

**ANALISIS PERILAKU PEDAGANG PASAR TRADISIONAL  
DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM  
(Studi Kasus di Pasar Tradisional Ujung Murung Banjarmasin)**

Nama : Mia Amelia

E-mail : [miaameliiiiiaaa@gmail.com](mailto:miaameliiiiiaaa@gmail.com)

**ABSTRAK**

**Mia Amelia, 2020, Analisis Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam, Pembimbing I : Hj.Kurniaty, Pembimbing II : Syahrani**

Penelitian ini membahas mengenai Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Pasar Ujung Murung Banjarmasin dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. Penelitian ini sangat penting, karena berguna untuk menunjukkan kejujuran, ketelitian, serta keramahan dalam perdagangan. Selain itu dengan adanya perilaku tersebut dapat membuat para konsumen dan para pedagang menjadi nyaman dalam bertransaksi. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku pemahaman pedagang menurut perspektif etika bisnis islam di Pasar Tradisional Ujung Murung Banjarmasin.

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Pengambilan lokasi penelitian yang di pilih adalah Pasar Tradisional Ujung Murung Banjarmasin. Pengumpulan data melalui teknik, wawancara, observasi, dan dokumentasi. Pengecekan keabsahan data dengan menggunakan peningkatan ketekunan, bahan referensi dan perpajakan pengamatan.

Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa para pedagang di Pasar Ujung Murung Banjarmasin kurang mengetahui etika bisnis islam, akan tetapi dalam melaksanakan transaksi jual beli mereka menggunakan aturan sesuai dengan etika bisnis islam, dilihat dari tidak melupakan sholat wajib, berdoa sebelum memulai berdagang, adil atau seimbang dalam menimbang, dan tidak menyembunyikan cacat, memberikan kebebasan kepada pembeli dalam memilih, menepati janji dan bertanggung jawab atas kualitas barang, berikap ramah tamah dalam melayani.

**Kata kunci : Perilaku Pedagang, Pasar, Etika Bisnis Islam**

---

**ABSTRACT**

***Mia Amelia, 2020, Analysis of the Behavior of Traditional Market Traders in the Perspective of Islamic Business Ethics, Advisor I: Hj.Kurniaty, Advisor II: Syahrani***

*This study discusses the behavior of Banjarmasin Ujung Murung Traditional Market Traders in the Perspective of Islamic Business Ethics. This research is very important, because it is useful to show honesty, accuracy, and friendliness in trade. In addition, the existence of this behavior can make consumers and traders become comfortable in the transaction. The purpose of this study is to determine the understanding behavior of traders according to the perspective of Islamic business ethics in Ujung Murung Banjarmasin Traditional Market.*

*This research is a research that uses qualitative descriptive research. The chosen research location is the Ujung Murung Banjarmasin Traditional Market. Data collection through techniques, interviews, observations, and documentation. Checking the validity of the data using increased persistence, reference material and display of observations.*

*Based on the results of the study states that traders in Banjarmasin Ujung Murung Market lack knowledge of Islamic business ethics, but in carrying out buying and selling transactions they use rules in accordance with Islamic business ethics, seen from not forgetting the obligatory prayers, praying before starting trading, fair or balanced in weighing, and not hiding defects, giving buyers the freedom to choose, keep their promises and be responsible for the quality of the goods, make hospitality in serving.*

**Keywords: Trader Behavior, Market, Islamic Business Ethics**

## **PENDAHULUAN**

Pasar dalam ilmu ekonomi didefinisikan sebagai besarnya permintaan dan penawaran pada suatu jenis barang atau jasa tertentu. Pasar adalah tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi ekonomi yaitu membeli atau menjual barang dan jasa atau sumber daya ekonomi atau faktor-faktor lainnya. Pada dasarnya pasar tidak menunjuk pada suatu lokasi atau tempat tertentu karena pasar tidak mempunyai batas-batas geografi, sehingga pengertian pasar merupakan suatu tempat atau wadah untuk melakukan transaksi jual dan beli barang sehingga timbul adanya penawaran dan permintaan barang.

Secara umum, menurut cara transaksinya. Pasar dibedakan menjadi dua yaitu pasar modern dan tradisional. Pasar modern adalah pasar yang bersifat modern dimana barang-barang diperjualbelikan dengan layanan sendiri. Sedangkan pasar tradisional adalah pasar yang bersifat tradisional dimana para penjual dan dapat menawar secara langsung. (Liquidred, 2011).

Dengan adanya perkembangan jaman dan adanya tuntutan untuk memenuhi kebutuhan hidup, maka persaingan bisnis semakin tinggi. Dengan adanya persaingan yang tinggi menimbulkan para pelaku bisnis memanfaatkan segala cara untuk mendapatkan keuntungan dan bahkan mengabaikan etika dalam berdagang. Misalkan saja, banyak dari pedagang yang melakukan penyimpangan-peyimpangan. Dalam hal ini penyimpangan terjadi di pasar tradisional yaitu dengan melakukan pengurangan takaran dalam timbangan, menjual barang dengan harga yang lebih tinggi, dan menjual barang kualitas baik dicampur dengan barang kualitas buruk.

Pembeli seharusnya menerima barang dalam kondisi baik dan dengan harga yang wajar. Mereka harus diberitahu jika terdapat kecacatan pada suatu barang yang dijual. Kejujuran dalam memberikan informasi sangat diperlukan oleh konsumen. Nilai kejujuran ini juga diajarkan oleh Nabi Muhammad, beliau adalah seorang pedagang yang terkenal dengan kejujurannya. Dalam doktrin Islam, kejujuran merupakan hal yang sangat penting dalam kegiatan bisnis.

Rasulullah sangat menganjurkan kejujuran dalam aktivitas bisnis. Dalam tataran ini, beliau bersabda: “Tidak dibenarkan seorang muslim menjual satu jualan yang mempunyai aib, kecuali ia menjelaskan aibnya.”(HR. Al Quzwani).(Veithzal Rivai ,dkk.2012)

Dalam undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen yang berisikan hak-hak konsumen, disamping kewajiban yang harus dilakukan. Dengan adanya undang-undang tersebut diharapkan kepada pelaku bisnis untuk melakukan peningkatan dan pelayanan sehingga konsumen tidak merasa dirugikan.(Muhammad Djakfar, 2007).

Kelemahan-kelemahan konsumen dalam berhadapan dengan produsen berkisar pada kelemahan mereka dalam ketidaktahuan dan kebutuhan akan barang (*consumer ignorance*), kelemahan konsumen dalam hal tawar-menawar ekonomis, sosial dan edukasi sehingga meletakkan posisi konsumen pada kondisi *take it or leave it*. (Muhammad Alimin, 2004).

Etika bisnis Islam bertujuan untuk mengajarkan manusia menjalin kerjasama, tolong menolong, menjauhkan diri dari sikap dengki dan dendam serta hal-hal yang tidak sesuai dengan syariah.(Yusuf Qardhawi,1997). Etika bisnis dalam Islam juga berfungsi sebagai pengatur aktivitas ekonomi, karena secara filosofi etika menjadi dasar diri manusia dalam berperilaku dan menjadi acuan nalar ilmu agama untuk menilai sesuatu. Landasan penilaian ini dalam praktik kehidupan bermasyarakat sering ditemukan bahwa secara agama terdapat nilai mengenai hal-hal baik, buruk, jahat, seperti pihak yang mendzolimi dan terdzolimi.(Muslich, 2004).

Pasar tradisional Ujung Murung adalah salah satu pasar tradisional yang beroperasi di kota Banjarmasin. Kepemilikannya berada dalam naungan pemerintah daerah dan pengelolaan pasar diserahkan pada pengelola pasar. Pasar tradisional Ujung Murung Banjarmasin memiliki mayoritas pedagang muslim, hal tersebut sekaligus menjadi menjadi fokus penelitian mengingat dalam lingkungan mayoritas pedagang muslim tentu terjadi proses pelaksanaan etika dalam berdagang secara Islami pula. Namun, pada kenyataannya, serupa dengan ulasan fenomena di atas, ditinjau dari hal lain seperti perilaku pelaku bisnis baik penjual dan pembeli terkadang masih terjadi perselisihan dalam bertransaksi.

Oleh sebab itu, penulis memilih pasar tradisional Ujung Murung Banjarmasin sebagai objek penelitian dengan alasan karena penulis melihat adanya perilaku pedagang yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam. Menurut pengamatan sementara yang dilakukan penulis pada pasar tradisional Ujung Murung Banjarmasin ialah perilaku pedagang yang melayani pembeli dengan tidak ramah dan murah hati serta penawaran harga yang ditawarkan cukup tinggi. Untuk itu, pentingnya penelitian ini ialah dapat memberikan penjelasan dan gambaran kepada masyarakat serta pedagang mengenai sikap dan perilaku yang dibenarkan dalam Islam menurut etika bisnis Islam, dapat melayani dengan perilaku yang baik agar mampu mencapai tingkat kepuasan yang baik dari pembeli terhadap barang yang dibeli. Berdasarkan fenomena tersebut perlu adanya penelitian, peneliti tertarik untuk meneliti tentang “ Analisis Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Pasar

Tradisional Ujung Murung Banjarmasin)”.  
Ujung Murung Banjarmasin)”.

## METODE

Adapun dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian yang dikategorikan dengan penelitian lapangan (*Field Research*) dengan metode pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang mendeskripsikan mengenai unit sosial tertentu yang meliputi individu, kelompok, lembaga dan masyarakat.

Alasan peneliti menggunakan metode tersebut karena penelitian ini menjelaskan fenomena yang terjadi mengenai perilaku pedagang di pasar tradisional Ujung Murung Banjarmasin melalui kajian perspektif etika bisnis Islam,

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan untuk mendapatkan data penelitian yaitu :

### (1) Observasi

Observasi merupakan teknik pengamatan awal dari fenomena-fenomena yang diselidiki, observasi disini adalah peneliti langsung terjun ke lapangan untuk mencatat data-data yang diperlukan. (Pupuh Fathurahman, 2011). Peneliti melakukan pengamatan langsung pada lokasi penelitian yakni pasar tradisional Ujung Murung Banjarmasin untuk mengetahui situasi, kondisi serta kenyataan yang ada dilapangan.

### (2) Wawancara

Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara singkat dengan beberapa pedagang serta pembeli yang ada di lokasi penelitian. Peneliti menanyakan beberapa instrument pertanyaan (terlampir) yang berhubungan dengan tujuan menelitian guna sebagai informasi atau data

pelengkap dalam proses penelitian. Peneliti akan melakukan wawancara secara lebih detail guna memperoleh data selengkap-lengkapannya untuk disajikan pada hasil penelitian dan pembahasan.

### (3) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, sehingga akan diperoleh data yang lengkap, sah dan bukan berdasarkan perkiraan. (Basrowi dan Suwandi, 2008). Proses Dokumentasi dilakukan sebagai data pendukung dan bukti untuk memperkuat data penelitian yang diperoleh.

### (4) Kuesioner

Dalam proses pengumpulan data, peneliti juga menggunakan teknik pembagian kuesioner secara acak kepada 10 sample pedagang secara acak yang secara langsung sedang berada pada lokasi penelitian. Langkah ini peneliti lakukan guna memperoleh hasil penelitian yang lebih lengkap.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa sebagian besar pedagang di Pasar ujung Murung Banjarmasin adalah laki-laki (58,7%), dari segi usia yang terbanyak berusia < 25 tahun dan berusia antara 25-34 (40%), berdasarkan Pendidikan yang paling banyak adalah SMA (66,7%), lama menjalankan usaha paling banyak lebih dari 10 tahun, adapun pertanyaan tentang perilaku, pertanyaan tentang “Saya selalu berdo’a setiap memulai berdagang” paling banyak menjawab setuju (66,7%), pertanyaan Saya tidak menjual barang haram paling banyak setuju (76,7%), pertanyaan tentang

“Saya selalu sopan dan ramah kepada pembeli” paling banyak menjawab setuju (86,7%) pertanyaan tentang “Saya pernah membohongi pembeli” (70%) menjawab tidak setuju, pertanyaan tentang “Saya tidak pernah memanipulasi timbangan” yang menjawab setuju (50%).

Pertanyaan “Saya menjelek-jelekan barang dagangan pedagang lain” paling banyak menjawab tidak setuju (66,7%), pertanyaan “Saya memberi kenyamanan kepada pembeli selama kegiatan jual beli berlangsung” paling banyak menjawab setuju (90%), pertanyaan “Saya memberi hak kepada pembeli untuk memilih” paling banyak menjawab setuju (86,7%), pertanyaan “Saya menyembunyikan jika ada terdapat cacat pada barang dagangan saya” paling banyak menjawab tidak setuju (70%), pertanyaan “Saya memberi informasi kepada pembeli apabila terjadi kenaikan harga atau penurunan harga barang dagangan” paling banyak menjawab setuju (93,3%), pertanyaan “Saya menimbun barang dagangan” paling banyak menjawab tidak setuju (43,3%), pertanyaan “Saya mengambil untung sebanyak lebih dari 50% dari modal modal dagangan” paling banyak menjawab tidak setuju (80%), pertanyaan “Saya menutup dagangan saya terlebih dahulu ketika tiba waktu shalat” paling banyak menjawab setuju (76,7%), pertanyaan “Saya menggunakan proses akad dengan pembeli ketika jual beli sudah dilakukan” paling banyak menjawab setuju (66,7%), pertanyaan “Saya memberikan pinjaman kepada pembeli dengan bunga yang besar” paling banyak menjawab tidak setuju (73,3%).

Sedangkan total skor hasil rekapitulasi semua pertanyaan tentang perilaku yang dikumpulkan dari responden sebagian besar menjawab positif terhadap perilaku pedagang dipasar Ujung murung Banjarmasin, dengan pertanyaan “Saya selalu berdo’a setiap memulai berdagang” dan pertanyaan “Saya menggunakan proses akad dengan pembeli ketika jual beli sudah dilakukan” mendapat skor tertinggi, yaitu 130 dan pertanyaan “Saya memberikan pinjaman kepada pembeli dengan bunga yang besar” mendapat skor paling rendah, yaitu 52 dengan skor rata-rata adalah 96,67%.

Berdasarkan hasil penelitian Perilaku pedagang di pasar tradisional Ujung Murung Banjarmasin masuk dalam kategori cukup baik dengan skor rata-rata adalah 96,67.

## **PENUTUP**

### **1. Kesimpulan**

Berdasarkan rumusan masalah serta hasil penelitian diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

- 1) Perilaku pedagang pasar tradisional Ujung Murung Banjarmasin sebagian besar dinyatakan sudah cukup baik, hal ini ditunjukkan oleh rata-rata skor jawaban secara keseluruhan sebesar 96,66 yang masuk kategori cukup baik (skor 76 sampai dengan 99).
- 2) Perilaku pedagang pasar tradisional Ujung Murung Banjarmasin tergolong sudah sesuai dan diterapkan dengan baik sesuai perspektif etika bisnis Islam. Hal tersebut ditinjau dari pedagang selalu berdo’a sebelum memulai berdagang, tidak menjual barang haram, bersedia mengganti rugi ketika pembeli mendapatkan barang yang rusak atau

cacat, menawarkan harga sesuai standar harga pasar, tidak mengambil laba lebih dari atau setara 50%, tidak menjelek-jelekkkan dagangan pedagang lain, tidak memanipulasi timbangan, tidak menimbun barang dagangan, memberikan pelayanan yang baik pada pembeli, menutup toko mereka ketika waktu shalat tiba dan memberitahukan informasi kondisi barang yang ingin dibeli oleh pembeli.

#### 1. Saran

Adapun saran yang dikemukakan penulis berdasarkan penelitian ini adalah sebagai berikut.

- 1) Kepada para pedagang yang sudah melakukan praktek berdagang sesuai perspektif etika bisnis islam untuk terus mempertahankannya, karena bagaimanapun hal tersebut memang dianjurkan bagi kita yang beragama islam.
- 2) Kepada para pedagang yang belum melakukan praktek berdagang sesuai perspektif etika bisnis islam dianjurkan untuk segera mengikuti tatanan berdagang sesuai perspektif etika bisnis islam agar menghindari tindakan menyimpang serta demi kemaslahatan umat islam dalam kegiatan berdagang.

#### REFERENSI

- Alimin, Muhammad.2004.*Etika Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*.Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Badroen, Faisal.2006.*Etika Bisnis dalam Islam*.Yogyakarta: Prenada Media Group.
- Beekun, Rafik Isa.2004.*Etika Bisnis Islam*.Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Devi, Ni Made Winda Rosdiana.*Pasar Umum Gubug di Kabupaten Grobogan dengan Pengolahan Tata Ruang Luard dan Dalam Melalui Pendekatan Ideologi Fungsionalisme Utilitarian*, <http://e-journal.uajy.ac.id/3402/3/2TA13285.pdf>
- Djakfar, Muhammad.2007.*Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*.Malang: UIN Malang Press.
- Djakfar, Muhammad.2017.*Etika Bisnis Islam*.Malang: UIN Malang Press.
- Harahap, Sofyan Syafri.2004.*Akuntansi Islam*.Jakarta: Bumi Aksara: 2004.
- Hartatik, Yulianti.2014. *Implementasi Pendidikan Karakter di Kantin Kejujuran*.Malang: Gunung Samudera.
- Hentiani Tri L.2011. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Informal di Pasar Central Medan*. Tesis Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Sumatra Utara: Tidak diterbitkan.
- <https://liquidred.wordpress.com/2011/04/09/jenis-jenis-pasar/>
- Indrawati, Toti dan Yovita, Indri.2014.*Analisis Sumber Modal Pedagang Pasar Tradisional*, Jurnal Ekonomi, Vol. 22, No.1.

- Iqbal Quraisy, Anwar.1979.*Economic and Social System of Islam*.Lahore: Islamic Book Service.
- Isa, Rafik.2004.*Etika Bisnis Islam*.Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Kensil, C.S.T dan Kansil, Christine S.T..2008.*Pokok-Pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*.Jakarta: Sinar Grafika.
- Keraf, A. Sonny dan Imam, Robert Haryono.1995.*Etika Bisnis: Membangun Citra Bisnis sebagai Profesi Luhur*.Yogyakarta: Kanisius.
- Kurniawati, Nirma.2015. “*Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen*”. Jurnal (Bangkalan: Fakultas Ekonomi Unversitas Trunojoyo.
- Kusna, Siti Mina.2011.*Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Ngaliyan Semarang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*.Skripsi pada UIN Walisongo: Tidak diterbitkan.
- Mufid, Muhammad.2009.*Etika dan Filsafat Komunikasi*.Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nafi’ah, Riski Umi.2018.Skripsi: “*Perilaku Pedagang Pakaian di Bandung Tulungagung Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*”.Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbitkan.
- Qardhawi, Yusuf .2002.*Konsep Ibadah Dalam Islam*.Bandung: Mizan.
- Rahmadhani, Dyan Arrum.2017.*Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Petepamus Makassar Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*.Skripsi pada UIN Alauddin: Tidak diterbitkan.
- Rivai ,Veithzal.Nuruddin ,Amiur.Arfa ,Faisar Ananda.2012.*Islamic Business and Economic Ethics*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Samad, Mukhtar.2016.*Etika Bisnis Syariah*.cet 1.Yogyakarta: Penerbit dan Percetakan Sunrise.
- Triyuwono, Iwan.2000.*Shari’ate Organization and Accounting: The Reflection of Self’s Faith and Knowledge*, ( Organisasi dan Akuntansi Syariah).Yogyakarta: LKIS.
- Wazin.2014.*Relevansi Antara Etika Bisnis Islam dengan Perilaku Wirausaha Muslim* (Studi tentang Perilaku Pedagang di Pasar Lama Kota Serang Provinsi Banten).Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan. Vol 1, No. 4. Januari-Juni.