semakin mengembangkan kiprahnya, terlebih lagi dalam bidang bisnis. Selama ini banyak oang memahami bisnis adalah bisnis, yang tujuan utamanya memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya. Adapun pengertian bisnis merupakan semua aktivitas yang melibatkan penyedian barang dan jasa yang diperlukan oleh orang lain. Para pelaku bisnis dapat menentukan dan menyediakan keinginan dan kebutuhan konsumen. Dunia bisnis tidak lepas kaitannya dengan etika binis dalam hal ini terdapat etika-etika yang berlaku.

Etika bisnis Islam merupakan akhlak dalam melakukan bisnis yang sesuai dengan prinsip Islam, sehingga dalam melakukan bisnis tersebut tidak perlu ada kekhawatiran, karena sudah meyakini sebagai sesuatu yang benar dan baik (Nandang Ihwanuddin 2022:21). Etika bisnis berhubungan erat dengan pelaku bisnis. Hubungan bisnis dengan pelaku bisnis masyarakat tidak dapat terpisahkan karena dalam bisnis terdapat etika khusus untuk melakukan bisnis. Hal tersebut bertujuan agar para pelaku bisnis dapat menghindari hal-hal yang merugikan orang lain dan tidak terdapat pihak yang merasa dirugikan (Idris 2015:35)

Etika bisnis Islam menjadi salah satu aspek penting dalam dunia usaha, terutama di negara dengan mayoritas penduduk Muslim seperti Indonesia. Etika bisnis Islam tidak hanya berfokus pada aspek keuntungan semata, tetapi juga menekankan prinsip kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan keberkahan dalam setiap transaksi dan pengelolaan bisnis. Prinsip-prinsip ini didasarkan pada ajaran Al-Qur'an dan Hadis, yang mengatur perilaku umat dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam berbisnis. Sebagaimana firman Allah dalam Qur'an surah at-Taubah ayat 34, sebagai berikut:Abdul Aziz, dkk., Etika Bisnis Islam: Teori Dan Pnerapan (Indramayu: PT. Adab Indonesia, 2020), hlm. 147.

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْٓا اِنَّ كَثِيْرًا مِّنَ الْاَحْبَارِ وَالرُّهْبَانِ لَيَأْكُلُوْنَ اَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ وَيَصُدُّوْنَ عَنْ سَبِيْلِ اللّٰهِۗ وَالَّذِيْنَ يَكْنِزُوْنَ الذَّهَبَ وَالْفِضَّةَ وَلَا يُنْفِقُوْنَهَا فِيْ سَبِيْلِ اللّٰهِ فَبَشِّرْهُمْ بِعَذَابٍ اَلِيْمٍۙ (34)

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman, sesungguhnya banyak dari para rabi dan rahib benar-benar memakan harta manusia dengan batil serta memalingkan (manusia) dari jalan Allah. Orang-orang yang menyimpan emas dan perak, tetapi tidak menginfakkannya di jalan Allah, berikanlah kabar 'gembira' kepada mereka (bahwa mereka akan mendapat) azab yang pedih."Departemen Agama RI, Al-Qur'an Dan Terjemahannya..

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah memperingati hamba-Nya yang beriman agar hati-hati dalam memakan harta manusia dengan cara yang bathil, yakni dengan cara yang tidak benar. Begitu juga dengan sabda nabi yang berbunyi:

عن عائشة رضي الله عنها قالت: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "إن الله مطل البيع وحرم الربا، فمن كان وعد الله البيع قله أَن يُتْرَكَ الرّيَا إذا سمع إلى ذلك.

Aisyah Radhiyallahu 'anha menceritakan bahwa Rasulullah menyampaikan pesan bahwa Allah memperbolehkan praktik jual beli sementara melarang riba. Oleh karena itu, bagi siapa yang telah berkomitmen untuk terlibat dalam jual beli sesuai dengan ketentuan Allah, maka ia diwajibkan untuk menghindari riba ketika larangan tersebut disampaikan. Pesan ini menggarisbawahi pentingnya meninggalkan riba dalam urusan keuangan, karena Allah telah menyediakan jual beli sebagai opsi yang lebih baik (Dadah, Alya Latifah Authari, Muhammad Fakhrul Fikri 2024:43).

Pada masa sekarang sebagian besar pemilik usaha tidak memahami etika bisnis Islam karena para pemilik usaha tersebut masih berpatokan terhadap teori bahwa kegiatan bisnis hanya semata-mata untuk mencari laba sebesar-besarnya tanpa mempertimbangkan etika terhadap kegiatan yang dilakukan. Manusia dalam kaitannya dengan menjalankan suatu etika bisnis perlu diterapkan dengan beberapa prinsip etika bisnis Islam seperti kesatuan, keadilan, tanggung jawab, kehendak bebas dan kebenaran (Nurmeiny Putri Ramadhany , Havis Aravik 2023).

Penerapan etika bisnis Islam dalam konteks Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dapat menjadi landasan moral dan strategi bisnis yang mendorong keberlanjutan dan keberkahan usaha. UMKM memiliki peran signifikan dalam perekonomian Indonesia, termasuk dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat. Selain itu, UMKM dapat memberikan kontribusi pada penyerapan tenaga kerja. UMKM telah mampu membuktikan diri sebagai salah stau solusi untuk pertumbuhan angkatan kerja baru di Indonesia yang sangat tinggi (Rachamawan Budiarto 2015;4). Akan tetapi banyak para pemiliki Usaha UMKM yang tidak

menerapkan etika bisnis Islam dalam menjalankan bisnisnya. Kurangnya penerapan etika bisnis Islam pada usaha mikro, dapat dilihat pada beberapa usaha mikro, khususnya pada usaha mikro di desa Parsalakan.

Pasar Sangkumpal Bonang merupakan salah satu pusat perdagangan yang berada di Kota Padangsidimpuan. Pasar Sangkumpal Bonang menjadi tempat masyarakat melakukan berbagai kegiatan jual beli untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Di pasar tersebut terdapat berbagai jenis pedagang yang menjual kebutuhan masyarakat, seperti pakaian, makanan, sembako, sayuran, buah-buahan dan berbagai kebutuhan lainnya. Banyaknya pedagang yang melakukan kegiatan perdagangan di Pasar Sangkumpal Bonang menjadi salah satu bagian penting dalam kegiatan perekonomian masyarakat Kota Padangsidimpuan.

Berdasarkan hasil observasi peneliti di Pasar Sangkumpal Bonang bahwasanya masih terdapat pedagang yang belum sepenuhnya menerapkan prinsip etika bisnis Islam dalam melakukan kegiatan jual beli. Hal tersebut dapat dilihat dari adanya pedagang yang memberikan informasi mengenai kondisi dan kualitas barang yang belum sesuai dengan keadaan sebenarnya, adanya perbedaan harga kepada pembeli tertentu, serta masih terdapat pedagang yang kurang ramah dan sopan dalam melayani pembeli. Ditambahkan dengan hasil wawancara dengan beberapa masyarakat yang berbelanja di Pasar Sangkumpal Bonang, ditemukan bahwa masih terdapat barang yang kondisinya tidak sesuai dengan penjelasan pedagang, pelayanan yang kurang ramah, serta perbedaan harga kepada konsumen tertentu. Selain itu, terdapat pedagang yang lebih mengutamakan keuntungan dalam menentukan harga dan menjelaskan kualitas barang. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penerapan prinsip kejujuran, keadilan, amanah, dan tanggung jawab masih perlu diperhatikan. Dari hasil observasi dan wawancara dapat dilihat bahwa meskipun sebagian besar pedagang merupakan masyarakat Muslim, masih terdapat perilaku perdagangan yang belum sepenuhnya sesuai dengan etika bisnis Islam. Dalam perspektif ekonomi syariah, perdagangan tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga harus berlandaskan kejujuran, amanah, keadilan, keterbukaan, dan tanggung jawab.

Padahal dalam Islam sendiri telah diajarkan tentang berbisnis menurut ajaran Islam seperti yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad saw. Ketika muda beliau berbisnis dengan memperhatikan prinsip etika bisnis Islam seperti amanah, toleransi, menepati janji, serta menerapkan perinsip bisnis Islam yang terdiri dari kesatuan (*unity*), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*), kebenaran, kebijakan dan kejujuran (Abdul Mannan dan Inayah Swasti Ratih 2021:136).

Dengan demikian, maka perlu menerapkan etika bisnis Islam dalam kegiatan bisnis sehari-hari pada pedagang yang ada di pasar sangkumpal. Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan etika bisnis Islam dalam kegiatan jual beli yang dilakukan oleh pedagang di Pasar Sangkumpal Bonang Kota Padangsidimpuan dalam perspektif ekonomi syariah

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research) dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan

cendrung menggunakan analisis (Abdussamad 2021:23)Penelitian kualitatif digunakan untuk menggambarkan dan menganalisis penerapan etika bisnis Islam pada pedagang di Pasar Sangkumpal Bonang Kota Padangsidimpuan.

Menurut Abdussamad (2021:23), penelitian kualitatif bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Subjek penelitian ini adalah pedagang di Pasar Sangkumpal Bonang Kota Padangsidimpuan. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan 15 orang pedagang di Pasar Sangkumpal Bonang.

Data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, dokumen, dan sumber lain yang relevan dengan penelitian tentang etika bisnis Islam dan ekonomi syariah. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara terstruktur menggunakan pedoman pertanyaan yang berkaitan dengan penerapan prinsip kejujuran, amanah, keadilan, keterbukaan, dan tanggung jawab dalam kegiatan perdagangan. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh melalui wawancara. Keabsahan data dilakukan melalui triangulasi metode, yaitu membandingkan data yang diperoleh melalui beberapa teknik pengumpulan data. Teknik analisis data meliputi tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang di Pasar Sangkumpal Bonang

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan terhadap pedagang dan konsumen di Pasar Sangkumpal Bonang Kota Padangsidimpuan, penerapan etika bisnis Islam dalam kegiatan perdagangan dapat dilihat dari cara pedagang menawarkan barang, menetapkan harga, melayani konsumen, memberikan informasi mengenai kondisi barang, serta menyelesaikan transaksi. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa sebagian besar pedagang telah menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam kegiatan jual beli sehari-hari. Namun, penerapannya belum sepenuhnya sama pada setiap pedagang. Masih ditemukan beberapa keadaan yang menunjukkan perlunya peningkatan dalam keterbukaan informasi, penetapan harga, dan pelayanan kepada konsumen.

1. **Penerapan Prinsip Kesatuan (Unity)**

   Berdasarkan hasil observasi, pedagang di Pasar Sangkumpal Bonang menjalankan kegiatan perdagangan sebagai mata pencaharian untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Pedagang datang dan membuka dagangan pada waktu yang telah ditentukan, kemudian melayani konsumen sampai kegiatan perdagangan selesai. Dalam menjalankan usaha, pedagang tidak hanya berorientasi pada penjualan, tetapi juga berusaha menjaga hubungan baik dengan konsumen.

   Hasil wawancara dengan beberapa pedagang menunjukkan bahwa berdagang dipandang sebagai pekerjaan yang halal selama barang yang dijual dan cara memperolehnya tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Pedagang menyampaikan bahwa mereka berusaha mencari keuntungan melalui kegiatan jual beli yang dilakukan secara biasa dan tidak bermaksud merugikan konsumen. Kesadaran tersebut terlihat dari upaya pedagang untuk memberikan barang kepada konsumen sesuai dengan barang yang dipilih. Pada saat observasi juga terlihat bahwa sebagian pedagang tetap

melaksanakan kegiatan keagamaan di sela-sela aktivitas perdagangan. Ketika waktu ibadah tiba, terdapat pedagang yang meninggalkan sementara tempat dagang untuk melaksanakan ibadah. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan perdagangan tidak sepenuhnya membuat pedagang mengabaikan kewajiban agama.

Namun, hasil wawancara dan observasi juga menunjukkan bahwa penerapan nilai agama tersebut belum selalu terlihat dalam setiap proses transaksi. Dalam beberapa transaksi, pedagang lebih menekankan kelebihan barang yang dijual dibandingkan menjelaskan kekurangannya. Kondisi ini menunjukkan bahwa kesadaran berdagang sebagai bagian dari tanggung jawab kepada Allah SWT masih perlu diterapkan secara lebih konsisten dalam perilaku jual beli.

Dengan demikian, penerapan prinsip kesatuan pada pedagang di Pasar Sangkumpal Bonang dapat dilihat dari adanya kesadaran untuk memperoleh penghasilan melalui kegiatan perdagangan yang halal. Akan tetapi, penerapan prinsip tersebut tidak hanya berkaitan dengan jenis barang yang dijual, tetapi juga dengan cara memperoleh keuntungan. Oleh karena itu, kejujuran, keterbukaan, dan menghindari kecurangan menjadi bagian yang perlu diperhatikan dalam menjalankan kegiatan perdagangan.

2. **Penerapan Prinsip Keseimbangan (Equilibrium)**

Berdasarkan hasil observasi di Pasar Sangkumpal Bonang, proses jual beli banyak dilakukan melalui komunikasi langsung antara pedagang dan konsumen. Konsumen biasanya menanyakan harga barang, melihat kondisi barang, kemudian melakukan tawar-menawar. Pedagang memberikan harga awal, sedangkan konsumen dapat memberikan penawaran sampai diperoleh harga yang disepakati.

Hasil wawancara dengan pedagang menunjukkan bahwa tawar-menawar merupakan hal yang biasa dilakukan dalam kegiatan perdagangan di pasar. Pedagang memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menawar harga, terutama pada barang yang memang memungkinkan untuk ditawar. Setelah terjadi kesepakatan, transaksi dilanjutkan dengan pembayaran dan penyerahan barang. Dari sisi konsumen, hasil wawancara menunjukkan bahwa konsumen merasa lebih nyaman apabila pedagang memberikan harga secara terbuka dan memberikan kesempatan untuk melihat kondisi barang terlebih dahulu. Konsumen juga menyampaikan bahwa mereka biasanya membandingkan harga dari beberapa pedagang sebelum menentukan pilihan.

Hasil observasi juga menunjukkan bahwa sebagian pedagang memberikan kesempatan kepada konsumen untuk memeriksa barang sebelum membeli. Konsumen dapat melihat warna, ukuran, bentuk, dan kondisi barang secara langsung. Namun, ditemukan pula keadaan ketika pedagang lebih banyak menjelaskan kelebihan barang, sedangkan kekurangannya tidak selalu disampaikan terlebih dahulu. Dalam hal harga, terdapat pedagang yang memberikan harga berbeda sesuai dengan jenis dan kualitas barang. Perbedaan harga tersebut biasanya dijelaskan kepada konsumen berdasarkan kualitas atau ukuran barang. Pada transaksi yang dilakukan melalui tawar-menawar, harga akhir ditentukan setelah adanya persetujuan antara pedagang dan konsumen.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa prinsip keseimbangan telah terlihat dalam proses transaksi, terutama melalui adanya tawar-menawar dan kesempatan bagi konsumen untuk memilih barang. Akan tetapi, keseimbangan juga membutuhkan

keterbukaan mengenai kondisi barang sehingga konsumen dapat membuat keputusan berdasarkan informasi yang lengkap.

3. **Penerapan Prinsip Kehendak Bebas (Free Will)**

Hasil observasi menunjukkan bahwa konsumen di Pasar Sangkumpal Bonang memiliki kebebasan untuk memilih barang yang akan dibeli. Konsumen dapat berpindah dari satu pedagang ke pedagang lainnya untuk melihat barang dan membandingkan harga sebelum melakukan transaksi. Pedagang juga memberikan kesempatan kepada konsumen untuk bertanya mengenai barang yang ditawarkan.

Dalam wawancara dengan pedagang, diperoleh keterangan bahwa pedagang biasanya menawarkan barang kepada konsumen dengan menjelaskan jenis, harga, ukuran, atau kualitas barang. Konsumen kemudian menentukan sendiri apakah akan membeli barang tersebut atau tidak. Apabila konsumen tidak tertarik, transaksi tidak dilanjutkan.

Hasil wawancara dengan konsumen juga menunjukkan bahwa konsumen merasa memiliki kebebasan untuk menentukan barang yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan mereka. Konsumen dapat menawar harga atau memilih barang lain apabila harga yang diberikan belum sesuai dengan kemampuan mereka.

Meskipun demikian, berdasarkan hasil observasi ditemukan beberapa pedagang yang cukup aktif dalam menawarkan barang kepada konsumen. Pedagang berusaha meyakinkan konsumen mengenai kelebihan barang agar tertarik membeli. Cara menawarkan seperti ini masih dapat diterima selama tidak disertai paksaan atau informasi yang tidak benar. Namun, apabila informasi yang diberikan berlebihan dan membuat konsumen mengambil keputusan berdasarkan informasi yang tidak lengkap, hal tersebut dapat mengurangi kebebasan konsumen dalam menentukan pilihan. Dalam praktiknya, prinsip kehendak bebas terlihat dari adanya kesempatan bagi konsumen untuk memilih, menawar, menerima, ataupun menolak barang yang ditawarkan. Kebebasan tersebut berjalan melalui proses komunikasi dan kesepakatan antara pedagang dan konsumen.

4. **Penerapan Prinsip Tanggung Jawab (Responsibility)**

Berdasarkan hasil observasi, tanggung jawab pedagang terlihat dalam proses memberikan barang yang telah dipilih oleh konsumen dan menyelesaikan transaksi setelah harga disepakati. Pedagang menyiapkan barang, menghitung jumlah atau ukuran barang, kemudian menerima pembayaran dari konsumen. Hasil wawancara dengan pedagang menunjukkan bahwa mereka berusaha memberikan barang sesuai dengan pesanan konsumen. Pedagang juga menyampaikan bahwa menjaga hubungan dengan konsumen penting karena konsumen yang merasa puas dapat kembali membeli di tempat yang sama. Dalam beberapa transaksi yang diamati, konsumen terlebih dahulu memeriksa barang sebelum melakukan pembayaran. Pedagang memberikan kesempatan kepada konsumen untuk melihat barang tersebut. Apabila terdapat barang yang tidak sesuai dengan pilihan konsumen, pedagang memberikan kesempatan untuk menggantinya sebelum transaksi diselesaikan.

Tanggung jawab juga terlihat ketika konsumen menanyakan kondisi atau kualitas barang. Pedagang memberikan penjelasan mengenai barang yang ditawarkan

berdasarkan pengetahuan mereka terhadap barang tersebut. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak semua pedagang memberikan informasi secara sama. Masih terdapat pedagang yang lebih menonjolkan kelebihan barang dan belum secara terbuka menyampaikan kekurangannya. Selain itu, dalam kegiatan perdagangan terdapat kondisi ketika konsumen sudah melakukan pembelian kemudian menemukan keadaan barang yang kurang sesuai. Dalam kondisi seperti ini, penyelesaian bergantung pada kebijakan pedagang. Sebagian pedagang bersedia memberikan penjelasan atau membantu menyelesaikan masalah, sedangkan pada kondisi tertentu penyelesaian tidak selalu dilakukan dengan cara yang sama. Temuan tersebut menunjukkan bahwa prinsip tanggung jawab sudah diterapkan melalui pemenuhan pesanan, pelayanan, dan penyelesaian transaksi. Namun, tanggung jawab pedagang masih perlu diperkuat terutama dalam memberikan informasi yang lengkap mengenai barang sebelum transaksi dilakukan.

5. **Penerapan Prinsip Kebenaran, Kebijakan, dan Kejujuran**

Berdasarkan hasil observasi, prinsip kebenaran, kebijakan, dan kejujuran terlihat dalam interaksi langsung antara pedagang dan konsumen. Pedagang berkomunikasi dengan konsumen mengenai harga, jenis barang, ukuran, kualitas, serta kondisi barang. Konsumen juga diberikan kesempatan untuk melihat dan memeriksa barang sebelum melakukan pembelian. Hasil wawancara dengan pedagang menunjukkan bahwa kejujuran dianggap penting untuk mempertahankan kepercayaan konsumen. Pedagang menyadari bahwa apabila konsumen merasa dirugikan, konsumen dapat memilih untuk tidak kembali membeli. Oleh karena itu, sebagian pedagang berusaha memberikan informasi mengenai barang sesuai dengan keadaan yang mereka ketahui. Dari hasil wawancara dengan konsumen, beberapa konsumen menyampaikan bahwa mereka lebih memilih pedagang yang memberikan informasi secara jelas dan tidak menyembunyikan kondisi barang. Konsumen juga merasa lebih percaya apabila pedagang menjelaskan harga sejak awal dan memberikan kesempatan untuk memeriksa barang.

Hasil observasi juga menunjukkan bahwa dalam proses transaksi, pedagang umumnya menyampaikan harga barang kepada konsumen sebelum terjadi kesepakatan. Pada barang tertentu, terjadi proses tawar-menawar antara pedagang dan konsumen. Setelah harga disepakati, transaksi dilanjutkan dengan pembayaran. Namun, keterbukaan mengenai kondisi barang belum sepenuhnya dilakukan oleh semua pedagang. Dalam beberapa keadaan, pedagang lebih dahulu menyampaikan kelebihan barang, sedangkan kekurangan atau kondisi tertentu belum disampaikan secara langsung. Konsumen terkadang mengetahui kondisi tersebut setelah melihat barang lebih dekat atau setelah menanyakannya kepada pedagang.

Prinsip kebijakan atau kebajikan terlihat dari cara pedagang memberikan pelayanan kepada konsumen. Pedagang membantu konsumen mencari barang yang sesuai, memberikan penjelasan mengenai perbedaan barang, serta memberikan kesempatan kepada konsumen untuk memilih. Sikap ramah dan komunikasi yang baik juga ditemukan dalam beberapa kegiatan transaksi yang diamati.

Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan prinsip kebenaran, kebijakan, dan kejujuran telah terlihat dalam kegiatan perdagangan di Pasar Sangkumpal

Bonang, terutama melalui komunikasi, pemberian informasi harga, pelayanan, dan kesempatan kepada konsumen untuk memeriksa barang. Akan tetapi, keterbukaan mengenai kekurangan barang masih menjadi bagian yang perlu diperhatikan agar informasi yang diterima konsumen tidak hanya mengenai kelebihan barang, tetapi juga mengenai kondisi sebenarnya.

Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pedagang dan konsumen di Pasar Sangkumpal Bonang Kota Padangsidimpuan, penerapan etika bisnis Islam dalam kegiatan perdagangan pada dasarnya telah terlihat dalam aktivitas jual beli sehari-hari. Pedagang menjalankan usaha untuk memperoleh penghasilan, sedangkan konsumen melakukan pembelian sesuai kebutuhan dan kemampuan. Dalam perspektif ekonomi syariah, kegiatan tersebut tidak hanya dinilai dari adanya transaksi dan keuntungan, tetapi juga dari cara transaksi dilakukan, kejujuran dalam memberikan informasi, keadilan dalam menentukan harga, serta adanya kerelaan antara pedagang dan konsumen. Hasil observasi menunjukkan bahwa transaksi perdagangan di Pasar Sangkumpal Bonang umumnya dilakukan secara langsung. Pedagang menawarkan barang kepada konsumen, menjelaskan harga, memberikan kesempatan kepada konsumen untuk melihat barang, kemudian terjadi tawar-menawar sampai diperoleh harga yang disepakati. Kondisi tersebut menunjukkan adanya proses jual beli yang didasarkan pada kesepakatan kedua belah pihak.

Dalam perspektif ekonomi syariah, kerelaan antara pihak yang melakukan transaksi menjadi bagian penting dalam kegiatan jual beli. Pedagang memiliki hak untuk memperoleh keuntungan dari barang yang dijual, sementara konsumen memiliki hak untuk mengetahui kondisi barang dan menentukan pilihannya. Berdasarkan hasil wawancara, konsumen pada umumnya diberikan kesempatan untuk memilih barang dan melakukan tawar-menawar sebelum transaksi diselesaikan. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan jual beli tidak hanya berorientasi pada keuntungan pedagang, tetapi juga memperhatikan keputusan konsumen.

Penerapan etika bisnis Islam juga terlihat dari cara pedagang memberikan pelayanan. Berdasarkan hasil observasi, terdapat pedagang yang membantu konsumen memilih barang, memberikan penjelasan mengenai jenis dan kualitas barang, serta melayani konsumen dengan sikap yang baik. Pelayanan tersebut menjadi bagian dari etika dalam perdagangan karena hubungan antara pedagang dan konsumen tidak hanya berkaitan dengan pertukaran barang dan uang, tetapi juga dengan sikap saling menghargai. Namun, hasil penelitian juga menemukan bahwa penerapan etika bisnis Islam belum sepenuhnya konsisten. Dalam beberapa transaksi, pedagang lebih banyak menjelaskan kelebihan barang dibandingkan kekurangannya. Informasi mengenai kondisi barang tertentu terkadang baru diketahui konsumen setelah konsumen bertanya atau memeriksa barang secara langsung. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keterbukaan informasi masih perlu ditingkatkan agar konsumen dapat mengambil keputusan berdasarkan keadaan barang yang sebenarnya.

Dari sisi penetapan harga, hasil observasi menunjukkan bahwa pedagang memiliki kebebasan dalam menentukan harga berdasarkan jenis, ukuran, kualitas, dan kondisi barang. Pada beberapa jenis barang, konsumen dapat melakukan tawar-menawar hingga tercapai harga yang disepakati. Dalam ekonomi syariah, memperoleh keuntungan dalam

perdagangan diperbolehkan selama dilakukan dengan cara yang wajar dan tidak disertai penipuan, pemaksaan, ataupun tindakan yang merugikan pihak lain.

Selain itu, prinsip tanggung jawab juga terlihat dalam hubungan antara pedagang dan konsumen. Pedagang bertanggung jawab terhadap barang yang dijual dan informasi yang diberikan kepada konsumen. Berdasarkan hasil wawancara, pedagang berusaha menjaga hubungan baik dengan konsumen karena kepercayaan konsumen dapat memengaruhi keberlangsungan usaha. Konsumen yang merasa memperoleh pelayanan dan barang yang sesuai cenderung merasa lebih nyaman untuk melakukan transaksi kembali.

Penerapan etika bisnis Islam dalam perspektif ekonomi syariah juga berkaitan dengan tujuan memperoleh keuntungan yang halal. Berdasarkan hasil wawancara, kegiatan berdagang dipandang sebagai salah satu cara untuk memperoleh penghasilan dan memenuhi kebutuhan hidup. Oleh karena itu, keuntungan yang diperoleh tidak hanya dilihat dari jumlahnya, tetapi juga dari cara mendapatkannya. Pedagang perlu menghindari praktik yang bertentangan dengan prinsip syariah, seperti penipuan, kecurangan dalam timbangan, menyembunyikan cacat barang, dan memberikan informasi yang tidak sesuai dengan keadaan sebenarnya.

Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam pada pedagang di Pasar Sangkumpal Bonang telah tercermin melalui adanya kesepakatan dalam transaksi, tawar-menawar, kebebasan konsumen memilih barang, pelayanan kepada konsumen, serta usaha menjaga kepercayaan dalam hubungan perdagangan. Namun, penerapannya masih perlu diperkuat terutama dalam hal keterbukaan mengenai kondisi barang dan penyampaian informasi yang lengkap kepada konsumen. Dalam perspektif ekonomi syariah, perdagangan tidak hanya bertujuan memperoleh keuntungan, tetapi juga harus dilaksanakan secara jujur, adil, bertanggung jawab, dan sesuai dengan prinsip halal sehingga memberikan manfaat bagi pedagang maupun konsumen.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa penerapan etika bisnis Islam dalam perspektif ekonomi syariah pada pedagang di Pasar Sangkumpal Bonang Kota Padangsidimpuan telah diterapkan dalam kegiatan perdagangan sehari-hari. Hal tersebut terlihat dari adanya kesepakatan antara pedagang dan konsumen, proses tawar-menawar, kebebasan konsumen dalam memilih barang, pelayanan kepada konsumen, serta upaya pedagang menjaga hubungan dan kepercayaan konsumen. Pedagang juga menjalankan usaha sebagai sumber penghasilan dengan tetap memandang kegiatan perdagangan sebagai usaha untuk memperoleh pendapatan yang halal. Namun, penerapan etika bisnis Islam belum sepenuhnya konsisten. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, masih ditemukan beberapa pedagang yang belum secara maksimal memberikan informasi mengenai kekurangan atau kondisi barang kepada konsumen. Oleh karena itu, penerapan etika bisnis Islam perlu terus ditingkatkan, khususnya dalam hal kejujuran, keterbukaan, keadilan, dan tanggung jawab. Dalam perspektif ekonomi syariah, kegiatan perdagangan tidak hanya berorientasi pada memperoleh keuntungan, tetapi juga harus dilakukan dengan cara yang halal, jujur, adil, dan tidak merugikan pihak lain sehingga tercipta transaksi yang memberikan manfaat bagi pedagang dan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Aziz. 2013. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta.

Abdul Aziz, Dkk. 2020. *Etika Bisnis Islam: Teori Dan Pnerapan*. Indramayu: Pt. Adab Indonesia.

Abdul Mannan Dan Inayah Swasti Ratih. 2021. "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Usaha Mikro Mebel / Umkm." *Izzi: Jurnal Ekonomi Islam* 1(2).

Abdussamad, Zuchri. 2021. *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: Syakir Media Pers.

An Ras Try Astuti. 2022. *Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)*. Parepare: Iain Parepare Nusantara Press.

Dadah, Alya Latifah Authari, Muhammad Fakhrul Fikri, Salma Aulia. 2024. "Etika Bisnis Dalam Islam: Panduan Dari Hadist Tentang Jual Beli." *Al-A'mal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 1(1):43–48.

Departemen Agama Ri. N.D. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*.

Idris. 2015. *Hadis Ekonomi*. Jakarta: Kencana Pranadamedia Group.

Muhammad Toriq Nurmadiansyah. 2021. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Cv. Cakrawala Media Pustaka.

Nandang Ihwanuddin. 2022. *Etika Bisnis Dalam Islam (Teori Dan Aplikasi)*. Bandung: Widina Bhakti Persada.

Nurmeiny Putri Ramadhany , Havis Aravik, Choirunnisak. 2023. "Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Terhadap Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Pada Rozza Bakery Palembang." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (Jimpa)* 3(1):13–26. Doi: 10.36908/Jimpa.V3i1.115.

Rachamawan Budiarto, Dkk. 2015. *Pengembangan Umkm: Antara Konseptual Dan Pengalaman Praktis*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Rafiqi. 2024. *Etika Bisnis Islam*. Bandung: Widina Media Utama.

Sugiyono. (2021). Statistika Untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta.

Thuba Jazil Dan Hendrasto. 2021. *Prinsip & Etika Bisnis Syariah*. Bandung: Kneks.