

Penerapan Etika Bisnis dalam Pasar Tradisional Berdasarkan Perspektif Islam

Implementation of Business Ethics in Traditional Markets Based on Islamic Perspective

Salmalia Hera Dewinta

Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, Indonesia
Email: b200230196@student.ums.ac.id

Hanifatu Sa'diyah

Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, Indonesia
Email: b200230187@student.ums.ac.id

Affah Alfina Ramadhani

Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, Indonesia
Email: b200230179@student.ums.ac.id

Zelinandita Asti Utami

Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, Indonesia
Email: b200230181@student.ums.ac.id

Hanifa Rahma Ika

Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, Indonesia
Email: b200230192@student.ums.ac.id

Ahmad 'Uroidhi

Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, Indonesia
Email: b200230189@student.ums.ac.id

Article Info

Received : 6 December 2024
Revised : 7 December 2024
Accepted : 7 December 2024
Published : 12 December 2024

Keywords: Business Ethics, Traditional Market, Islam

Kata kunci: Etika Bisnis, Pasar Tradisional, Islam

Abstract

This research aims to analyse business ethics in traditional markets based on an Islamic perspective. In traditional markets, the interaction between sellers and buyers involves not only economic transactions, but also social and cultural values that have existed for a long time. Therefore, business ethics become very important to maintain trust and good relations between market participants. Good business ethics not only contribute to the sustainability of the business, but also create a healthy and sustainable environment for society. The research method used in this study is a literature study, which aims to collect, analyse and synthesise relevant information regarding business ethics in traditional markets from an Islamic perspective. The results show that the fundamental foundation of Islamic business ethics is firmly embedded in the teachings of the Quran and the Hadith of

the Prophet Muhammad, which do not merely provide transactional guidelines, but rather create a moral paradigm in every trading activity. In traditional markets, there are several main principles that become the moral compass for Muslim traders, namely honesty, fairness, transparency and mutual respect. One example of a case that applies Islamic business ethics is in Beringharjo market vegetable traders. The positive impact of implementing business ethics also contributes to the creation of a healthier and more sustainable market environment. When traders respect each other's prices and quality of goods, the competition becomes fairer. This encourages traders to continuously improve the quality of their products and services, so that consumers get better value.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis etika bisnis di pasar tradisional berdasarkan perspektif Islam. Di pasar tradisional, interaksi antara penjual dan pembeli tidak hanya melibatkan transaksi ekonomi, tetapi juga nilai-nilai sosial dan budaya yang telah ada sejak lama. Oleh karena itu, etika bisnis menjadi sangat penting untuk menjaga kepercayaan dan hubungan baik antar pelaku pasar. Etika bisnis yang baik tidak hanya berkontribusi pada keberlangsungan bisnis, tetapi juga menciptakan lingkungan yang sehat dan berkelanjutan bagi masyarakat. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi literatur, yang bertujuan untuk mengumpulkan, menganalisis, dan mensintesis informasi yang relevan mengenai etika bisnis di pasar tradisional dalam perspektif Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa landasan fundamental etika bisnis Islam tertanam kuat dalam ajaran Al-Quran dan Hadis Nabi Muhammad SAW, yang tidak hanya memberikan pedoman transaksional, tetapi lebih kepada menciptakan paradigma moral dalam setiap aktivitas perdagangan. Di pasar tradisional, ada beberapa prinsip utama yang menjadi kompas moral bagi para pedagang muslim, yaitu kejujuran, keadilan, transparansi, dan saling menghormati. Salah satu contoh kasus yang menerapkan etika bisnis Islam adalah pada pedagang sayur pasar Beringharjo. Dampak positif dari penerapan etika bisnis ini juga berkontribusi pada terciptanya lingkungan pasar yang lebih sehat dan berkelanjutan. Ketika para pedagang saling menghargai harga dan kualitas barang, maka persaingan menjadi lebih adil. Hal ini mendorong para pedagang untuk terus meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka, sehingga konsumen mendapatkan nilai yang lebih baik.

How to cite: Salmalia Hera Dewinta, Hanifatu Sa'diyyah, Afifah Alfina Ramadhani, Zelinandita Asti Utami, Hanifa Rahma Ika, Ahmad 'Uroidhi. "Penerapan Etika Bisnis dalam Pasar Tradisional Berdasarkan Perspektif Islam", TIJARAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis Syariah, Vol. 1, No. 2 (2024): 182-191. <https://litera-academica.com/ojs/tijarah/index>

Copyright: ©2024 Salmalia Hera Dewinta, Hanifatu Sa'diyyah, Afifah Alfina Ramadhani, Zelinandita Asti Utami, Hanifa Rahma Ika, Ahmad 'Uroidhi



This work is licensed under a Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

1. PENDAHULUAN

Pasar tradisional merupakan salah satu elemen penting dalam perekonomian masyarakat, terutama di negara-negara berkembang seperti Indonesia (Wibowo, dkk, 2022) . Di pasar tradisional, interaksi antara penjual dan pembeli tidak hanya

melibatkan transaksi ekonomi, tetapi juga nilai-nilai sosial dan budaya yang telah ada sejak lama. Maka dari itu, etika bisnis menjadi sangat penting untuk menjaga kepercayaan dan hubungan baik antara pelaku pasar. Etika bisnis yang baik tidak hanya berkontribusi pada keberlangsungan usaha, tetapi juga menciptakan lingkungan yang sehat dan berkelanjutan bagi masyarakat. Dalam perspektif Islam, etika bisnis memiliki landasan yang kuat, yang dapat menjadi inspirasi bagi pelaku pasar tradisional untuk menjalankan usaha mereka dengan cara yang lebih bertanggung jawab dan berkeadilan.

Islam mengajarkan prinsip-prinsip etika yang mendasar dalam berbisnis, seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Dalam Al-Qur'an, terdapat banyak ayat yang menekankan pentingnya kejujuran dalam transaksi bisnis. Misalnya, dalam Surat Al-Mutaffifin, Allah SWT mengingatkan tentang bahaya kejadian dalam timbangan dan takaran. Hal ini menunjukkan bahwa dalam Islam, kejujuran adalah fondasi utama dalam berbisnis. Penjual yang jujur tidak hanya akan mendapatkan kepercayaan dari pembeli, tetapi juga akan mendapatkan keberkahan dalam usahanya. Sebaliknya, praktik curang akan membawa dampak negatif, baik bagi pelaku usaha itu sendiri maupun bagi masyarakat secara keseluruhan (Zikwan & Nahei, 2023).

Menurut Rozhania (2022) menjelaskan bahwa selain kejujuran, prinsip keadilan juga sangat ditekankan dalam etika bisnis Islam. Keadilan dalam transaksi bisnis berarti memberikan harga yang wajar dan tidak mengeksploitasi konsumen. Di pasar tradisional, seringkali terjadi praktik penetapan harga yang tidak adil, di mana penjual memanfaatkan ketidaktahuan pembeli untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Pelaku pasar tradisional perlu menyadari bahwa tindakan tersebut tidak hanya merugikan konsumen, tetapi juga dapat merusak reputasi mereka dalam jangka panjang. Dengan menerapkan prinsip keadilan, pelaku usaha dapat membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan dan menciptakan loyalitas yang berkelanjutan.

Selanjutnya terdapat juga dalam penelitian Afandi, dkk. (2024) bahwa etika bisnis Islam diterapkan pada nilai-nilai Al-Qur'an dan Sunnah yang mengajarkan keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial. Tanggung jawab sosial juga merupakan aspek penting dalam etika bisnis Islam. Pelaku usaha tidak hanya dituntut untuk mencari keuntungan, tetapi juga harus memperhatikan dampak sosial dari kegiatan bisnis mereka. Di pasar tradisional, pelaku usaha dapat berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat dengan cara mendukung produk lokal, memberikan harga yang adil kepada petani atau produsen, serta berpartisipasi dalam kegiatan sosial yang bermanfaat bagi komunitas. Dengan demikian, etika bisnis dalam perspektif Islam tidak hanya berfokus pada keuntungan individu, tetapi juga pada kesejahteraan kolektif.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ali dan Iklil (2020) dalam jurnal "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di Ras Sablon Desa Weru Lor Cirebon", ditemukan bahwa etika bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen lebih cenderung memilih untuk berbelanja di tempat yang menerapkan praktik bisnis yang etis dan sesuai dengan nilai-nilai Islam. Hal ini

menunjukkan bahwa etika bisnis bukan hanya sekedar kewajiban moral, tetapi juga dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing di pasar. Namun, tantangan dalam menerapkan etika bisnis di pasar tradisional tidaklah kecil. Banyak pelaku yang terjebak dalam praktik-praktik yang tidak etis karena tekanan untuk bersaing dan mendapatkan keuntungan yang cepat. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat, pemerintah, dan lembaga keagamaan untuk memberikan edukasi dan sosialisasi mengenai pentingnya etika bisnis dalam perspektif Islam. Dengan meningkatnya kesadaran akan nilai-nilai etika, diharapkan pelaku pasar tradisional dapat bertransformasi menjadi lebih baik dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

2. PEMBAHASAN

2.1 Prinsip Etika Bisnis dalam Pasar Tradisional

Etika bisnis Islam merupakan kerangka filosofis yang komprehensif dan memperbaiki alam, memposisikan aktivitas ekonomi sebagai bagian integral dari ibadah dan tanggung jawab spiritual. Etika bisnis tidak hanya dilihat sebagai seperangkat aturan yang harus diikuti, tetapi juga sebagai panduan moral yang mengarahkan setiap individu dalam menjalankan aktivitas ekonomi. Landasan fundamental etika bisnis Islam ditanamkan kuat dari ajaran Al-Quran dan Hadis Nabi Muhammad SAW, yang tidak sekedar memberikan pedoman transaksional, melainkan menciptakan paradigma moral dalam setiap aktivitas perdagangan. Dalam pasar tradisional, terdapat beberapa prinsip utama yang menjadi kompas moral bagi pedagang muslim, diuraikan sebagai berikut.

A) Prinsip pertama adalah Kejujuran (Shiddiq)

Kejujuran merupakan prinsip paling mendasar yang mensyaratkan pedagang untuk berbicara dan bertindak benar, transparan, dan apa adanya dalam setiap transaksi. Dalam pasar tradisional, di mana interaksi langsung antara penjual dan pembeli sangatlah penting, kejujuran menjadi kunci untuk membangun kepercayaan. Pedagang yang jujur tidak hanya menghindari kebohongan, tetapi juga aktif mengungkapkan informasi yang relevan dan signifikan bagi konsumen. Penelitian oleh Yuliana (2024) menunjukkan bahwa pedagang yang jujur cenderung memiliki pelanggan yang setia dan meningkatkan reputasi mereka di mata masyarakat. Kejujuran dalam berbisnis tidak hanya berdampak pada hubungan jangka pendek, tetapi juga membangun fondasi yang kuat untuk keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. Ketika konsumen merasa percaya kepada pedagang, mereka lebih cenderung untuk kembali berbelanja dan merekomendasikan usaha tersebut kepada orang lain. Dengan demikian, kejujuran bukan hanya sekedar kewajiban moral, tetapi juga strategi bisnis yang cerdas.

B) Prinsip kedua adalah Keadilan (Adl)

Menegakkan keseimbangan dan keadilan dalam setiap interaksi ekonomi adalah hal yang sangat penting. Pedagang harus memastikan bahwa tidak ada pihak yang dirugikan atau dizalimi dalam proses transaksi. Hal ini mencakup praktik penimbangan yang akurat, penetapan harga yang wajar,

dan perlakuan yang setara terhadap seluruh konsumen. Keadilan dalam bisnis tidak hanya menciptakan lingkungan yang sehat, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai Islam yang mengajarkan perlunya menghormati hak-hak orang lain. Menurut penelitian Latifah (2024), pedagang yang menerapkan prinsip keadilan dalam bisnisnya cenderung mendapatkan dukungan lebih dari masyarakat, yang berdampak positif pada keberlangsungan usaha mereka. Keadilan juga berperan penting dalam menciptakan persaingan yang sehat di pasar, di mana setiap pedagang memiliki kesempatan yang sama untuk sukses. Dengan menegakkan keadilan, pedagang tidak hanya memenuhi tuntutan moral, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

C) Prinsip ketiga adalah Transparansi.

Keterbukaan total dalam menjelaskan karakteristik, kualitas, dan kondisi barang dagangan sangat penting dalam etika bisnis Islam. Pedagang muslim dituntut untuk menjelaskan secara jujur kelebihan dan kekurangan produk yang dijualnya. Dengan memberikan informasi yang jelas, pedagang tidak hanya memenuhi kewajiban moralnya, tetapi juga membantu konsumen dalam mengambil keputusan yang tepat. Penelitian oleh Ilham (2024) menunjukkan bahwa transparansi dalam transaksi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mengurangi potensi konflik antara pedagang dan pembeli. Dalam era informasi saat ini, di mana konsumen memiliki akses yang lebih besar terhadap informasi, transparansi menjadi semakin penting. Pedagang yang terbuka tentang produk mereka tidak hanya membangun kepercayaan, tetapi juga menciptakan loyalitas pelanggan yang lebih tinggi. Ketika konsumen merasa bahwa mereka mendapatkan informasi yang jujur dan akurat, mereka lebih cenderung untuk kembali berbelanja dan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain.

D) Prinsip terakhir adalah Saling Menghormati.

Menciptakan interaksi yang menjanjikan dan menghargai martabat manusia dalam setiap transaksi ekonomi adalah hal yang sangat penting. Prinsip ini mendorong terciptanya hubungan yang harmonis antara pedagang dan pembeli. Dalam pasar tradisional, hubungan pribadi sangat berpengaruh, dan saling menghormati dapat menciptakan suasana yang positif dan mendukung keberlangsungan usaha. Penelitian oleh Sulistianingsih (2024) menunjukkan bahwa pedagang yang menghormati pelanggan cenderung memiliki tingkat retensi pelanggan yang lebih tinggi. Saling menghormati tidak hanya berlaku dalam transaksi, tetapi juga dalam interaksi sehari-hari. Ketika pedagang menunjukkan rasa hormat kepada pelanggan, mereka menciptakan lingkungan yang nyaman dan menyenangkan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan pengalaman berbelanja. Hal ini juga menciptakan.

2.2 Contoh Kasus Penerapan Etika Bisnis di Pasar Beringharjo

Pasar Beringharjo, salah satu pasar tradisional terbesar di Yogyakarta, menjadi pusat perdagangan sayur dan bahan makanan. Penerapan etika bisnis Islam oleh pedagang sayur sangat penting. Etika bisnis dalam Islam berlandaskan pada prinsip-prinsip moral yang mendasari interaksi sosial dan ekonomi. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana etika bisnis Islam diimplementasikan oleh pedagang sayur di Pasar Beringharjo.

Ditemukan dalam penelitian bahwa pedagang sayur di Pasar Beringharjo umumnya adalah individu yang telah berjualan selama bertahun-tahun. Mereka memiliki hubungan yang erat dengan pelanggan dan komunitas. Dalam praktik sehari-hari, banyak pedagang yang menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis dalam kegiatan jual beli mereka. Berikut penjelasannya :

a) Kejujuran dalam Transaksi

Salah satu bentuk implementasi etika bisnis adalah kejujuran dalam penentuan harga. Pedagang sayur di Beringharjo umumnya memastikan bahwa harga yang mereka tawarkan wajar dan sesuai dengan kualitas sayur. Mereka menghindari praktik penipuan, seperti menjual sayur busuk sebagai sayur segar. Dalam penelitian menjelaskan bahwa pedagang yang jujur cenderung memiliki pelanggan yang loyal.

b) Transparansi

Prinsip yang diterapkan selanjutnya adalah transparansi mutlak. Setiap pembeli yang mendekati lapak sayuran akan disambut dengan penjelasan komprehensif tentang kondisi sayuran. Penjual tidak segan menunjukkan sayuran yang sudah mulai layu, menjelaskan kapan sayuran dipetik, dan memberikan saran terbaik kepada pembeli. Praktik ini tidak hanya meningkatkan loyalitas pelanggan tetapi juga menciptakan lingkungan pasar yang lebih harmonis.

c) Keadilan dalam Persaingan

Dalam persaingan, pedagang di Beringharjo berusaha untuk menjaga keadilan. Mereka menyadari bahwa persaingan yang sehat akan menguntungkan semua pihak. Pedagang saling menghormati harga dan kualitas barang, sehingga menciptakan pasar yang lebih berkelanjutan.

2.3 Dampak Positif Menerapkan Etika Bisnis di Pasar Tradisional

Menerapkan etika bisnis di pasar tradisional memberikan dampak positif yang signifikan bagi berbagai pihak, termasuk pedagang, konsumen, dan masyarakat secara keseluruhan. Salah satu dampak utama dari penerapan etika bisnis adalah peningkatan kepercayaan antara pedagang dan konsumen. Ketika pedagang menerapkan prinsip-prinsip etika, seperti kejujuran dan transparansi dalam transaksi, konsumen merasa lebih aman dan nyaman dalam berbelanja. Kepercayaan ini tidak hanya meningkatkan loyalitas pelanggan, tetapi juga mendorong mereka untuk merekomendasikan pedagang kepada orang lain, yang pada gilirannya dapat meningkatkan volume penjualan. Kepercayaan menjadi fondasi yang kuat untuk hubungan jangka panjang antara pedagang dan konsumen. Ketika konsumen merasa bahwa mereka diperlakukan dengan adil dan jujur, mereka lebih cenderung untuk kembali berbelanja dan membangun hubungan yang lebih erat dengan pedagang.

Hal ini menciptakan siklus positif di mana pedagang yang menerapkan etika bisnis akan mendapatkan lebih banyak pelanggan, dan pelanggan yang puas akan terus mendukung usaha tersebut.

Selain itu, penerapan etika bisnis juga berkontribusi pada terciptanya lingkungan pasar yang lebih sehat dan berkelanjutan. Ketika pedagang saling menghormati harga dan kualitas barang, persaingan yang terjadi menjadi lebih adil. Dalam pasar yang etis, pedagang tidak hanya berfokus pada keuntungan semata, tetapi juga pada kualitas produk dan layanan yang mereka tawarkan. Hal ini mendorong pedagang untuk terus meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka, sehingga konsumen mendapatkan nilai yang lebih baik. Lingkungan pasar yang sehat ini juga dapat menarik lebih banyak konsumen, yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan bagi semua pedagang. Dengan adanya persaingan yang sehat, pedagang akan terdorong untuk berinovasi dan memperbaiki produk mereka, menciptakan variasi yang lebih banyak dan menarik bagi konsumen. Etika bisnis berfungsi sebagai pendorong inovasi dan perbaikan berkelanjutan di pasar tradisional, yang pada gilirannya dapat meningkatkan daya saing pasar tersebut.

Dampak positif lainnya adalah kontribusi terhadap kesejahteraan sosial. Pedagang yang menerapkan etika bisnis sering kali menunjukkan tanggung jawab sosial dengan memberikan bantuan kepada pelanggan yang kurang mampu, seperti memberikan potongan harga atau menyumbangkan sebagian dari pendapatan mereka untuk kegiatan sosial. Praktik ini tidak hanya membantu individu yang membutuhkan, tetapi juga memperkuat ikatan sosial dalam komunitas. Ketika pedagang berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat, mereka membangun reputasi yang baik dan menciptakan citra positif bagi usaha mereka. Hal ini sejalan dengan prinsip-prinsip etika bisnis dalam Islam yang menekankan pentingnya kepedulian terhadap sesama. Dengan berkontribusi pada kesejahteraan sosial, pedagang tidak hanya mendapatkan keuntungan finansial, tetapi juga mendapatkan penghargaan dan dukungan dari masyarakat. Ini menciptakan hubungan timbal balik yang saling menguntungkan antara pedagang dan komunitas.

Penerapan etika bisnis juga dapat meningkatkan citra pasar tradisional di mata masyarakat. Dalam era modern, banyak konsumen yang lebih memilih berbelanja di tempat yang menerapkan praktik bisnis yang etis. Dengan menerapkan etika bisnis, pasar tradisional dapat bersaing dengan pasar modern dan supermarket yang sering kali dianggap lebih profesional. Pasar tradisional yang menerapkan etika bisnis akan lebih mudah menarik perhatian konsumen yang peduli terhadap isu-isu sosial dan lingkungan. Dengan demikian, pasar tradisional dapat mempertahankan relevansinya dan menarik lebih banyak pengunjung, yang berdampak positif pada perekonomian lokal. Ketika pasar tradisional mampu menunjukkan bahwa mereka berkomitmen pada praktik bisnis yang etis, mereka tidak hanya menarik konsumen yang loyal, tetapi juga menciptakan citra positif yang dapat meningkatkan daya tarik pasar tersebut.

Namun, untuk mencapai dampak positif ini, diperlukan dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah dan lembaga pendidikan. Program pelatihan dan sosialisasi mengenai etika bisnis dapat membantu pedagang memahami pentingnya menerapkan prinsip-prinsip etika dalam usaha mereka. Dengan

pengetahuan yang memadai, pedagang akan lebih termotivasi untuk menerapkan etika bisnis, yang pada akhirnya akan membawa manfaat bagi mereka dan masyarakat. Pemerintah dapat berperan aktif dalam menyediakan pelatihan dan sumber daya yang diperlukan untuk mendukung pedagang dalam menerapkan etika bisnis. Selain itu, lembaga pendidikan juga dapat memasukkan kurikulum tentang etika bisnis dalam program studi mereka, sehingga generasi mendatang memiliki pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya etika dalam dunia bisnis.

3. KESIMPULAN

Etika bisnis Islam merupakan kerangka filosofis yang komprehensif dan memperbaiki alam, memposisikan aktivitas ekonomi sebagai bagian integral dari ibadah dan tanggung jawab spiritual. Landasan fundamental etika bisnis Islam ditanamkan kuat dari ajaran Al-Quran dan Hadis Nabi Muhammad SAW, yang tidak sekedar memberikan pedoman transaksional, melainkan menciptakan paradigma moral dalam setiap aktivitas perdagangan. Dalam pasar tradisional, terdapat beberapa prinsip utama yang menjadi kompas moral bagi pedagang muslim yaitu kejujuran, adil, transparansi dan saling menghormati. Salah satu contoh kasus yang menerapkan etika bisnis islam yaitu di pedagang sayur pasar beringharjo. Dampak positif penerapan etika bisnis juga berkontribusi pada terciptanya lingkungan pasar yang lebih sehat dan berkelanjutan. Ketika pedagang saling menghormati harga dan kualitas barang, persaingan yang terjadi menjadi lebih adil. Hal ini mendorong pedagang untuk terus meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka, sehingga konsumen mendapatkan nilai yang lebih baik.

4. IMPLIKASI, KETERBATASAN, DAN SARAN

Implikasi dari penelitian ini sangat signifikan, terutama dalam pengembangan ekonomi lokal dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Penerapan etika bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai Islam dapat menciptakan lingkungan pasar yang lebih adil dan transparan, di mana para pelaku usaha tidak hanya berfokus pada keuntungan semata, tetapi juga memperhatikan kesejahteraan konsumen dan masyarakat sekitar. Hal ini sejalan dengan prinsip keadilan dalam Islam, yang menekankan pentingnya menjaga hak-hak semua pihak yang terlibat dalam transaksi. Dengan menerapkan etika bisnis yang baik, diharapkan akan tercipta hubungan yang harmonis antara penjual dan pembeli, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan reputasi usaha. Selain itu, penerapan etika bisnis yang berbasis pada ajaran Islam juga dapat membantu mengurangi praktik-praktik curang dan penipuan yang sering terjadi di pasar tradisional, sehingga menciptakan iklim bisnis yang lebih sehat dan berkelanjutan.

Namun, penelitian ini juga memiliki keterbatasan yang perlu diperhatikan. Salah satu keterbatasan utama adalah fokus pada pasar tradisional yang mungkin tidak sepenuhnya mewakili dinamika pasar modern yang lebih kompleks. Pasar tradisional sering kali memiliki karakteristik dan tantangan tersendiri yang berbeda dengan pasar modern, sehingga penerapan etika bisnis yang diusulkan mungkin tidak sepenuhnya efektif jika diterapkan secara langsung tanpa mempertimbangkan yang lebih luas.

Selain itu, penelitian ini mungkin juga terbatas dalam hal metodologi, di mana data yang digunakan mungkin tidak mencakup seluruh aspek yang relevan dalam penerapan etika bisnis di pasar tradisional. Misalnya, penelitian ini mungkin tidak mempertimbangkan faktor-faktor eksternal seperti kebijakan pemerintah, kondisi ekonomi, dan budaya lokal yang dapat mempengaruhi praktik bisnis di pasar tradisional. Oleh karena itu, penting untuk melakukan penelitian lebih lanjut yang dapat mengeksplorasi berbagai faktor yang mempengaruhi penerapan etika bisnis dalam konteks yang lebih luas.

Saran yang dapat diberikan berdasarkan temuan dari jurnal ini adalah perlunya sosialisasi dan pendidikan mengenai etika bisnis yang berbasis pada ajaran Islam kepada para pelaku usaha di pasar tradisional. Program pelatihan dan workshop dapat diadakan untuk meningkatkan pemahaman para pedagang tentang pentingnya menerapkan etika dalam berbisnis, serta bagaimana cara melakukannya secara praktis. Selain itu, kolaborasi antara pemerintah, lembaga keagamaan, dan komunitas bisnis juga sangat penting untuk menciptakan lingkungan yang mendukung penerapan etika bisnis. Misalnya, pemerintah dapat memberikan insentif bagi pelaku usaha yang menerapkan praktik bisnis yang etis, sementara lembaga keagamaan dapat berperan dalam memberikan bimbingan dan dukungan moral kepada para pedagang. Selain itu, perlu juga ada upaya untuk membangun kesadaran di kalangan konsumen tentang pentingnya memilih produk dan jasa yang dihasilkan oleh pelaku usaha yang menerapkan etika bisnis yang baik. Dengan meningkatkan kesadaran konsumen, diharapkan akan tercipta permintaan yang lebih besar terhadap produk-produk yang dihasilkan secara etis, sehingga mendorong lebih banyak pelaku usaha untuk menerapkan prinsip-prinsip etika dalam bisnis mereka.

Di samping itu, penelitian lebih lanjut juga diperlukan untuk mengeksplorasi bagaimana penerapan etika bisnis dalam pasar tradisional dapat berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Penelitian ini dapat mencakup studi kasus di berbagai daerah untuk memahami bagaimana praktik etika bisnis yang baik dapat meningkatkan daya saing pelaku usaha di pasar tradisional. Selain itu, penting juga untuk mengeksplorasi peran teknologi dalam mendukung penerapan etika bisnis, seperti penggunaan platform digital untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam transaksi. Dengan memanfaatkan teknologi, pelaku usaha di pasar tradisional dapat lebih mudah mengakses informasi dan sumber daya yang diperlukan untuk menerapkan praktik bisnis yang etis.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A. V. F., Husodo, D. A., Niswara, F. R., Syaifudin, A. F., Isthibar, L. B., Negara, M. A., & Nurrohim, A. Aplikasi Etika Bisnis dalam Kegiatan UMKM Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam: Application of Business Ethics in MSME Activities Based on an Islamic Economic Perspective. *TIJARAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis Syariah*, 1, no.2 (2024): 134-142.
- Hermansyah, M. H. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Sayur Di Pasar Tradisional Beringharjo Kota Yogyakarta*. Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2023.

- Iklil, M. "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di Ras Sablon Desa Weru Lor Cirebon." *Jurnal Ekonomi Islam* 1, no. 1 (2020): 33–43.
- Ilham, M. A., and M. Arafah. "Analisis Perlindungan Hak Konsumen Pada Transaksi Jual Beli Online Di Masa Kini Ditinjau Dalam Perspektif Islam (Studi pada Pengguna Online Shop di Kecamatan Tanete Riattang Kabupaten Bone)." *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Terpadu* 8, no. 9 (2024).
- Latifah, S., S. Syarifuddin, S. A. Sahfutra, and R. M. Anggaraini. "Pemahaman Pedagang Muslim terhadap Etika Bisnis Islam di Desa Klambir V Kebun, Kecamatan Hamparan Perak, Kabupaten Deli Serdang." *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah* 9, no. 4 (2024): 655–64.
- Rozhania, Z. N., K. Nawawi, and S. Gustiawati. "Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Praktik Pemasaran Busana Muslim Studi pada Almeera Moslem Store Bogor." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 3, no. 1 (2022): 129–40.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabet, 2017.
- Sulistianingsih, M., S. Rohimah, and A. Nuh. "Pengaruh Customer Quality Atribut Hotel Syariah Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel." *Inovasi Makro Ekonomi (IME)* 6, no. 3 (2024).
- Wibowo, F., A. U. Khasanah, and F. I. F. S. Putra. "Analisis Dampak Kehadiran Pasar Modern terhadap Kinerja Pemasaran Pasar Tradisional Berbasis Perspektif Pedagang dan Konsumen di Kabupaten Wonogiri." *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis* 7, no. 1 (2022): 53–65.
- Yuliana, A., O. Yulianti, E. Wijaya, A. Sudarsono, and L. G. Putri. "Penyuluhan Peningkatan Kualitas Pelayanan Prima Pada Toko Baju Tulip Bengkulu." *Jurnal Dehasen Untuk Negeri* 3, no. 2 (2024): 177–82.
- Zikwan, M., and N. Nahei. "Bisnis Dalam Islam (Implementasi Prinsip-Prinsip Islam Dalam Aktifitas Ekonomi Bisnis)." *Al-Idarah: Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam* 4, no. 2 (2023): 121–31.