

PERILAKU PEDAGANG DALAM TRANSAKSI JUAL BELI SEMBAKO DI PASAR PAGUTAN KOTA MATARAM DITINJAU DARI EKONOMI ISLAM

Zahira Aryani, Ihsan Ro'is, Akhmad Jufri
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram
Zahiraaryani28@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menelaah perilaku pedagang dalam transaksi jual beli sembako di Pasar Pagutan Kota Mataram ditinjau dari Ekonomi Islam. Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (Field Research) menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Lokasi penelitian ini dilakukan di Pasar Pagutan Kota Mataram. Sumber data yang terbagi menjadi dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Metode pengumpulan data yaitu meliputi observasi, wawancara dan dokumentasi. Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa perilaku pedagang pasar Pagutan yang meliputi cara menimbang dan menakar, penepatan janji, menjelaskan kualitas barang, penetapan harga, tawar menawar, pelayanan kepada pembeli, strategi memasarkan barang, cekatan, dan pencatatan transaksi. Dapat disimpulkan 3 dari 5 pedagang sudah mendekati dalam menerapkan prinsip sesuai dengan syariat Islam sejalan dengan sifat Rasulullah SAW di dalam melakukan perdagangan diantaranya ialah sifat *siddiq*, Amanah, *tabligh*, dan *fathonah*.

Kata kunci: Perilaku Pedagang, Jual Beli, Perspektif Islam

ABSTRACT

This study aims to examine the behavior of traders in the transaction of buying and selling necessities at the Pagutan Market, Mataram City from the perspective of Islamic Economics. This type of research is field research using a qualitative approach with a descriptive method. The location of this research was carried out at Pagutan Market, Mataram City. Data sources are divided into two, namely primary data sources and secondary data sources. The data collection method includes observation, interviews, and documentation. In this study, it was concluded that the behavior of Pagutan market traders which includes how to weigh and measure, make promises, explain the quality of goods, set prices, bargain, service to buyers, market goods strategies, dexterity, and transaction recording. It can be concluded that 3 out of 5 traders are close to applying principles by Islamic sharia in line with the nature of the Prophet Rasulullah SAW in doing business, including the nature of Siddiq, Amanah, Tabligh, and fathonah.

Keywords: Trader Behavior, Buying and Selling, Islamic Perspective

1. PENDAHULUAN

Islam merupakan agama mayoritas yang dianut oleh penduduk dunia dan yang dalam ajarannya sangat mendorong kemajuan teknologi, termasuk berbagai inovasi dalam perdagangan. Namun demikian, berbagai jenis cara berdagang ini harus dipahami benar dan dikaji kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip syariah muamalah. (Jusmaliani, 2008:182)

Perdagangan dalam Islam sangat menjunjung tinggi aturan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah muamalah. Dengan menerapkan aturan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah maka hasil perdagangan tersebut halal. Sehingga diperlukan kesadaran manusia dan pemahaman tersebut sehingga hasil yang didapatkan menjadi berkah.

Seiring dengan perkembangan zaman, yang ditandai dengan perkembangan ekonomi yang sangat pesat menimbulkan persaingan bisnis semakin tinggi. Dengan persaingan yang begitu tinggi para pelaku bisnis menggunakan segala cara untuk mendapat keuntungan bahkan para pelaku bisnis sering mengabaikan etika dalam menjalankan bisnis. Seperti contoh, masih banyak para pedagang yang melakukan penyimpangan–penyimpangan dalam penjualan dan masalah rawan terjadinya penyimpangan adalah pasar tradisional. (Mardiyah, 2010:02)

Sebagian sektor perdagangan, khususnya di Kota Mataram, dapat dilihat melalui PDRB Kota Mataram. Kategori ini memiliki peranan paling besar dibandingkan kategori lapangan usaha yang lain. Dari tahun 2016- 2019, kontribusinya terhadap perekonomian Kota Mataram lebih dari 20% menjadikan sektor perdagangan sebagai motor penggerak perekonomian di Kota Mataram. (*Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Mataram*)

Pasar Pagutan merupakan salah satu pasar yang ada di kota Mataram tepatnya berada di kelurahan Pagutan, kecamatan Mataram. Pasar Pagutan terletak di jalan banda sraya kelurahan pagutan kota Mataram. Kepemilikannya adalah berada dalam naungan pemerintah Daerah dan pengelolaan pasar diserahkan kepada pengelola pasar. Pedagang yang ada di Pasar Pagutan tahun 2020 berjumlah 282 pedagang. Dengan berbagai jenis jualan antara lain sembako, sayuran, ikan, daging ayam, bumbu, buah, jajan, konveksi, aksesoris, polen, merangken, dan lainnya.

Sebagai seorang muslim dalam melakukan aktivitas jual beli senantiasa meneladani sifat Nabi Muhammad SAW, yaitu *Siddiq*, *Amanah*, *Tabligh* dan *Fathonah*. Hasil observasi yang dilakukan di Pasar Pagutan bahwa pedagang belum sepenuhnya menerapkan perilaku yang

sesuai dengan empat sifat Rasulullah SAW. Pertama *Siddiq*, ditemukan adanya pedagang yang mengurangi timbangan dan takaran barang, tidak menepati janji. kedua sifat *Amanah*, ditemukan pedagang yang tidak menginformasikan kualitas barang. Ketiga sifat *Tabligh*, terdapat pedagang yang tidak memberikan pelayanan yang baik, tidak memberikan rentang waktu pengembalian barang. Keempat sifat *Fathonah*, dimana pedagang tidak melakukan pencatatan transaksi dan tidak adanya strategi dalam memasarkan barang.

Dalam penelitian ini, perilaku pedagang sangat berperan penting dalam proses berjalannya transaksi jual beli. Karena pedagang dan pembeli yang berperan penuh didalamnya Sehingga hal tersebut harus dilandasi dengan etika yang sesuai dengan Ekonomi Islam. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah perilaku pedagang dalam transaksi jual beli sembako di Pasar Pagutan Kota Mataram ditinjau dari Ekonomi Islam?

Transaksi jual beli di pasar tidak terlepas dari perilaku pedagang dan pembeli. Berbagai macam perbedaan perilaku menyebabkan transaksi jual beli tidak berjalan dengan baik. Dalam hal ini, diperlukan pemahaman bagi pedagang dan pembeli yang sesuai dengan syariat Islam. Oleh karena itu, adapun tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah untuk dapat mengetahui dan menganalisis perilaku pedagang dalam transaksi jual beli sembako di Pasar Pagutan Kota Mataram ditinjau dari Ekonomi Islam. Sehingga dengan penelitian dapat membantu bagi pihak pasar maupun pedagang dan pembeli untuk menerapkan dalam transaksi jual beli yang sesuai dengan etika Ekonomi Islam di Pasar pagutan Kota Mataram.

2. KAJIAN PUSTAKA

A. Perilaku

Perilaku manusia pada hakikatnya adalah suatu aktivitas dari pada manusia itu sendiri. Perilaku juga adalah apa yang dikerjakan oleh organisme tersebut, baik dapat diamati secara langsung atau tidak langsung. Dan hal ini berarti bahwa perilaku terjadi apabila ada sesuatu yang diperlukan untuk menimbulkan reaksi yakni yang disebut rangsangan tertentu akan menghasilkan reaksi perilaku tertentu. (Notoatmodjo,2007:114)

B. Pedagang

Menurut Sujatmiko (2014:231) Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang yang tidak diproduksi sendiri untuk memperoleh keuntungan. Atau dalam arti lain pedagang adalah mereka yang melakukan kegiatan perniagaan sebagai pekerjaannya sehari-hari, kegiatan perniagaan pada umumnya adalah kegiatan pembelian barang untuk dijual lagi. (Kensil dan Kansil, 2008:15)

C. Transaksi

Transaksi adalah kejadian ekonomi atau keuangan yang melibatkan paling tidak dua belah pihak (seseorang dengan seseorang atau beberapa orang lainnya) yang saling melakukan pertukaran, melibatkan diri dalam perserikatan usaha, pinjam meminjam dan lain-lain atas dasar suka sama suka maupun atas dasar suatu ketetapan hukum atau syariat yang berlaku. (Wiyono, 2012:12).

D. Jual Beli Islami

Jual beli atau perdagangan dalam istilah *fiqh* disebut *al-ba'i* yang menurut etimologi berarti menjual atau mengganti. Wahbah al-Zuhaily mengartikannya secara bahas dengan "menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain". Kata *al-ba'i* dalam Arab terkadang digunakan untuk pengertian lawannya, yaitu kata *al-syira'* (beli). Dengan demikian, kata *al-ba'i* berarti jual, tetapi sekaligus juga berarti beli (Ghazaly dkk,2010:67)

a. Rukun Jual Beli

Adapun rukun jual beli menurut jumhur ulama ada empat, yaitu (Syafe'i, 2004:76):

1. Penjual (*Ba'i*)
2. Pembeli (*Musytari*)
3. Ijab Qabul (Aqad atau *Shigat*)
4. Barang atau Benda (*Ma'qud 'alaih*)

b. Syarat Sah Jual Beli

Dalam jual beli terdapat tiga macam syarat, yaitu syarat penjual dan pembeli, syarat dalam aqad, dan syarat barang yang diperjualbelikan. (Syafe'i, 2004:77)

E. Sembako

Sembako adalah singkatan dari Sembilan bahan pokok. Istilah sembako sangat akrab di telinga masyarakat Indonesia. Tentu saja karena hal tersebut sangat dekat dengan kebutuhan masyarakat. Secara luas sembako adalah hal yang dibutuhkan manusia dalam kegiatan pemenuhan kebutuhannya atas pangan.

F. Pasar

Pasar merupakan tempat atau keadaan yang mempertemukan antara permintaan (pembeli) atau penawaran (penjual) untuk setiap jenis barang, jasa atau sumber daya. Pembeli meliputi konsumen yang membutuhkan barang dan jasa, sedangkan bagi industri membutuhkan tenaga kerja, modal dan bahan baku produksi baik untuk memproduksi barang maupun jasa. Penjual termasuk juga untuk industri menawarkan hasil produk atau jasa yang diminta oleh pembeli, pekerja menjual tenaga dan keahliannya, pemilik lahan menyewakan atau menjual asetnya. (Karim,2012:06)

G. Etika Bisnis Islam

Dalam melakukan aktivitas Ekonomi, manusia dalam ekonomi Islam mempunyai tanggung jawab moral, tidak menghalalkan segala cara untuk mendap atkan semua itu, bukan sekedar mencari keuntungan semata-mata. Misalnya berlaku curang dalam ukuran, takaran, serta manipulasi kualitas barang (Rais, 2005:43). Seperti yang telah dijelaskan dalam QS. Al-Baqarah: 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ١٦٨

Artinya: Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata. (Kementerian agama RI 2019:25)

Oleh karena itu, Islam mengharuskan manusia untuk hanya mengambil hasil yang halal, dalam berusaha meliputi dari segi materi, halal dari cara perolehannya, serta juga harus halal dalam cara pemanfaatan atau penggunaannya. Banyak manusia yang memperdebatkan mengenai ketentuan halal ini.

Petunjuk Rasulullah SAW tentang etika bisnis ada empat hal yang menjadi kunci sukses dalam mengelola suatu bisnis, keempat hal tersebut merupakan sikap yang sangat penting dan menonjol dari nabi Muhammad SAW, dan sangat dikenal di

kalangan ulama, namun masih jarang diimplementasikan khususnya dalam dunia bisnis sifat-sifat tersebut diantaranya:

a. *Shiddiq (Jujur)*

Dalam menjalankan suatu bisnis pedagang wajib berlaku jujur. Jujur mempunyai arti tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ada fakta, tidak berkhianat, serta tidak pernah ingkar janji dan lain sebagainya (Arifin,2013:153). Penjual yang memiliki integritas yang tinggi berarti ia mampu memenuhi janji-janji yang diucapkannya kepada pelanggan. Ia tidak *over-promised under delivered* terhadap janji-janjinya. Penjual yang memiliki integritas, juga senantiasa berkata dan bertindak jujur terhadap pelanggan. Ia tidak akan memanfaatkan ketidaktahuan pelanggan untuk keuntungan dirinya sendiri.

b. Amanah (Tanggung Jawab)

Nilai dasar amanah adalah terpercaya, bisa memegang amanah, tidak mau nyeleweng, selalu mempertahankan prinsip berdiri diatas kebenaran. Sebagai seorang pedagang harus berlaku jujur dan memperhatikan kehalalan bagi barang yang dijual, baik dari segi kualitas barang yang baik, mutu yang baik dan pantas jika dijual kepada para konsumen. Kualitas suatu barang yang dijual menjadi tanggung jawab oleh semua pedagang. Oleh sebab itu, pedagang harus menjelaskan tentang bagaimana kualitas dan kuantitas barang yang dijual pada para konsumen. (Irawan, 2017:39)

c. *Tabligh (Menyampaikan)*

Tabligh (transparency) adalah wujud pribadi yang mampu berkomunikasi bisnis efektif, selalu mendengar omongan pelanggan dan bahasa komunikasinya bisa dimengerti oleh pelanggan. Mudah dihubungi dan juga mudah untuk dekat siapapun. Ramah tamah, selalu respek terhadap orang lain, mempunyai pertimbangan yang bijak serta bersahabat kepada setiap orang. Sifat *tabligh* dalam bisnis juga menuntut untuk selalu berusaha memahami keinginan pelanggan serta mengetahui kebutuhan pelanggan (Abdullah, 2014:78). Sifat *Tabligh* ini didalam melakukan jual beli diperlukan karena dalam melakukan interaksi dengan pembeli maka penjual harus berbicara dengan sopan sehingga hal tersebut bisa diterima oleh pembeli. Ketika penjual sudah memberikan pelayanan terbaik kepada pembeli maka pembeli akan merespon dengan baik juga dari perilaku yang diterapkan oleh penjual.

d. *Fathanah* (Cerdas)

Nilai dasarnya adalah memiliki pengetahuan yang luas, cekatan, terampil, memiliki strategi yang jitu. Nilai bisnisnya ialah cerdas, menguasai atau luas pengetahuannya mengenai barang dan jasa, selalu belajar, mencari pengetahuan. Dalam hal berdagang, *fathonah* dicerminkan dalam hal administrasi atau manajemen dagang, adalah pedagang harus memiliki strategi untuk memasarkan barang dan mencatat atau membukukan setiap transaksi secara rapi agar tetap bisa menjaga Amanah. (Alma, 2006:57)

Penelitian Terdahulu

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Roihuddin (2018) yang berjudul Analisis Perilaku pedagang Pasar Tradisional Mangkang Semarang dalam Pandangan Etika Bisnis Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku pedagang di pasar tradisional Mangkang Semarang dan untuk mengetahui perilaku pedagang di pasar tradisional Mangkang Semarang dalam pandangan etika bisnis Islam. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa perilaku yang dilakukan oleh pedagang dalam kesehariannya antara lain: penyampaian keadaan barang, penetapan ukuran barang yang dijual, pencatatan transaksi, dan menyikapi penawaran dagangan dengan harga yang rendah. Aspek-aspek tersebut ditinjau berdasarkan etika bisnis Islam dengan menggunakan keempat sifat Rasulullah di dalam melakukan perdagangan yang diantaranya ialah sifat *siddiq*, amanah, *tabligh* dan *fathanah*

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Putri Andani (2020) dengan judul Komunikasi Pedagang dalam Transaksi Jual Beli Sembako di Plaza Bangkinang Menurut Perspektif Ekonomi Syariah. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui komunikasi pedagang dalam transaksi jual beli sembako di Plaza Bangkinang. Selain itu juga, untuk mengetahui perspektif ekonomi Islam terhadap komunikasi pedagang dalam transaksi jual beli sembako. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi pedagang dalam transaksi jual beli sembako di Plaza Bangkinang menurut perspektif ekonomi Islam dapat dikatakan sudah baik. Sebagian besar pedagang sudah menerapkan pondasi perekonomian berdasarkan sifat-sifat yang diajarkan oleh Nabi yaitu *siddiq*, amanah, *fathonah* dan *tabligh*. Meskipun dalam

kenyataannya masih dijumpai adanya pedagang yang tidak memberikan keterangan dengan jelas terkait kondisi dan kualitas barang.

Ketiga, penelitian dari Siti Mina Kusnia (2015) dengan judul Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Ngaliyan Semarang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pertama, pemahaman pedagang di pasar Tradisional Ngaliyan Semarang mengenai etika bisnis Islam disimpulkan bahwa para pedagang tidak mengetahui etika bisnis Islam. Akan tetapi, dalam melaksanakan transaksi jual beli mereka menggunakan aturan yang telah diatur oleh agama Islam. Kedua perilaku pedagang di pasar Tradisional Ngaliyan Semarang telah sesuai dengan etika bisnis Islam yang meliputi atau seimbang dalam menimbang atau menakar dan tidak menyembunyikan cacat, memberikan kebebasan kepada penjual baru dan tidak memaksa pembeli, menepati janji dan bertanggung jawab atas kualitas barang, bersikap ramah tamah dalam melayani dan bermurah hati dengan memberi waktu tenggang pembayaran. Namun, sebagian perilaku pedagang ada yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam seperti tidak menepati janji, tidak bersikap ramah kepada pembeli dan tidak memberikan waktu tenggang pembayaran.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Yonna Ifan Falucky (2017) dengan judul Analisis terhadap Perilaku Pedagang Pasar Tradisional dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi kasus di pasar Ngentrong, Kecamatan Campurdarat Kabupaten Tulungagung). Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku pedagang menurut perspektif etika bisnis Islam di Pasar Tradisional Ngentrong Tulungagung. Hasil penelitian menunjukkan, bahwa dari delapan unsur perilaku pedagang pasar tradisional Ngentrong, yang diantaranya ialah takaran, kualitas produk, keramahan, penepatan janji, pelayanan, empati, persaingan dan pencatatan transaksi ada beberapa pedagang yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam. Namun disini lain juga terdapat perilaku pedagang yang sesuai dengan etika bisnis Islam.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Ihsan (2018) dengan judul Analisis pelaksanaan Penimbangan Sembako dalam Jual Beli Perspektif Ekonomi Islam di Pasar Soppeng Kabupaten Soppeng. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan penimbangan sembako dalam jual beli di pasar soppeng kabupaten soppeng. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa masih banyaknya

pedagang sembako di pasar soppeng yang belum memahami bahkan mengaplikasikannya sesuai dengan ajaran Islam.

Keenam, penelitian yang dilakukan oleh Heri Irawan (2017) dengan judul Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemahaman Etika Bisnis Islam pada Pedagang sembako di pasar Sentral Sinjai yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW dalam berdagang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: mayoritas pedagang sembako yang ada di Pasar Sentral Sinjai telah memahami dan menerapkan etika bisnis Islam seperti yang dicontohkan oleh Rasulullah Saw dalam berdagang. Hal ini dapat dilihat dari indikator pedagang sembako tentang memahami etika bisnis hingga mencapai 19 orang atau 95% dan pedagang sembako melaksanakan sikap kejujuran mencapai hingga 19 orang dari 20 informan atau 95%. Namun masih terdapat pedagang sembako yang kurang paham secara teori dan tidak menerapkan etika bisnis.

Terakhir, penelitian yang dilakukan oleh Dyan Arrum Rahmadani (2017) dengan judul Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Petepamus Makassar Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku pedagang menurut perspektif etika bisnis Islam di pasar Tradisional Petepamus Makassar. Hasil dari penelitian ini adalah para pedagang di pasar tradisional Petepamus Makassar tidak mengetahui etika bisnis Islam, akan tetapi dalam melaksanakan transaksi jual beli mereka menggunakan aturan sesuai dengan etika bisnis Islam, dilihat dari tidak melupakan ibadah shalat wajib, berdo'a dan bersedekah, adil atau seimbang dalam menimbang atau menakar dan tidak menyembunyikan cacat, memberikan kebebasan kepada penjual baru dan tidak memaksa pembeli, menepati janji dan bertanggung jawab atas kualitas barang, bersikap ramah dalam melayani dan bermurah hati.

3. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. dimana langkah kerja untuk mendeskripsikan suatu objek, fenomena, atau setting sosial

tertuang dalam suatu tulisan yang bersifat naratif. Penelitian ini berlokasi di pasar Pagutan Kota Mataram. Dengan jumlah informan sebanyak 10 orang terdiri dari pedagang, pembeli, kepala pasar Pagutan dan Dosen.

Dalam penelitian ini, prosedur pengumpulan data dimulai dari melakukan observasi, untuk mengamati berbagai kegiatan yang dilakukan oleh pedagang dan pembeli dalam melakukan transaksi jual beli di pasar Pagutan. Kemudian melakukan wawancara dengan cara membuat pedoman wawancara yang sesuai dengan permasalahan yang digunakan untuk tanya jawab dengan informan. Dan untuk melengkapi prosedur pengumpulan data tersebut dilakukanlah dokumentasi, baik dokumentasi gambar ataupun dokumentasi berupa dokumen-dokumen tertentu untuk melengkapi data dan informasi. Setelah mendapatkan data, selanjutnya dilakukan analisis data dengan menggunakan tiga tahapan yakni reduksi data, penyajian dan verifikasi menarik kesimpulan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pasar Pagutan merupakan pasar dengan status tipe B ini beralamat di jalan Banda Sraya, Kelurahan Pagutan, Kecamatan Mataram, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat, 83127. Pasar Pagutan merupakan tempat perdagangan berbagai macam jualan yang dibutuhkan oleh masyarakat, di antaranya jenis dagangan berupa tekstil, sarung, pakaian jadi, sandal/sepatu, serta beberapa sembako (ikan, sayur – sayuran, buah – buahan, beras, minyak, gula, telur, tepung) dan barang campuran lainnya. Pasar Pagutan beroperasi setiap hari dimulai dari pukul 05.00 sampai dengan pukul 13.00 WITA.

Dari berbagai macam barang dagangan yang dijual di pasar Pagutan, namun yang paling banyak adalah pedagang yang menjual sembako. Dikarenakan bahan pokok sangat diperlukan bagi masyarakat Pagutan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Sehingga, ingin mengetahui perilaku pedagang sembako dalam melakukan transaksi jual beli ditinjau dari Ekonomi Islam.

Karakteristik Informan

Tabel 4.1

Data Informan Dalam Penelitian di Pasar Pagutan Kota Mataram

No	Nama Informan	Jenis Kelamin	Umur (Tahun)	Pekerjaan	Lama Berdagang (Tahun)	Keterangan	Status
1.	A1	L	34			Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Syariah darul Falah	Informan Ahli
2.	A2	L	45			Kepala Pasar Pagutan Kota Mataram	Informan Ahli
3.	B1	P	48	Pedagang	10	Pedagang sembako	Informan Utama
4.	B2	P	44	Pedagang	12	Pedagang Sembako	Informan Utama
5.	B3	P	55	Pedagang	15	Pedagang Sembako	Informan Utama
6.	B4	P	40	Pedagang	2	Pedagang Sembako	Informan Utama
7.	B5	P	67	Pedagang	40	Pedagang sembako	Informan Utama
8.	C1	P	40	Ibu Rumah Tangga		Pembeli	Informan Tambahan
9.	C2	P	40	Ibu Rumah Tangga		Pembeli	Informan Tambahan
10.	C3	P	34	Ibu Rumah Tangga		Pembeli	Informan Tambahan

Sumber: Data Primer (Hasil Wawancara Peneliti, 2023)

Perilaku Pedagang Dalam Transaksi Jual Beli Sembako di Pasar Pagutan ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam

A. Rukun Jual Beli

Menurut ulama Hanafiyah, rukun jual beli adalah ijab dan qabul yang menunjukkan pertukaran barang secara rida, baik dengan ucapan maupun dengan perbuatan. Di pasar pagutan sendiri, peneliti melihat bahwa dalam proses transaksi jual beli sudah memenuhi rukun yang sesuai dengan mazhab ulama Hanafiyah. Dimana di pasar Pagutan antara pedagang dan pembeli bertemu secara langsung dan melakukan Aqad (ijab & qabul). Seperti yang dikemukakan oleh informan B1 mengenai sikap suka sama suka dalam berdagang.

“Iya, saya dan pembeli sama-sama setuju ketika pembeli membeli barang itu, jika pedagang setuju terus pembelinya tidak setuju jadinya ndak bisa terjadi transaksi jual beli.”

Adapun rukun jual beli menurut jumhur ulama adalah: penjual (ba’i), pembeli (musytari), ijab qabul, dan barang yang diperjualbelikan (ma’qud alaih), dan nilai tukar pengganti barang.

a) Ada orang yang berakad atau *al-muta’aqidain* (penjual dan pembeli)

Dalam melakukan transaksi jual beli di pasar Pagutan, adanya pertemuan langsung oleh pembeli dan penjual. Dimana keduanya langsung bertatap muka dalam melakukan proses transaksi jual beli. Sebagaimana yang dilakukan oleh pedagang yang bernama ibu Hapipah (informan B2) dengan pembeli yang bernama ibu Sriatun (informan C1). Informan C1 langsung membeli barang berupa beras dan tepung kepada informan B2 sebagai pedagang.

b) Ada Sighat (Lafal ijab dan Qabul)

Para ulama fiqh bersepakat bahwa unsur utama jual beli adalah keridhaan kedua belah pihak. Kerelaan kedua belah pihak ini dapat dilihat saat ijab dan qabul berlangsung. Di pasar Pagutan sendiri antara pedagang dan pembeli saling mengucapkan ijab dan qabul atas atas kesepakatan kedua belah pihak. Sebagaimana yang dilakukan oleh pedagang yang bernama ibu Hj. Hanipah (informan B3) ketika melakukan ijab dan qabul dengan pembeli yang bernama ibu Rumni (informan C3).

c) Ada barang yang dibeli

Barang yang dijual harus sudah wujud atau ada, berupa benda yang bernilai atau bermanfaat bagi manusia dan dilindungi oleh hukum syar’i (*mal mutaqqawwam*), milik sendiri dan bisa diserahkan pada saat aqad (*ma’qud ‘alaih*). Seperti yang ada di pasar Pagutan, barang

yang dijual diperlihatkan langsung kepada pembeli dan barang tersebut ada di tempat pedagang tersebut.

d) Adanya nilai tukar barang pengganti

Proses transaksi yang ada di pasar Pagutan menggunakan nilai tukar berupa uang. Sebagaimana yang diungkapkan oleh pedagang yang ada di pasar pagutan mengenai barang yang dijual.

“Dengan transaksi nyata sudah, kalau barangnya sudah ada diperlihatkan kalau mau beli ya sudah kalau ndak mau ya sudah ndak apa apa.....”.

Dari hasil penelitian yang dilakukan di pasar Pagutan, maka dapat disimpulkan bahwa dari 5 pedagang sembako yang ada di pasar Pagutan dalam melakukan transaksi jual beli sudah memenuhi rukun jual beli. Apabila rukun jual beli ini tidak terpenuhi maka transaksi jual beli tidak sah menurut syara’.

B. Syarat-Syarat Jual Beli

Menurut jumhur ulama syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh pedagang dan pembeli. Berikut beberapa syarat-syarat dalam jual beli:

- a) Syarat orang yang berakad yaitu penjual dan pembeli. Sebagaimana yang ada di pasar Pagutan bahwa pedagang dan pembeli berakal sehat dan tidak gila. Sehingga ketika proses transaksi jual beli dapat berlangsung dengan baik. Dan juga sudah mencapai usia aqil baligh. Ini dapat dilihat dari mayoritas usia informan yang ada di pasar Pagutan berusia 30 tahun keatas. Dimana mayoritas pedagang maupun pembeli yang ada di Pasar pagutan adalah ibu rumah tangga.
- b) Syarat barang atau objek jual beli
Barang itu harus ada. seperti pedagang yang ada di pasar Pagutan dalam menjual barang dagangannya sudah jelas ada di pasar dan wujud barang tersebut dapat dilihat langsung oleh pembeli. Berbagai barang kebutuhan pokok seperti beras, gula, tepung, minyak goreng, cabe, bawang, telur dan sebagainya.
- c) Syarat yang berkaitan dengan ijab dan qabul
Dalam pemenuhan syarat ijab dan qabul ini harus dengan pernyataan yang jelas. Sebagaimana pedagang dan pembeli di pasar Pagutan secara langsung menyatakan ijab dan qabul. Antara pedagang dan pembeli menggunakan ucapan secara jelas menyebutkan barang yang ingin dibeli.

- d) Syarat yang berkaitan dengan nilai tukar. Dengan nilai tukar (harga barang) yaitu harga yang disepakati kedua belah pihak harus jelas jumlahnya. Dari hasil penelitian yang dilakukan di Pasar Pagutan, ditemukan bahwa nilai tukar barang berupa uang tunai.

Transaksi jual beli sembako yang ada di pasar Pagutan dari kelima informan sudah memenuhi syarat-syarat dalam jual beli. Sehingga dengan pemenuhan syarat jual beli menjadikan transaksi jual beli yang ada di Pasar Pagutan sudah sah menurut syara'.

Perilaku Pedagang Sembako Sesuai Dengan Empat Sifat Rasulullah SAW

Adapun analisis perilaku pedagang dalam transaksi jual beli sembako di pasar Pagutan ditinjau dari Ekonomi Islam dengan menggunakan keempat sifat Rasulullah SAW dalam melakukan perdagangan diantaranya adalah sifat *Siddiq*, *Amanah*, *Tabligh*, dan *Fathonah*.

1. *Siddiq* (Jujur)

a. Takaran & Timbangan

Menurut hasil penelitian didapatkan bahwa pedagang di Pasar Pagutan memperlihatkan secara langsung kepada pembeli bagaimana cara menimbang dan menakar barang dagangannya. Hal ini dilihat dari pernyataan informan B1 sebagai berikut.

"Harus jujur kita dalam berdagang dan timbangan kita lihatkan kepada pembeli supaya melihat takarannya pas".

Perilaku informan B1 menunjukkan salah satu sikap yang harus dilakukan dalam transaksi jual beli. Dengan memperlihatkan cara menimbang atau menakar akan timbul kepercayaan tersendiri bagi pembeli tersebut. Sehingga dengan selalu bersikap jujur maka akan dicatat oleh Allah SWT sebagai seorang yang jujur.

b. Sumpah Palsu

Jujur itu mengajak manusia untuk terus jujur, yaitu untung. Dalam dunia perdagangan, jujur adalah salah satu kunci untuk penjualan yang laris manis. Menurut hasil wawancara dengan informan B2 mengenai sumpah palsu, apakah para pedagang pernah melakukan sumpah palsu atau tidak.

"Saya ngga pernah sumpah palsu gitu kalau berdagang mba dan kita nggak berani juga".

Dengan demikian, dari hasil wawancara kelima informan dapat disimpulkan bahwa 5 pedagang yang ada di pasar Pagutan tidak pernah melakukan sumpah palsu dalam transaksi jual beli.

c. Penepatan Janji

Seorang pedagang yang ingin dipercaya dan disukai oleh para pelanggannya hendaknya selalu menepati janji-janji yang diucapkannya kepada pelanggan, sehingga pelanggan tidak akan merasa dikhianati dan akan sangat mungkin untuk membeli lagi. Seperti pernyataan oleh informan B1 dalam menjanjikan barang yang dijual.

“Kalau saya sampai saat ini belum pernah, tetapi pembeli ada yang juga melanggar janji dia ngambil beras terus sampai sekarang belum bayar hutangnya”.

Pernyataan informan B1 bahwa pedagang belum pernah menjanjikan barang kepada pembeli akan tetapi berbalik karena pembeli yang melanggar janjinya karena tidak membayar barang tersebut. Sedangkan menurut pernyataan informan B3 menjanjikan barang kepada pembeli dan menepati janjinya tersebut.

“Kalau ada yang saya janjikan barangnya, saya cuma bilang Insha Allah. Kadang-kadang siapa tau nanti ada musibah dirumah jadinya kita nggak berani pastikan buat barangnya datang besok atau ngga”.

Dengan demikian, pedagang yang ada di Pasar Pagutan sudah menepati janjinya dalam menjanjikan barang kepada pembeli. Hal ini juga didukung dari pernyataan informan C1 mengenai penepatan janji pedagang.

“Iya pernah dijanjiiin barangnya ngga ada sekarang dan adanya besok. Terus saya besoknya ke pedagang itu dan barangnya sudah ada disana”.

Pentingnya penerapan sifat *siddiq* (jujur) yang ada dalam diri setiap pedagang. Karena kejujuran akan berdampak pada kepercayaan pembeli kepada pedagang. Sebagaimana dalam Al-Qur'an Surah Al-Maidah ayat 1 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ غَيْرِ مُحَرَّمٍ عَلَيْكُمْ إِذَا طَرَفْتُمْ بِالضَّيِّدِ وَالصَّيِّدِ وَآتَيْتُمْ حُرْمَ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يَخْشَكُم مَّا تُؤْيِدُونَ

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, penuhilah janji-janji! Dihalalkan bagimu hewan ternak, kecuali yang akan disebutkan kepadamu (keharamannya) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang berhram (haji atau umrah). Sesungguhnya Allah menetapkan hukum sesuai dengan yang Dia kehendaki. (Kementerian Agama RI, 2019)

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa 3 dari 5 pedagang di pasar Pagutan telah menepati janjinya kepada pembeli. Namun demikian, terdapat 2 pedagang yang

kadang-kadang masih melanggar janjinya kepada pembeli. Dengan asumsi bahwa mereka terpaksa melanggar perjanjian tersebut karena situasi.

2. Amanah (Dapat dipercaya)

a. Kualitas Barang

Pedagang harus menjelaskan bagaimana kualitas barang yang dijual kepada para pembeli. Berdasarkan hasil penelitian, perilaku pedagang pasar Pagutan sebagai berikut.

“Iya saya jelasin sebelumnya kualitasnya segini dan pembeli melihat langsung juga barangnya dan pembeli yang mau untuk beli barang tersebut jadinya mereka membeli atas kemauan mereka sendiri.”

Dari hasil pernyataan informan B3 diatas bahwa pedagang sembako sudah menjelaskan seperti apa kualitas barang yang dijual kepada pembeli. Sehingga pembeli mengetahui kualitas barang tersebut. Pernyataan informan B3 didukung oleh pernyataan informan C2 dimana informan tersebut sebagai pembeli yang pernah berbelanja di informan B3.

“Iya dikasih tau barangnya kualitas bagus atau kurang bagus. Kalau agus tentunya harganya lebih mahal. Tetapi ada juga pedagang yang tidak jelasin secara langsung dan kita sebagai pembeli harus pintar dalam melihat barang yang akan kita beli apakah dia bagus atau tidak”.

Dapat disimpulkan bahwa 3 dari 5 pedagang yang ada di pasar Pagutan sudah menjelaskan mengenai kualitas barang sembako yang dijual.

b. Penetapan Harga

Pedagang dalam menetapkan harga barang yang dijual melibatkan pemerintah dalam hal ini kepala pasar yang bertindak mengawasi harga barang sembako yang ada di pasar Pagutan. Dari hasil wawancara dengan informan B1 tentang menetapkan harga barang yang sudah diawasi oleh pemerintah.

“Misal kita beli di pasar induknya Rp40.000 per kg dan kita ngambil keuntungan Rp1.000. kita juga ndak enak sama pembeli sama-sama enak lah dan diawasi juga oleh kepala pasar”.

Menurut informan B1 tentang penetapan harga dimana pemerintah turun langsung untuk mengawasi pedagang dalam melakukan penetapan harga barang. Sangat penting dalam berbisnis senantiasa bersikap Amanah sesuai yang dicontohkan Nabi Muhammad SAW

sewaktu beliau menjalankan bisnisnya. Oleh sebab itu alangkah baiknya jika setiap pebisnis, terutama muslim senantiasa mengikuti cara-cara Rasulullah SAW. Sebagaimana firman Allah SWT yang berbunyi

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌ ۗ ۝۳۸

Artinya: Setiap orang bertanggung jawab atas apa yang telah ia lakukan. (QS. Al-Mudatsir :38)

3. *Tabligh* (Menyampaikan)

a. Tawar Menawar

Dalam proses tawar menawar disini tentunya pembeli akan menawar dengan harga yang rendah dari harga yang sudah ditetapkan oleh pedagang. Akan tetapi nantinya harga tersebut ditentukan dari kesepakatan kedua belah pihak. Ini dilihat dari pernyataan informan B1 tentang pembeli yang menawar dengan harga yang rendah dari harga yang diberikan.

“Iya, kita terima kalau ada pembeli yang menawar dengan harga rendah kita harga pembeli itu, tapi kita bilang kalau barangnya tidak bisa ditawar dengan harga rendah menurut pembeli itu”.

Hasil pernyataan informan B1 menunjukkan bahwa barang sembako boleh ditawar dengan harga berapapun akan tetapi harga yang ditentukan sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak. Begitu juga dengan informan lain yang memberikan kebebasan kepada pembeli untuk menawar harga barang sembako. Proses tawar menawar dalam Islam diperbolehkan untuk mencapai kesepakatan harga antara kedua belah pihak. Sebagaimana dijelaskan dalam firman Allah SWT dalam surah An-Nisa ayat 84 sebagai berikut:

فَقَاتِلْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ لَا تُكْفَىٰ إِلَّآ نَفْسَكَ وَخَرَضِ الْمُؤْمِنِينَ ۗ عَسَىٰ اللَّهُ أَن يَهَبَ بِأَسَدٍ كَفَرُوا بِاللَّهِ
أَشَدُّ بَأْسًا وَأَشَدُّ تَنْكِيلًا ۝۱۴

Artinya: Maka, berperanglah engkau (Nabi Muhammad) di jalan Allah. Tidaklah engkau dibebani (tanggung jawab), kecuali (yang terkait) dengan dirimu sendiri. Kobarkanlah (semangat) orang-orang mukmin (untuk berperang). Semoga Allah menolak serangan orang-orang yang kufur itu. Allah sangat dahsyat kekuatan-Nya dan sangat keras siksaan-Nya.

c. Pelayanan kepada Pembeli

Pelayanan kepada pembeli yang ada di Pasar pagutan didukung oleh pernyataan dari informan C1 sebagai seorang pembeli yang merasa puas akan pelayanan pedagang.

“Iya puas karena pedagangnya ramah jadinya kita sebagai pembeli merasa dihargai belanja di tempatnya dan juga saya pasti balik lagi belanja disana karena pelayanannya yang baik”.

Dengan adanya rasa puas dari pembeli membuat pembeli akan balik lagi berbelanja di pedagang tersebut. Sesuai dengan pernyataan informan C1 tentang kepuasan sebagai pembeli ketika belanja di pasar Pagutan.

1. Fathonah (Cerdas)

a. Strategi Memasarkan Barang

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka peneliti mengambil kesimpulan bahwa 3 dari 5 pedagang yang ada di pasar pagutan memasarkan barang dagangannya dengan berbagai cara. Ada yang menawarkan berbagai pilihan barang sembako yang dijual sehingga pembeli tertarik untuk membelinya. Dan ada juga yang menjelaskan dari kualitas barang tersebut agar mempermudah bagi pembeli untuk mengetahui kualitas barang yang diinginkan.

“Iya kalau ada yang datang pembeli beli beras terus saya langsung tawarin juga barang yang lain seperti gula, minyak gitu biar pembelinya tertarik dari yang sebelumnya ndak mau beli jadi kepingin gitu beli sembako”.

b. Cekatan

Pedagang yang ada di pasar Pagutan cekatan dalam hal mempercepat barang dagangan yang laku untuk dijual. Seperti dengan keringanan yaitu memberikan kas bon atau boleh berhutang ketika membeli barang. Hal ini salah satu bentuk agar barang dagangan cepat laku dan pembeli juga akan tertarik untuk balik lagi berbelanja di pedagang tersebut.

“.....kebetulan saya pernah berhutang juga di tempat pedagang langganan saya belanja. Dan biasanya ditulis langsung oleh pedagangnya barang apa saja yang dibeli dan total hutang supaya sama-sama saling percaya”.

Dari pemaparan informan C3 bahwa pedagang membolehkan pembeli yang dipercaya atau sudah menjadi langganan untuk berhutang. Dan juga ada yang kurang ketika membayar dan pedagang memberikan keringanan untuk bisa bayar kekurangannya pada esok harinya.

c. Pencatatan Transaksi

Selain dari pedagang yang memberikan keringanan berupa kasbon kepada pembeli, pedagang memerlukan pencatatan dalam setiap transaksi jual beli yang dilakukan. Terlebih lagi pencatatan adanya hutang sangat penting dicatat sebagai bukti nantinya kepada pembeli.

“Ndak ada mba, kita transaksi langsung saja dan tidak ditulis di buku, biasanya kalau ada yang ngutang baru ditulis”.

Dari pemaparan pedagang tersebut bahwa 2 dari 5 pedagang yang memiliki pencatatan transaksi dan 3 pedagang tidak memiliki pencatatan secara lengkap hanya menulis hutang dari pembeli. Transaksi jual beli yang ada di pasar Pagutan dalam menerapkan sifat Fathonah yaitu melakukan pencatatan transaksi belum sepenuhnya dilakukan. Seperti yang terdapat dalam Al-Qur’an surah Al-Baqarah ayat 282 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ..... ٢٨٢

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, apabila kamu berhutang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu mencatatnya”. (Kementerian Agama RI, 2019)

Dari penelitian yang telah dilakukan di pasar Pagutan dapat disimpulkan bahwa penerapan perilaku pedagang yang sesuai dengan syariat Ekonomi Islam sudah mendekati keseluruhan dari 4 sifat Rasulullah SAW yang dirincikan dalam hal ini:

1. Siddiq (Jujur)

Dalam penerapan sifat *siddiq* di pasar Pagutan sudah mendekati dimana 3 dari 5 pedagang diantara beberapa prinsip yang sesuai dengan syariat Islam. Dalam hal menyempurnakan barang timbangan, tidak pernah melakukan sumpah palsu dan penepatan janji kepada pembeli. Akan tetapi, walaupun demikian masih ada juga ditemukan 1 atau 2 pedagang yang belum menerapkan sepenuhnya dikarenakan beberapa faktor yaitu takaran dan timbangan yang kurang dan melanggar janji kepada pembeli.

2. Amanah (Dapat dipercaya)

Dari penelitian yang telah dilakukan bahwa perilaku pedagang dalam menerapkan prinsip yang sesuai dengan syariat Islam dilihat dari sifat Amanah bahwa terdapat 3 dari 5 pedagang sudah mendekati dalam menerapkan sifat Amanah seperti dalam hal menjelaskan keadaan barang baik kualitas maupun kuantitas. Dan juga dalam hal penetapan harga dimana 5 pedagang sudah menerapkan prinsip sesuai dengan syariat Islam mengikuti harga barang yang berlaku di pasar yang diawasi oleh pemerintah dalam hal ini kepala pasar Pagutan.

3. *Tabligh* (Menyampaikan)

Hasil penelitian yang telah dilakukan maka disimpulkan bahwa penerapan sifat *Tabligh* di pasar Pagutan sudah mendekati dengan prinsip yang sesuai dengan syariat Islam. Dirincikan sifat *tabligh* tersebut 5 pedagang dalam hal kebebasan tawar menawar yang diberikan pedagang kepada pembeli dan 4 dari 5 pedagang melakukan pelayanan yang baik seperti murah hati, ramah, dalam hal tanggung jawab memberikan kantong plastik untuk membungkus barang yang dibeli. Akan tetapi ada 1 dari 5 pedagang yang belum sepenuhnya menerapkan prinsip sesuai syariat Islam dikarenakan pedagang tersebut kurang dalam hal melayani ketika pedagang tidak memberikan kantong plastik kepada pembeli padahal pembeli membutuhkan kantong plastic untuk membungkus gula, dan tepung yang dibelinya.

4. *Fathonah* (Cerdas)

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan di pasar Pagutan dapat disimpulkan bahwa perilaku pedagang sudah mendekati dari sifat *fathonah* (cerdas) yang sesuai dengan prinsip syariah Ekonomi Islam dilihat dari strategi memasarkan barang dimana 3 dari 5 pedagang menggunakan strategi dalam memasarkan barang dagangannya, kemudian 4 dari 5 pedagang yang cekatan dan 2 dari 5 pedagang sudah melakukan pencatatan transaksi dalam berdagang. Walaupun demikian ada beberapa pedagang yang belum menerapkan sepenuhnya sifat *Fathonah* dalam transaksi jual beli salah satunya ada 2 pedagang yang tidak menawarkan barang kepada pembeli, ada 1 pedagang yang tidak cekatan dalam berdagang karena pengalaman yang pernah dilalui dimana pembeli tidak membayar hutangnya. Kemudian terdapat 3 pedagang yang tidak melakukan pencatatan transaksi dikarenakan faktor pendidikan yang masih rendah dan rata-rata tamatan Sd sehingga mereka tidak bisa baca tulis.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan mengenai perilaku pedagang di pasar Pagutan dalam transaksi jual beli sesuai dengan Ekonomi Islam sebagai berikut:

1. Hasil penelitian yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa perilaku yang dilakukan oleh 5 pedagang sembako di pasar Pagutan sudah memenuhi Rukun dan Syarat-syarat dalam transaksi jual beli sesuai dengan syariat Islam.
2. Dari Perilaku pedagang sembako di pasar Pagutan telah sesuai dengan Ekonomi Islam yakni:
 - a. *Siddiq*, 3 dari 5 pedagang sembako di pasar Pagutan sudah benar dalam menyempurnakan takaran dan timbangan dan jujur, 5 pedagang tidak pernah melakukan perbuatan sumpah palsu, serta 3 dari 5 pedagang telah menepati janjinya.
 - b. *Amanah*, disimpulkan bahwa 3 dari 5 pedagang sudah menjelaskan kualitas barang, dan kelima pedagang sudah menetapkan harga barang sesuai dengan harga yang berlaku di pasar yang diawasi oleh kepala pasar Pagutan.
 - c. *Tabligh*, terdapat 5 pedagang di pasar Pagutan memberikan kebebasan tawar menawar kepada pembeli dan bersedia apabila mengganti barang, dan 4 dari 5 pedagang memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli.
 - d. *Fathonah*, 3 dari 5 pedagang yang ada di pasar Pagutan sudah membuat strategi dalam memasarkan barang, selain itu, 4 dari 5 pedagang cekatan dalam berdagang dan 2 dari 5 pedagang memiliki pencatatan transaksi.

Adapun saran-saran yang dapat disampaikan peneliti sebagai berikut:

1. Bagi pedagang di Pasar Pagutan diharapkan dalam berdagang yang dijalankan setiap hari tetap memegang teguh nilai-nilai atau aturan yang telah ditetapkan oleh syari'at Islam.
2. Sebaiknya perilaku pedagang dalam berdagang selalu berpegang teguh pada etika bisnis islam dalam kondisi apapun.
3. Studi yang dilakukan oleh peneliti masih ada keterbatasan maka diharapkan penelitian ini bisa dilanjutkan oleh peneliti yang lain dengan objek atau sudut

pandang yang berbeda sehingga dapat menambah pengetahuan keilmuan dibidang Ilmu Pengetahuan terkait Ekonomi Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Bara. 2016. *Analisis Pengaruh Perilaku Pedagang Terhadap Inflasi*. Academia vol. 5 no. 02 Hal 248
- Alma, Buchari. 2006. *Manajemen Bisnis Syariah*. Alfabeta. Bandung
- Andani, Putri. 2020. *Komunikasi Pedagang dalam Transaksi Jual Beli Sembako di Plaza Bangkinang menurut Perspektif Ekonomi Syariah*. Jurnal telah dipublikasikan. Diakses pada 27 Desember 2020
- Arifin, Johan. 2009. *Etika Bisnis Islam*. Walisongo press. Semarang. Hal 154
- Badroen, Faisal dkk. 2006. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Prenadamedia Group. Jakarta.
- Bungin, Burhan. 2015. *Penelitian Kualitatif Edisi Kedua*. Prenada Media Group. Jakarta
- C.S.T. Kansil dan Christine S.T. Kansil. 2008. *Pokok-Pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika, hal:15.
- Djakfar Muhammad. 2012. *Etika Bisnis*. Penebar Plus. Jakarta.
- Falucky, Yonna Ifan. 2017. *Analisis terhadap Perilaku Pedagang Pasar Tradisional dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*. Jurnal telah dipublikasikan. Diakses pada tanggal 27 Desember 2020.
- Fauzia, Ika Yunia & Abdul Kadir Riyadi. 2014. *Prinsip Dasar EKONOMI ISLAM Perspektif Maqashid Al-syariah*. Jakarta.
- Fordebi, Adesy. 2016. *Ekonomi dan Bisnis Islam*. (Jakarta: Rajawali Pers, hal: 135).
- Fuady, Munir. 2013. *Pengantar Hukum Bisnis*. Citra Aditya Bakti. Bandung.
- Ghazaly. 2010. *Fiqih Muamalat*. Kencana. Jakarta.
- Heryana, Ade. 2016. *Informan dan Pemilihan Informan Pada Penelitian Kualitatif*.
- Ihsan, Muhammad. 2018. *Analisis pelaksanaan Penimbangan Sembako dalam Jual beli Perspektif ekonomi Islam di Pasar Soppeng Kabupaten Soppeng*. UIN Alauddin Makassar
- Irawan, Heri. 2017. *Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Binjai*. UIN Alauddin Makassar.

- Johan Arifin. 2013. *Etika Bisnis Islami*. Walisongo Press. Semarang. Hal 154
- Jusmaliani. 2008. *Bisnis Berbasis Syariah*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Kasmir. 2013. *Kewirausahaan*. Rajagrafindo Persada. Jakarta.
- Kusnia, Siti Mina. 2015. *Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Ngaliyan Semarang dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Jurnal dipublikasikan. Diakses pada tanggal 02 Oktober 2021
- Mardani. 2014. *Hukum Bisnis Syariah*. Prenamedia Group. Jakarta
- Mardiyah, Ema & Asep Suryanto. 2010. *Analisis Penerapan Etika Bisnis Syariah di Pasar Tradisional Singaparna Kabupaten Tasikmalaya*. Universitas Tasikmalaya.
- Muhammad. 2004. *Etika Bisnis Islam*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Mujahidin Akhmad. 2005. *Analisis Terhadap Aspek Moral Pelaku Pasar*. Jurnal Hukum Islam.
- Nafiah, Riski Umi. 2017. *Perilaku Pedagang Pakaian Bandung Tulungagung Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*. Institut Agama Islam Negeri Bandung. Jurnal dipublikasikan. Diakses pada 30 September 2020
- Nasution, Mustafa Edwin dkk. 2006. *Pengenalan Eksklusif : Ekonomi Islam*. Kencana. Jakarta
- Nejatullah Siddiqi, Muhammad. 1996. *Kegiatan Ekonomi Dalam Islam*. Bumi Aksara. Jakarta. Hal 05
- Notoadmodjo, Soekidjo. 2007. *Promosi Ilmu Kesehatan dan Perilaku*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Octaviani, Ulfah. 2018. *Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktek Jual Beli (Studi Kasus Pada Pedagang Pasar Pagi di Desa Sumber Sari Bantul Kecamatan Metro Selatan)*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro. Jurnal dipublikasikan. Diakses pada tanggal 23 September 2020
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta
- Putra, Purnama & Tjiptohadi Sawarjuwono. 2020. *Perilaku Pedagang Pasar Tradisional dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*. Jurnal diPublikasikan. Diakses pada tanggal 10 Desember 2020
- Qardhawi, Yusuf. 1997. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema.

- Rahmadani, Dyan Arrum. 2017. *Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Petepamus Makassar Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*. Universitas Islam Alauddin Makassar. Jurnal dipublikasikan. Diakses pada 24 September 2021
- Roihuddin, Ahmad. 2018. *Analisis Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Mangkang Semarang dalam Pandangan Etika Bisnis Islam*. Jurnal telah dipublikasikan. Diakses pada 27 Desember 2020.
- Rusdiana, Nana. 2016. *Etika Bisnis Pedagang Ikan Di Pasar Besar Kota Palangka Raya Perspektif Ekonomi Islam*. Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya. Jurnal dipublikasikan. Diakses pada 23 september 2021
- Rusman, Muansar. 2019. *Pengaruh penerapan Etika Bisnis islam Terhadap Perilaku Pedagang (Studi Kasus Pasar Tradisional Andy Tadda Kota Palopo)*. Jurnal dipublikasikan. . Diakses pada tanggal 02 Oktober 2021
- Satori, Djam'an & Aan Komariah. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Alfabeta. Bandung
- Shobirin. 2015. *Jurnal Bisnis & Manajemen Islam: Jual beli Dalam Pandangan Islam*.
- Sugiyono. 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta. Bandung
- _____. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta. Bandung.
- Sujatmiko, Eko. 2014. *Ekonomi Kamus IPS. Aksara Sinergi Media*. Surakarta.
- Suwiknyo. 2010. *Ayat-Ayat Ekonomi Islam*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Wiku Suryomurti. 2011. *Super cerdas Investasi Syariah*. PT Agro Media Pratama. Jakarta
- Wiyono, Slamet. 2005. *Akuntansi Syariah di Indonesia*. Mitra Wacana Media. Jakarta
- Adamiya, Silmi. 2019. *Hukum Bersumpah palsu Demi melariskan Barang Dagangan*.
[Hukum Bersumpah Palsu Demi Melariskan Barang Dagangan | Bincang Syariah](#).
 Diakses pada tanggal 30 Desember 2023
- Ardraviz, *Pengertian, Fungsi, dan Jenis Pasar*, <https://arda.biz/ekonomi/ekonomi-mikro/pengertian-fungsi-jenis-pasar/html>. Diakses pada tanggal 02 Oktober 2020
- Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Mataram. 2020. *Statistik Kota Mataram Tahun 2020*. <https://mataramkota.bps.go.id/publication.html?Publikasi%5BtahunJudul%5D=&Publikasi%5BkataKunci%5D+=kecamatan+mataram+&Publikasi%5BcekJudul%5D=0&yt0=Tampilkan>. Diakses pada tanggal 10 Desember 2020

-
- Elizabeth, Andini. 2013. *Pasar Tradisional dan Pasar Modern*
<https://andinelizabeth.wordpress.com/pasar-tradisional-dan-pasar-modern>
- Huda, Ni'amul. *Definisi Pedagang*. 2015. Pengertian Pedagang.
<http://www.pengertianpengertian.com/2015/06/pengertian-pedagang.html> ,
diakses pada tanggal 02 Oktober 2020
- Jahja, Adi Susilo. 2017. *Subjek, Responden, Informan dan Partisipan*.
<https://dosen.perbanas.id/subjek-responden-informan-dan-partisipan> diakses pada 09 Desember 2020
- Muslim Al-Atsari, Abu Ishaq. 2020. *Kejujuran dalam Jual Beli*.
<https://asysyariah.com/kejujuran-dalam-jual-beli/>