

Bisnis Komoditas Pertanian Dalam Perspektif Etika Bisnis (Studi Pada Penjual dan Pembeli di Pasar Kembang Surabaya)

Aulia Bagus Pandu Baskoro, Syarif Imam Hidayat, Risqi Firdaus Setiawan
Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Correspondence author email : syarifimamhidayat@upnjatim.ac.id

Abstrak

Pasar Tradisional merupakan tempat interaksi secara langsung antara pelaku usaha atau penjual dan pembeli, karena tingginya intensitas interaksi yang terjadi di pasar tradisional, dapat memungkingkan tingginya peluang kecurangan oleh pelaku usaha atau penjual. Penyebabnya adalah karena belum ada patokan harga, volume yang sesuai dengan standar yang ada. Jadi masih banyak pelaku usaha atau penjual yang memakai alat ukur sederhana untuk menentukan patokan harga tanpa diketahui keakuratannya. Tujuan riset ini untuk mengidentifikasi dan mengamati perilaku penjual dan pembeli komoditas pertanian dalam persepektif etika bisnis di pasar Kembang Surabaya. Metode analisis data menggunakan deskriptif kualitatif. Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa dari segi penjual semakin tinggi ilmu agama akan semakin dia enggan untuk berbuat kecurangan. Dan juga adanya dorongan dari para leluhur atau pendahulu yang membuat para penjual akan menjalan kan apa yang sudah di percayai dari dulu oleh para orang tua terdahulunya , dan takut dengan adanya ancaman dari pihak pihak terkait jika melakukan kecurangan . Dan dapat disimpulkan dari segi pembeli adalah hubungan antara penjual dan pembeli dapat mempengaruhi kepercayaan antara keduanya, jika hubungan keduanya sudah terjalin lama maka tingkat kepercayaan akan semakin tinggi begitu pula sebaliknya jika hubungan yang terjalin masih baru akan timbul kecurigaan. Dan juga pembeli dapat dipengaruhi oleh factor kebudayaan contohnya kebiasaan dari keluarganya atau apa yang sering dilihat.

Kata Kunci: Penjual, Pembeli, Perilaku, Etika Bisnis

Abstract

The traditional market is a place of direct interaction between business actors or sellers and buyers. Due to the high intensity of interactions in traditional markets, there is a possibility of high opportunities for fraud by business actors or sellers. The cause is because there is no price benchmark yet, and the volume may not conform to existing standards. Therefore, many business actors or sellers still use simple measuring tools to determine price benchmarks without knowing their accuracy. The purpose of this research is to identify and observe the behavior of sellers and buyers of agricultural commodities from a business ethics perspective in the Kembang Surabaya market. The data analysis method used is qualitative descriptive analysis. From the results above, it can be concluded that sellers with higher religious knowledge are less inclined to commit fraud. There is also encouragement from ancestors or predecessorsthat compels sellers to uphold long-standing beliefs from their ancestors, and fear of threats from relevant parties if fraud is committed. From the buyer's perspective, the relationship between sellers and buyers can affect their trust in each other; if their relationship is longstanding, trust levels will be higher, whereas new relationships may lead to suspicion. Buyers can also be influenced by cultural factors, such as family habits or what they commonly observe.

Keywords: Sellers, Buyers, Behavior, Business Ethics

PENDAHULUAN

Kegiatan jual beli merupakan salah satu kebutuhan masyarakat sebagai sarana dan prasarana dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Salah satu sarana tempat jual beli itu adalah pasar, dalam lingkungan pemasaran dapat berubah dan serba tidak pasti serta memberikan peluang dan ancaman dan segala jenis persaingan antara semua pedagang yang ada didalam pasar. Dengan adanya persaingan usaha ini sangat diperlukan bagi semua pelaku usaha perdagangan dalam peningkatan sebuah usaha itu sendiri serta untuk menjaga eksistensi dalam membangun sebuah usaha. Dalam hal ini para pelaku usaha dituntut untuk lebih memutar otak dari segi strategi pemasaran supaya usahanya terus berkembang dan tetap berjalan sehingga produknya laris dilapangan. Serta sebagai titik acuan sebuah usaha itu sendiri dan menjadi tolak ukur bagi pelaku usaha tersebut sudah lebih baik dari pesaing usaha lainnya. Namun demikian dalam melakukan sebuah persaingan usaha seorang pelaku usaha tetap memperhatikan persaingan usaha yang sehat dengan melakukan nilai-nilai moral dalam setiap aktivitas perdagangan agar tidak ada pihak lain yang dirugikan. Seiring dengan 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 yang rawan terjadinya penyimpangan adalah pasar tradisional.

Pasar Tradisional merupakan tempat interaksi secara langsung antara pelaku usaha atau penjual dan pembeli, karena tingginya intensitas interaksi yang terjadi di pasar tradisional, dapat memungkingkan tingginya peluang kecurangan oleh pelaku usaha atau penjual. Penyebabnya adalah karena belum ada patokan harga, volume yang sesuai dengan standar yang ada. Jadi masih banyak pelaku usaha atau penjual yang memakai alat ukur

sederhana untuk menentukan patokan harga tanpa diketahui keakuratannya. Alat ukur sederhana yang biasa digunakan di pasar tradisional adalah timbangan manual. Timbangan dan alat takar adalah jenis alat pengukur barang yang paling umum dalam perdagangan jual beli di pasar tradisional. Timbangan tersebut berfungsi sebagai mengukur suatu berat massa yang dinyatakan dalam satuan kilogram. Timbangan yang banyak dipakai pedagang tradisional umumnya timbangan meja. Timbangan meja ini dalam penggunaannya membutuhkan bantuan operator, timbangan ini termasuk timbangan yang wajib ditera ulang, karena digunakan dalam kegiatan perdagangan terutama dipasar tradisional dan juga untuk mengurangi kecurangan-kecurangan pedagang.

Perilaku menyimpang ditemukan di pasar tradisional antara lain pengurangan takaran dari timbangan, pengoplosan barang kualitas bagus dengan yang buruk dan lain sebagainya. Sehingga kecurangan-kecurangan tersebut membuat para calon pembeli merasa tidak nyaman untuk datang ke pasar tradisional. Pembeli atau konsumen seharusnya menerima barang dalam kondisi baik dan dengan harga yang wajar, pembeli juga harus diberitahu oleh pedagang apabila terdapat kekurangan-kekurangan pada suatu barang yang dijual. Dikarenakan kelengkapan suatu informasi merupakan daya tarik tersendiri karena kelebihan suatu barang atau produk menjadi faktor yang sangat menentukan bagi pembeli atau konsumen untuk menentukan pilihannya, oleh karena itu informasi merupakan hal pokok yang dibutuhkan setiap konsumen. Kejujuran dalam memberikan informasi sangat diperlukan oleh pembeli atau konsumen (Ema 2010)

Dengan ini dapat diartikan bahwa etika bisnis sangat diperlukan dalam menjalankan kegiatan usaha bisnis yang mengingat fakta yang terjadi saat ini adalah aktivitas perdagangan lambat laun memburuk dikarenakan campur tangan oleh pihak yang tidak beretika dan moral yang baik dalam menjalankan bisnis. Bisnis tidak lagi dijalankan dengan cara yang jujur dan adil. Hal ini dapat dibuktikan bahwa ada pedagang

yang menghalalkan berbagai cara untuk menuai keuntungan pribadi tanpa peduli dengan hal yang dapat merugikan orang lain. Seperti contohnya yang terjadi dalam jual beli atau perdagangan, tidak sedikit pedagang yang mengelabui para pembeli, bahkan terkadang ada pedagang yang mendapat keuntungan diluar batas. Hal ini terbukti bahwa masih banyak pedagang yang belum menerapkan etika bisnis secara baik.

Etika bisnis berfungsi sebagai pengatur terhadap aktifitas ekonomi, karena secara filosofi etika mendasarkan diri pada nalar ilmu dan agama untuk menilai. Jadi etika diartikan sebagai suatu perbuatan standar (standar of conduct) yang memimpin individu. Etika adalah suatu studi mengenai perbuatan yang sah dan benar dan pilihan moral yang dilakukan oleh seseorang. Dengan kata lain, maka prinsip pengetahuan akan etika bisnis mutlak harus dimiliki oleh setiap individu yang melakukan kegiatan ekonomi baik itu seorang pebisnis atau pedagang yang melakukan aktivitas ekonomi (Johan. 2013) Terutama para pedagang di pasar tradisional yang melakukan transaksi jual beli. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis peran PD pasar dalam membina penjual dan pembeli dalam transakai di pasar dan mengidentifikasi perilaku-perilaku penjual dan pembeli di pasar tradisional.

Salah satunya yang ada di Pasar Kembang Surabaya, banyaknya pedagang yang masih menggunakan timbangan manual atau timbangan meja yang kekakuratannya masih diragukan dan belum diketahui apakah timbangan tersebut sudah memenuhi standard dan etika yang baik dan benar. Dengan ini saya memilih judul "Bisnis Komoditi Pertanian dalam Perspektif Etika Bisnis (studi kasus penjual dan pembeli di pasar kembang Surabaya).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di salah satu pasar tradisional yang ada di Kota Surabaya, yakni di pasar Kembang yang berlokasi di Kelurahan Wonorejo Kecamatan Tegalsari Kota Surabaya Provinsi Jawa Timur. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Oktober – November tahun 2023.

Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (purposive) dengan pertimbangan diduga adanya kecurangan timbangan pada penjual beras, telur, dan minyak goreng.

Sampel pada penelitian kualitatif disebut informan atau subjek penelitian, yaitu orang-orang yang dipilih untuk diwawancarai atau diobservasi sesuai tujuan penelitian. Informan yang diwawancara terdapat 10 orang yaitu 3 penjual dan 7 pembeli. Informan yang dijadikan subjek penelitian memiliki 3 kriteria yaitu 1) Masyarakat di Kota Surabaya. 2) Penjual produk beras, telur dan minyak goreng di Pasar Kembang Surabaya. 3) pembeli produk beras, telur dan minyak goreng di Pasar Kembang Surabaya.

Pengumpulan data primer dilakukan dengan memberikan wawancara kepada 3 penjual dan 7 pembeli beras, telur dan minyak goreng. Dengan jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara secara mendalam atau *In Depth Interview*.

Penelitian ini, menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan kuesioner. Metode deskriptif kualitatif yaitu pengamatan, wawancara atau penelaah dokumen. Moleong dalam Krisnahadi (2020) menyatakan bahwa untuk mendapatkan keabsahan data dari penelitian kualitatif, maka diperlukan teknik Pemeriksaan. Teknik tersebut terdiri dari beberapa kriteria, yaitu sebagai berikut : 1) Derajat Kepercayaan (*Credibility*), 2) Keteralihan (*Transferbility*), 3) Kebergantungan (*dependability*), 4) Kepastian (*Confirmability*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Perilaku Penjual di Pasar Kembang Surabaya

Setiap orang pasti memiliki perilaku yang berbeda-beda tergantung dari sifat/watak dan keadaan lingkungan seseorang. Begitu juga dengan para pedagang pasar, mereka pasti memiliki perilaku yang berbeda-beda dalam melakukan kegiatan perdagangan. Dari hasil penelitian yang telah peneliti lakukan di pasar Kembang Surabaya ini, ada 5 aspek yang dapat mempengaruhi perilaku pedagang yang diantaranya adalah dalam hal

takaran/timbangan, kualitas produk, keramahan, pelayanan, penepatan janji, dan persaingan sesama bisnis, berikut perilaku yang sering dilakukan oleh para pedagang di pasar Kembang Surabaya, yaitu:

a) Takaran Timbangan

Dari hasil wawancara dari 3 orang penjual sembako di Pasar Kembang Surabaya, peneliti memperoleh hasil sebagai berikut: Penjual bernama Ningsih memberikan jawaban "Saya kalau nimbang ya sesuai takaran atau timbangan, sudah ada ukurannya. tidak berani saya kalo mengurangi timbangan, selain itu kan pembeli pasti tahu. Tapi kalau dipasar itu hal yang wajar menggunakan anak timbangan pengganti, dipasar mana saja juga pasti ada." ibu Ningsih tidak pernah mengurangi timbangannya, menimbanginya beras telur dan minyak juga langsung didepan pembeli, lebih baik harga agak naik karena kalau harga sifatnya hanya sementara. Akan tetapi anak timbangan dari ibu Ningsih menggunakan anak timbangan pengganti dikarenakan mudah hilangnya anak timbangan yang berukuran $\frac{1}{2}$ ons, beliau juga seorang pelupa tetapi itu hal yang wajar menurut ibu Ningsih dikarenakan di pasar mana saja pasti ada yang seperti itu.

Penjual bernama Suhartini memberikan jawaban "Kalau menakar ya sesuai takaran tidak saya lebihkan dan tidak saya kurang-kurangkan itu timbangan, disini juga kan setiap 1 tahun sekali di ukur ulang timbangannya sama pemerintah.". beliau menakar timbangan sesuai dengan takaran dan tidak dikurangkan maupun di lebihkan dan juga ada pemeriksaan rutin setiap setahun sekali timbangan akan di takar ulang oleh pemertintah. pandangan ibu Suhartini mengenai pentingnya kejujuran dan akurasi dalam menakar dan menimbang barang dagangannya. Penjual bernama Herman memberikan penjelasan "Saya menimbang dagangan saya sesuai dengan yang pembeli beli, bahkan ada yang saya lebihkan biasanya yang saya lebihkan itu nimbang telur, kan telur berbeda beda ukurannya kadang pembeli beli 1 Kg biasanya keberatan di telurnya soalnya ada yang besar dan kecil."

b) Kualitas Produk

Dari hasil pengamatan yang telah peneliti lakukan, peneliti memperoleh fakta bahwa 3 penjual di pasar Kembang Surabaya ini sangat memperhatikan akan kualitas produk yang mereka jual. Mereka berpendapat bahwa kualitas suatu barang atau produk merupakan hal yang utama bagi para pembeli. Dengan barang berkualitas baik, maka akan memuaskan para pembeli, sehingga memungkinkan pembeli untuk kembali lagi.

Ibu Ningsih memberikan jawaban "Untuk kualitas barang atau produk tentunya saya selalu mengusahakan terbaik, kan kalau barang yang baik pelanggan atau pembeli akan senang dan puas, jika puas maka secara tidak langsung pembeli akan kembali lagi". Menurut pandangan ibu Ningsih mengenai pentingnya menjaga kualitas barang atau produk dalam bisnis. Ia berusaha selalu memberikan yang terbaik untuk produknya, karena ia percaya bahwa barang yang berkualitas tinggi akan membuat pelanggan senang dan puas. Kepuasan pelanggan ini diharapkan akan mendorong mereka untuk kembali berbelanja di tempatnya. Dengan demikian, menjaga kualitas produk tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga membangun loyalitas pelanggan dan mempertahankan hubungan jangka panjang dengan mereka.

Penjual bernama Suhartini memberikan jawaban "Kualitas barang penting setelah harga jika pembelinya untuk konsumsi sendiri atau ibu rumah tangga, biasanya yang di cari itu kualitas barang atau produk, jika pembelinya itu untuk di jual lagi biasanya kualitas barang itu disertai harga yang murah." Menurut pandangan ibu Suhartini tentang preferensi pembeli terkait kualitas dan harga barang. Menurutnya, untuk pembeli yang membeli barang untuk konsumsi pribadi, seperti ibu rumah tangga, kualitas produk menjadi prioritas utama setelah harga. Mereka cenderung mencari produk berkualitas tinggi untuk dikonsumsi sendiri. Namun, untuk pembeli yang membeli barang untuk dijual kembali, selain kualitas, harga yang murah juga menjadi pertimbangan penting.

Bapak Herman memberikan jawaban “kalau masalah kualitas barang saya selalu jelaskan kepada pembeli , misal ini beras dengan kualitas terbaik, ini yang lumayan, dan ini yang buruk, jadi biarkan mereka (pembeli) yang memilih sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.” Kalau pernyataan dari bapak Herman, pandangan pak Herman mengenai pendekatannya dalam berjualan terkait dengan kualitas barang. Ia menjelaskan bahwa ia selalu memberikan informasi yang jelas kepada pembeli tentang kualitas barang yang dijualnya. Misalnya, ia akan memberitahukan mana beras dengan kualitas terbaik, kualitas sedang, dan kualitas yang lebih rendah. Dengan memberikan informasi yang transparan seperti ini, pak Herman memberikan kebebasan kepada pembeli untuk memilih barang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka.

c) Penepatan Janji

Dalam hal penepatan janji pasti setiap pedagang memiliki sikap yang berbeda-beda, seperti yang dilakukan oleh beberapa pedagang di pasar Kembang Surabaya sebagai berikut:

Ibu Ningsih menjawab “Ya pasti , kalau dalam hal menepatin janji saya selalu menepatinya, jika ada pembeli yang memesan dan sudah membayar duluan itu pasti barang nya sudah saya siapkan dan tidak saya jual kepada pembeli lain.”. Dari pernyataan ibu Ningsih, komitmen ibu Ningsih terhadap kejujuran dan tanggung jawab dalam menjalankan usahanya. Ia menegaskan bahwa selalu menepati janji kepada pembeli. Jika ada pembeli yang memesan barang dan telah membayar di muka, Ningsih memastikan barang tersebut sudah disiapkan dan tidak dijual kepada pembeli lain.

Penjual bernama Suhartini memberikan jawaban “Janji harus di tepatin apalagi janji dengan pembeli itu harus di tepatin karena kepuasan pembeli atau kepuasan pelanggan itu no 1 , biar pembeli kembali lagi beli barang ke saya maka pembeli harus puas dengan saya.”. pandangan ibu Suhartini tentang pentingnya menepati janji, terutama kepada pembeli. Ia menekankan bahwa memenuhi janji kepada

pembeli sangat penting karena kepuasan pelanggan adalah prioritas utama. Ibu Suhartini percaya bahwa dengan menepati janji dan memastikan pelanggan puas, mereka akan kembali berbelanja di tempatnya.

Penjual bernama Herman memberikan jawaban “ Semisal ada pembeli bu Yunik yang sudah pesan dan sudah di bayar ini, nanti datang pembeli baru tapi barang sudah habis tinggal yang pesenanya pembeli tadi, ya saya tidak akan menjual saya bilang abis gitu ke pembeli yang baru datang, di mana –mana kepuasan pelanggan itu yang utama .”. Ia menegaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah yang utama, menunjukkan komitmennya untuk menjaga kepercayaan dan kepuasan pelanggan meskipun ada peluang untuk menjual kepada pembeli lain. Pendekatan ini mencerminkan integritas dan profesionalisme pak Herman dalam menjalankan usahanya.

d) Keramahan dan Pelayanan

Keramahan seseorang sangatlah penting dalam menyangkut hal apapun terutama pekerjaan, salah satunya dalam berdagang. Seorang pedagang diharuskan memiliki sikap yang ramah kepada pelanggannya. Ramah disini maksudnya ialah manis tutur kata dan sikapnya, sehingga pelanggan akan merasa senang dan nyaman dalam melakukan kegiatan jual beli. Begitu juga dalam hal pelayanan, seorang penjual harus melayani pembeli dengan baik agar pembeli merasa puas. Seorang penjual perlu mendengarkan perasaan pembeli, biarkan pelanggan berbicara dan dengarkanlah dengan seksama apa yang dibutuhkan dan diinginkannya, dan layani dengan sepenuh hati. Dari hasil pengamatan yang peneliti lakukan, para pedagang di pasar Kembang Surabaya selalu ramah dan baik dalam melayani.

Penjual bernama ibu Ningsih memberikan jawaban "Ramah itu harus tetapi terkadang saya itu sering dibawa emosi , kayak ada masalah dalam rumah tangga saya semalem, mungkin juga saya sudah tua jadi sering lepas emosi. Tapi itu jarang terjadi .". ibu Ningsih dalam menjalankan usahanya. Ningsih menekankan pentingnya bersikap ramah kepada pelanggan,

namun mengakui bahwa terkadang ia terbawa emosi, terutama jika ada masalah di rumah tangga yang mempengaruhi suasana hatinya saat berjualan. Ibu Ningsih merasa bersalah ketika ketidaksengajaan ini terjadi, menunjukkan kesadarannya akan pentingnya menjaga sikap baik terhadap pelanggan. . Ibu Ningsih menyadari bahwa usianya yang sudah tua mungkin berkontribusi pada kesulitan mengendalikan emosi, namun ia menekankan bahwa situasi ini jarang terjadi.

Penjual bernama Suhartini memberikan jawaban "ya pasti saya selalu bersikap ramah kepada pembeli , kan kalau kitanya ramah mereka (pembeli) jadi nyaman, habis nyaman mereka bisa kembali membeli ke sini lagi. Wong gampang tinggal senyum saja, dan tanya apa yang mereka cari atau butuhkan.". Ibu suhartini sikap dan pendekatan yang ramah yang dipegang oleh ibu Suhartini dalam berdagang. Suhartini menekankan pentingnya bersikap ramah terhadap pembeli, karena hal tersebut menciptakan suasana yang nyaman bagi mereka. Suhartini memahami bahwa ketika pembeli merasa nyaman, mereka cenderung kembali untuk membeli produknya. Baginya, menjadi ramah adalah kunci dalam berdagang, karena sikap yang galak atau kasar dapat membuat pelanggan enggan mendekat dan berbelanja. . Ibu Suhartini menunjukkan bahwa menjadi ramah dalam berdagang tidak sulit, hanya perlu tersenyum dan bertanya kepada pelanggan tentang apa yang mereka cari atau butuhkan. Pendekatan ini mencerminkan pemahaman Suhartini tentang pentingnya hubungan pelanggan yang baik dalam menjalankan usaha dagangnya.

Penjual bernama Herman memberikan jawaban " Pelayanan itu sangat penting kayak kita bertegur sapa sama pembeli , bu mau beli apa disini banyak bisa tanya-tanya dulu boleh bu, seperti itu contohnya , gimana caranya pembeli harus datang kesini lagi karena nyaman, kayak temen sendiri jadinya senang. ". Pernyataan tersebut menyoroti pentingnya pelayanan yang ramah dan personal dalam menjalankan bisnis, seperti yang diungkapkan oleh pak Herman. Herman menekankan bahwa layanan kepada

pelanggan sangat penting, dan dia menunjukkan hal ini dengan bersikap ramah dan ramah kepada pembeli. Dia menggambarkan situasi di mana dia menyambut pembeli dengan ramah, memberi mereka kebebasan untuk bertanya dan menjelajahi produk yang ditawarkan sebelum mereka memutuskan untuk membeli.

e) Persaingan Sesama Bisnis

Persaingan bisnis adalah persetujuan antar pelaku bisnis yang secara independent berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik pula, agar para konsumen membelanjakan atau membeli suatu barang dagangan kepada penjual. Seorang pedagang hendaknya bersaing dengan cara yang sehat, adil, dan tidak menjelekkan dagangan orang lain demi keuntungannya sendiri.

Penjual bernama Ningsih memberikan jawaban "Rezeki sudah ada yang ngatur jadi saya selaku penjual disini percaya saja sama Allah, jadi sudah ada porsinya masing-masing". Pernyataan tersebut mencerminkan keyakinan ibu Ningsih dalam kepercayaannya kepada Allah SWT dalam menjalani bisnisnya. Ibu Ningsih menyatakan bahwa rezeki atau rezeki sudah ditentukan oleh Allah, dan sebagai penjual, ia hanya perlu mempercayainya. Dengan kata lain, Ningsih memiliki keyakinan bahwa rezeki yang diterimanya sudah diatur oleh Allah, dan setiap orang memiliki bagian rezeki yang telah ditentukan untuknya.

Penjual bernama Suhartini memberikan jawaban "penjual disini itu sudah saling kenal satu sama lain kita sudah menjalin silaturahmi sebagai sesama penjual. Sering bercanda dan berbagi cerita jadi ya tidak pernah itu yang namanya penguin paling laku/menang sendiri, dan menjelekkan penjual lainnya nggak pernah sepertinya.". Menurut Pernyataan tersebut menggambarkan atmosfer hubungan antarpenjual yang positif dan kolaboratif yang dijalin oleh ibu Suhartini dengan sesama penjual. Suhartini menyatakan bahwa para penjual di tempatnya berdagang sudah saling mengenal satu sama lain dan menjalin silaturahmi. Mereka sering bercanda dan berbagi cerita, menciptakan suasana yang hangat dan ramah di antara

mereka. Ibu Suhartini menekankan bahwa dalam komunitas penjual tersebut, tidak ada persaingan yang berlebihan atau niat untuk mencari keuntungan sendiri dengan merugikan penjual lain. Sebaliknya, kolaborasi dan kerjasama menjadi kunci, di mana mereka saling mendukung dan menghargai satu sama lain.

Penjual bernama Herman memberikan jawaban Menurut Pernyataan tersebut menggambarkan atmosfer hubungan antarpenjual yang positif dan kolaboratif yang dijalin oleh ibu Suhartini dengan sesama penjual. Suhartini menyatakan bahwa para penjual di tempatnya berdagang sudah saling mengenal satu sama lain dan menjalin silaturahmi. Mereka sering bercanda dan berbagi cerita, menciptakan suasana yang hangat dan ramah di antara mereka. Ibu Suhartini menekankan bahwa dalam komunitas penjual tersebut, tidak ada persaingan yang berlebihan atau niat untuk mencari keuntungan sendiri dengan merugikan penjual lain. Sebaliknya, kolaborasi dan kerjasama menjadi kunci, di mana mereka saling mendukung dan menghargai satu sama lain.

2. Perilaku Pembeli di Pasar Kembang Surabaya.

Pembeli bernama Ririn memberikan pernyataan "Saya tidak mempermasalahkan , karena saya sudah berlangganan sejak lama dengan bu Ningsih. Jadi secara tidak langsung saya sudah mengenal ibu Ningsih.". Pernyataan dari Ririn mencerminkan pandangan yang bijaksana dan toleran terhadap hubungan antara pembeli dan penjual dalam konteks pasar tradisional. Ririn menyatakan bahwa sebagai pelanggan yang sudah lama berlangganan dengan BuNingsih, dia tidak mempermasalahkan hubungan personal antara penjual dan pembeli yang sudah terjalin dalam jangka waktu yang lama. Baginya, hubungan ini telah memberikan kepercayaan dan kenyamanan dalam bertransaksi dengan Bu Ningsih. Namun, Ririn juga menyadari bahwa tidak semua pembeli memiliki pandangan yang sama. Dia mencatat bahwa ada beberapa pembeli baru yang mungkin mempermasalahkan hubungan personal antara penjual dan pembeli. Ini

mungkin karena mereka merasa bahwa hubungan personal tersebut dapat memengaruhi transaksi secara tidak adil.

Terkadang ada seorang pembeli yang mempermasalahkan hal tersebut kepada penjual salah satu contohnya adalah mbak Tiara yang mempermasalahkan masalah menggunakan anak timbangan pengganti dan dalam segi pelayanannya yang mungkin di rasa oleh mbak Tiara masih kurang. Pembeli bernama Tiara memberikan jawaban "Saya kan pembeli baru ya di pasar Kembang Surabaya saya sedang mencari bahan pokok . Ada seorang penjual salah satu bahan pokok, setelah saya datanginya ibu ini menggunakan anak timbangan pengganti dan ibunya kurang ramah terhadap saya , " Pernyataan dari Tiara menggambarkan pengalaman yang kurang menyenangkan dalam bertransaksi di pasar Kembang Surabaya. Sebagai pembeli baru, Tiara mencari bahan pokok dan berinteraksi dengan seorang penjual. Namun, pengalaman tersebut tidak memuaskan baginya. Tiara mencatat bahwa penjual yang dia datanginya menggunakan anak timbangan pengganti, yang mungkin menunjukkan kurangnya profesionalisme atau kualitas dalam layanan penjual tersebut. Selain itu, Tiara juga merasa bahwa penjual tersebut kurang ramah terhadapnya, meskipun alasan dari sikap kurang ramah tersebut tidak jelas bagi Tiara. Meskipun Tiara menyadari bahwa mungkin mood penjual tidak baik pada saat itu, sebagai pembeli, dia merasa tidak dihargai dan merasa tidak nyaman.

Ibu Yuni adalah seorang ibu rumah tangga yang mencari segala keperluan dapur ke pasar Kembang Surabaya. Dikarenakan pasar Kembang Surabaya dekat dengan tempat tinggal ibu Yuni. Beliau juga berbelanja keperluan dapur di pasar Kembang Surabaya sudah lama dan memiliki langganan untuk penjualnya sendiri. Pembeli bernama Yuni memberikan pernyataan "Saya sebagai ibu rumah tangga pasti berbelanja di pasar ,pasar Kembang Surabaya selain dekat dengan saya tinggal disana saya sudah memiliki langganan penjual. Salah satunya adalah bapak Herman beliau adalah orang yang sudah berlangganan sama saya hampir 10 tahun lamanya " Pernyataan dari Yuni menggambarkan

pengalaman dan kebiasaannya dalam berbelanja di Pasar Kembang Surabaya sebagai seorang ibu rumah tangga. Yuni menjelaskan bahwa dia memilih pasar ini karena dekat dengan tempat tinggalnya dan telah menjadi langganan di sana selama bertahun-tahun. Salah satu penjual langganannya adalah Bapak Herman, yang telah melayani Yuni selama hampir 10 tahun. Yuni menjelaskan bahwa dia memiliki nomor telepon Bapak Herman, sehingga dia bisa memesan barang terlebih dahulu sebelum mengambilnya.

Ibu Christine sudah berlangganan dengan salah satu penjual yang ada di pasar Kembang Surabaya, dikarenakan ibu Christine merupakan teman arisan dari ibu Ningsih jadi beliau secara tidak langsung sudah mengenal bagaimana ibu Ningsih ini. Kelebihan beli barang di ibu Ningsih ini bisa cashbon atau hutang terlebih dahulu bayarnya nanti jika sudah berlangganan dan kenal baik dengan ibu Ningsih. Christine memberikan pernyataan " di pasar Kembang itu ramah-ramah semua , saya tau kalau ibu Ningsih memakai batu untuk anak timbangan yang beratnya 1/2 ons tapi saya biasa aja kan toh saya juga kenal orangnya dekat jadi tidak masalah untuk itu. " Pernyataan dari Christine menggambarkan sikapnya yang tidak terlalu memilih-milih dalam berbelanja di Pasar Kembang Surabaya. Sebagai pembeli, Christine tidak begitu memperlakukan dari siapa dia membeli barang, karena menurutnya, penjual di pasar Kembang Surabaya umumnya ramah dan baik. Christine juga mencatat bahwa harga barang di pasar tersebut hampir sama dan seimbang, kecuali jika pembeli membeli dalam jumlah banyak, maka biasanya akan diberikan potongan harga.

Pembeli bernama Diah memberikan jawaban " Ini aja saya ke pasar disuruh sama orang tua saya untuk membeli beras dan gula. Kebetulan saya beli di ibu Suhartini dan saya cocok sama beliau. soalnya sedikit banyak saya bingung kalau di pasar kan banyak pilihan penjualnya. Ternyata ibu suhartini adalah langganan dari keluarga saya" Pernyataan ini mencerminkan pengalaman seorang pembeli baru di pasar. Individu ini mengakui bahwa dia belum memiliki langganan tetap di pasar karena

dia baru saja mulai berbelanja di sana. Dia menceritakan pengalamannya ketika dia pergi ke pasar atas permintaan orang tuanya untuk membeli beras dan gula.

Pembeli bernama Rendi memberikan pernyataan "Saya penjual nasi goreng , biasanya bapak dlu kulaknya di bu Suhartini, jadi saya sudah kenal sama ibu Suhartini karena ngelanjutin bapak aja, aslinya di mana saja belinya sama tapi saya dan bapak saya dulu langganan dari lama di ibu Suhartini jadi belinya di ibu Suhartini. " Pernyataan dari Rendi menggambarkan hubungan yang telah lama terjalin antara keluarganya dan penjual nasi goreng, Bu Suhartini, di pasar. Rendi menjelaskan bahwa sebelumnya ayahnya sering membeli bahan-bahan kuliner dari Bu Suhartini, sehingga dia sudah kenal dengan penjual tersebut. Meskipun Rendi bisa membeli bahan-bahan kuliner di tempat lain, baik di pasar atau tempat lainnya, tetapi karena kebiasaan dan hubungan yang sudah terjalin, dia dan ayahnya tetap memilih untuk berlangganan di tempat Bu Suhartini. Rendi menekankan bahwa Bu Suhartini memberikan pelayanan yang ramah dan mengerti kebutuhan mereka dengan baik. Dia mencatat bahwa Bu Suhartini sudah terbiasa dengan pesanan rutin mereka sehingga proses pembelian menjadi lebih mudah dan efisien. Rendi hanya perlu memberitahu Bu Suhartini bahwa dia akan membeli seperti biasa, dan Bu Suhartini akan menyiapkan pesanan mereka sebelumnya.

Pembeli bernama Subaji memberikan pernyataan "Saya penjual gorengan, kalo gorengan kan hal yang terpenting minyak ya biasanya pake minyak yang curah yang bisa beli 1 kg atau 2kg gitu soalnya harganya lebih miring, saya cari yang harganya murah aja biar untung. Saya beli di ibu suhartin. ". Pernyataan dari Subaji menggambarkan pendekatan praktis dan ekonomis dalam menjalankan bisnis gorengan. Sebagai penjual gorengan, Subaji menyadari bahwa salah satu komponen penting adalah minyak. Dia menjelaskan bahwa biasanya dia menggunakan minyak curah yang dapat dibeli dalam kemasan besar seperti 1 kg atau 2 kg karena harganya lebih terjangkau.

Namun, dia juga mencatat bahwa terkadang jika minyak kemasan lebih murah, dia akan memilih untuk membelinya sebagai cara untuk memaksimalkan keuntungan. Subaji menjelaskan bahwa dia membeli minyak dari Bu Suhartini, yang merupakan bekas tetangganya. Karena mereka sudah saling kenal, Subaji merasa nyaman dan percaya untuk bertransaksi di sana. Meskipun Bu Suhartini bukan lagi tetangganya, dia tetap merasa bahwa pelayanan yang diberikan oleh Bu Suhartini kepada pelanggan sangat ramah dan baik, sehingga dia merasa cocok untuk berbelanja di sana. Pernyataan ini menyoroti pentingnya faktor-faktor seperti kepercayaan, kenyamanan, dan pelayanan yang baik dalam memilih tempat untuk membeli bahan baku dalam bisnis.

KESIMPULAN

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa dari segi penjual semakin tinggi ilmu agama akan semakin dia enggan untuk berbuat kecurangan. Dan juga adanya dorongan dari para leluhur atau pendahulu yang membuat para penjual akan menjalan kan apa yang sudah di percayai dari dulu oleh para orang tua terdahulunya , dan takut dengan adanya ancaman dari pihak pihak terkait jika melakukan kecurangan .

Dan dapat disimpulkan dari segi pembeli adalah hubungan antara penjual dan pembeli dapat mempengaruhi kepercayaan antara keduanya, jika hubungan keduanya sudah terjalin lama maka tingkat kepercayaan akan semakin tinggi begitu pula sebaliknya jika hubungan yang terjalin masih baru akan timbul kecurigaan. Dan juga pembeli dapat dipengaruhi oleh factor kebudayaan contohnya kebiasaan dari keluarganya atau apa yang sering dilihat. Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa dari segi penjual semakin tinggi ilmu agama akan semakin dia enggan untuk berbuat kecurangan. Dan juga adanya dorongan dari para leluhur atau pendahulu yang membuat para penjual akan menjalan kan apa yang sudah di percayai dari dulu oleh para orang tua terdahulunya , dan takut dengan adanya ancaman dari pihak pihak terkait jika melakukan kecurangan . Dan dapat disimpulkan dari segi pembeli adalah hubungan

antara penjual dan pembeli dapat mempengaruhi kepercayaan antara keduanya, jika hubungan keduanya sudah terjalin lama maka tingkat kepercayaan akan semakin tinggi begitu pula sebaliknya jika hubungan yang terjalin masih baru akan timbul kecurigaan. Dan juga pembeli dapat dipengaruhi oleh factor kebudayaan contohnya kebiasaan dari keluarganya atau apa yang sering dilihat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Amelia, M. 2020. Analisis Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Pasar Tradisional Ujung Murung Banjarmasin). Banjarmasin.
- [2] Ardiansyah, F., Mursito, B., dan Maryam, S. 2019. Analisis Kualitas Produk, Diversifikasi Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus di Pasar Gedhe Solo). Universitas Islam Batik Surakarta. Surakarta.
- [3] Arifin, Johan. 2013. Etika Bisnis Islami . Semarang: Walisongo Press
- [4] Arline, D. 2020. Analisis Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pasar Cinangsi Gandrungmangu Cilacap). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
- [5] Arohman., Dan Kohar. 2019. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Untuk Berbelanja Di Pasar Tradisional Sendang Agung Lampung Tengah. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung. Lampung.
- [6] Dewi, N . 2015. Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip dan Landasan Normatif). Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam. Vol. 1 No. 1.
- [7] Duratul, D dan Churria, A. 2019. Perilaku Etika Bisnis Pedagang Sayur di Pasar Tradisional Manggis Tanggul Perspektif Abu Hamid

Jurnal Ilmiah Respati

Muhammad Al-Ghazali. Universitas Islam Negeri Jember. Jember.

- [8] Fatmawati, R. 2021. Implementasi Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Mlilir Kecamatan Dolopo. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- [9] Haryanti, N., dan Wijaya, T. 2019. Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Pedagang di Pasar Tradisional Pancasila Tasikmalaya. Tasikmalaya
- [10] Indah, W. 2021. Perilaku Belanja Ibu Rumah Tangga Di Pasar Tradisional Geyer. Program Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.
- [11] Jullieta, M. 2020. Kesejahteraan Pedagang Pasar Syariah Azzaitun 1 Surabaya Dalam Perspektif Maqashid Syariah. Universitas Airlangga. Surabaya.
- [12] Kurniawan, H. 2021, Persaingan Usaha Pedagang Sembako Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Pasar Tradisional Pagesengan Kecamatan Jambangan. Surabaya). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- [13] Mardiyah, Ema. 2010. Analisis Penerapan Etika Bisnis Syari'ah di Pasar Tradisional Singaparna Kab. Tasikmalaya, Fakultas Ekonomi Universitas tasikmalaya.
- Marista, D. 2018. Analisis Persaingan Usaha di Pasar Kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- [14] Mujaidah, S. 2020. Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pengusaha Muslim di Daerah Istimewa Yogyakarta. Universitas Airlangga. Surabaya.
- [15] Muzdalifah, S, Sukidhin, Suharso, P. 2019. Karakteristik Pedagang Tradisional Di Pasar Kepatihan Kabupaten Jember. Jember
- [16] Naqvi, , Heider. 2003. Menggagas Ilmu Ekonomi Islam. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- [17] Nurjanah, S., Sungkawaningrum, F., dan Wahyuningsih, E. 2022. Pengaruh Keadilan, Kejujuran, Keramahan Pedagang Pasar Tradisional Terhadap Minat Beli Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. Institut Islam Nahdlatul Ulama. Temanggung.
- [18] Nuryadin, M. 2018. Urgensi Penerapan Etika Dalam Bisnis. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda.
- [19] Panggabean, A. 2017. Kualitas Interaksi Sosial antara Penjual dan Pembeli di Taman Pintar Book Store Yogyakarta. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- [20] Pramudyo, A. 2014. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Tradisional Sebagai Tempat Berbelanja (Studi Kasus Pada Pasar Tradisional Di Kabupaten Sleman). Akademi Manajemen Administrasi Ypk Yogyakarta. Yogyakarta.
- [21] Rozi, R. (2023). Etika Bisnis Dalam Perspektif Sunnah Nabi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 96-104.