

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM  
DAN VISI MISI PERSATUAN PEDAGANG ALUN-ALUN KALIWUNGU**  
(Studi Kasus Pasar Sore Kaliwungu Kendal)

**Anne Haerany dan Fairuz Tsaqila**

Sekolah Tinggi Ekonomi Islam (STEI) Al Ishlah Cirebon  
annehaerany@steialishlah.ac.id

**ABSTRACT**

*This research is motivated by the existence of traditional markets which are places for buying and selling transactions. This is still very vulnerable to the behavior of traders who ignore Islamic business ethics in running their business. As a result, traders will deviate from trading procedures in accordance with Islamic law due to their attitude of wanting to gain large profits by justifying any means so that consumers are harmed by practices that are not based on the principles of Islamic business ethics, such as hoarding merchandise. The main objective of this research is to identify how traders understand and implement Islamic business ethics at the Kaliwungu Kendal Afternoon Market as well as understanding and implementing the vision and mission of the Kaliwungu Square Traders Association (PEPAK). The type of research used in terms of the location of the data source includes field research. Data collection techniques include interviews, observation and documentation. Meanwhile, the data analysis technique uses data reduction, data presentation and drawing conclusions. The results of the research show that most of the Kaliwungu Kendal Afternoon Market traders do not know and understand PEPAK's vision and mission, so that traders have not implemented PEPAK's vision and mission. However, traders feel helped by the existence of PEPAK as a community or organization at Pasar Afternoon. Then, more traders do not know the theory of Islamic business ethics. However, in general traders have applied the five principles contained in Islamic business ethics, namely the principles of unity, balance, free will, responsibility and truth.*

**Keywords:** *Islamic Business Ethics, Traditional Markets, Traders' Understanding and Implementation, Kaliwungu Square Traders Association (PEPAK)*

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh keberadaan pasar tradisional yang menjadi tempat transaksi jual beli. Hal tersebut masih sangat rentan dengan perilaku pedagang yang mengabaikan etika bisnis Islam dalam menjalankan bisnisnya. Akibatnya pedagang akan bertolak belakang dari tata cara berdagang sesuai syariat Islam dikarenakan sikap ingin mendapatkan keuntungan yang besar dengan menghalalkan segala cara sehingga konsumen dirugikan oleh praktik yang tidak dilandasi dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam seperti melakukan penimbunan barang dagangan. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi bagaimana pemahaman dan implementasi pedagang terhadap etika bisnis Islam di Pasar Sore Kaliwungu Kendal serta pemahaman dan implementasi visi misi persatuan pedagang alun-alun kaliwungu (PEPAK). Jenis penelitian yang digunakan ditinjau dari lokasi sumber datanya termasuk penelitian lapangan (field research). Teknik pengumpulan datanya dengan wawancara, observasi

dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis datanya menggunakan reduksi data, sajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para pedagang Pasar Sore Kaliwungu Kendal sebagian besar tidak mengetahui dan memahami visi misi PEPAK, sehingga para pedagang belum mengimplementasikan visi misi PEPAK. Tetapi, para pedagang merasa terbantu dengan adanya PEPAK sebagai paguyuban atau organisasi di Pasar Sore. Kemudian, para pedagang lebih banyak yang belum mengetahui teori etika bisnis Islam. Namun, secara umum para pedagang telah menerapkan lima prinsip yang ada di etika bisnis Islam yaitu prinsip kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan kebenaran.

**Kata kunci:** Etika Bisnis Islam, Pasar Tradisional, Pemahaman dan Implementasi Pedagang, Persatuan Pedagang Alun-alun Kaliwungu (PEPAK)

## 1. PENDAHULUAN

Islam memberikan panduan bagi para pengikutnya dalam menjalankan semua aspek perilaku, baik dalam hubungan dengan Allah maupun dengan sesama manusia. Untuk memenuhi kebutuhan dunianya, individu memerlukan kekayaan, dan salah satu cara untuk mendapatkannya adalah melalui pekerjaan, (Santoso et al., 2018) dengan bisnis menjadi salah satu bentuk pekerjaan yang beragam. Islam menawarkan pandangan komprehensif tentang etika bisnis (Rohida, 2018). mencakup prinsip-prinsip dasar, kerugian dalam perdagangan, faktor produksi, tenaga kerja, modal, distribusi kekayaan, upah, barang dan jasa, kualifikasi bisnis, dan etika sosial-ekonomi yang berkaitan dengan hak kepemilikan dan hubungan sosial (Ruhana, 2012).

Sebagai makhluk sosial, manusia tidak dapat eksis secara terisolasi tetapi harus berinteraksi dengan sesama (Risnawati & Priyantoro, 2021). Keberadaan manusia sebagai makhluk sosial adalah fitrah yang ditentukan oleh Allah SWT (Muthahhari, 2002). Pada dasarnya, untuk memenuhi kebutuhan manusia diperlukan interaksi sosial dengan orang lain. Kehidupan di alam semesta ini terkait erat dengan praktik jual-beli, suatu bentuk pertolongan antar individu (Sarwat, 2019). Namun, dalam aktivitas komersial, individu harus menyadari apa yang seharusnya dikejar dan apa yang seharusnya dihindari, membedakan antara yang halal dan haram, menghindari korupsi, kebohongan, dan menjauhi riba (Tabrani, 2013).

Perdagangan adalah aktivitas global yang mencakup pertukaran kebutuhan dasar hingga barang mewah (Wijaya et al., 2016). Rasulullah terlibat dalam bisnis, mulai pada usia tujuh tahun ketika pamannya Abu Tholib memperkenalkannya dalam berdagang dengan Suriah. Saat beliau dewasa, Muhammad semakin intens terlibat dalam berdagang, baik secara independen maupun bermitra dengan orang lain. Ajaran Islam tentang jual-beli menetapkan aturan hukumnya, seperti yang diajarkan oleh Rasulullah. Ini melibatkan syarat-syarat penting, prasyarat, dan bentuk-bentuk transaksi yang diperbolehkan atau tidak diperbolehkan dalam dunia perdagangan yang terus berkembang. Dalam transaksi, Rasulullah menganjurkan agar harga disesuaikan dengan tarif pasar yang berlaku (Saprida, 2018).

Praktik bisnis yang transparan dan jujur sangat penting, dan perjanjian harus jelas untuk mencegah hasil yang tidak diinginkan bagi penjual dan pembeli. Kepatuhan terhadap syarat-syarat perjanjian yang sah sangat penting. Kesahihan jual-beli dalam

ajaran Islam menjadi dasar, seperti yang diilustrasikan oleh keterlibatan Rasulullah dalam perdagangan (Ilmi et al., 2017).

Dalam pandangan Islam, manusia bebas mengambil tindakan apa pun yang diperlukan untuk mencapai kesejahteraan tertinggi dari sumber daya yang ada dalam kekuasaannya, tetapi kebebasan ini dibatasi oleh nilai-nilai Islam (Miftah, 2017). Ini berlaku untuk kebebasan dalam berdagang, di mana pedagang bebas melakukan transaksi halal tanpa riba, penipuan, dan perjudian. Menjunjung tinggi keadilan dalam berdagang sangat penting dalam Islam, dan segala bentuk kecurangan sangat dilarang. Kejujuran menjadi hal utama dalam etika bisnis Islam. Ini merupakan puncak moralitas iman dan karakteristik yang paling menonjol dari orang-orang beriman. Sebaliknya, kebohongan adalah akar hipokrisi (Aziz, 2023). Hal yang paling merusak citra bisnis adalah kebohongan, manipulasi, dan pencampuran antara kebenaran dan kebatilan. Dalam transaksi bisnis, kejujuran dalam memberikan informasi sangat diperlukan bagi pembeli. Rasulullah menjadi contoh kejujuran, menjadikannya bagian integral dari kehidupan Muslim, termasuk dalam urusan dagang (Fattah, 2016).

Ada beberapa peneliti yang melakukan penelitian sebelumnya tentang tema ini tetapi di waktu dan tempat yang berbeda diantaranya adalah Angga Setiawan (2021). Judul dari penelitiannya yaitu Implementasi Etika Bisnis Islam terhadap Praktik Pedagang di Pasar Sentral Rappang Kabupaten Sirdap dengan menggunakan metode kualitatif dan hasil dari penelitiannya adalah dua aspek yang menjadi indikator yang mempengaruhi perilaku pedagang rempah-rempah di Pasar Sentral Rappang Kabupaten Sidrap yaitu faktor pendidikan dan faktor pengalaman, secara garis besar penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam diterapkan dengan baik meskipun secara keilmuan belum dipahami menyeluruh dan masih ada beberapa pedagang rempah-rempah yang belum menerapkan beberapa prinsip etika bisnis islam yaitu prinsip kebajikan. Kemudian peneliti yang lain adalah Hardianti Jenne (2021) dengan judul Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang Pakaian Pusat Niaga Palopo dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan hasil penelitiannya adalah Etika bisnis yang diterapkan oleh pedagang pada pusat niaga Palopo belum sesuai dengan syariat islam karena adanya beberapa pedagang yang tidak jujur dan tidak transparan dalam menetapkan harga, adapun upaya yang dilakukan dalam meningkatkan etika bisnis perdagangan pakaian yang terdapat di Pusat Niaga Palopo yaitu memiliki loyalitas serta tata krama yang baik kepada calon pembeli.

Peneliti berikutnya adalah Agus Tarmo K (2020) dengan judul penelitiannya yaitu Implementasi Etika Bisnis Islam pada Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo dengan menggunakan metode penelitian kualitatif lapangan (field research). Adapun hasil dari penelitiannya menyatakan bahwa para pedagang pasar tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo telah memahami etika bisnis islam dengan menyakini bahwa segala transaksi yang dilakukan sesuai dengan ajaran agama islam akan mendapatkan ridho dari Allah SWT, para pedagang juga telah mengimplementasikan etika bisnis islam dengan meneladani prinsip etika bisnis islam. Dari tiga penelitian sebelumnya terlihat hasil yang agak berbeda dimana ada yang sudah melaksanakan etika bisnis islam dalam usahanya walaupun mereka belum begitu memahami teorinya, kemudian ada juga yang melaksanakan bisnisnya dengan mengabaikan etika yang diajarkan dalam islam, dan ada pula para pedagang yang sudah sangat memahami bahwa berbisnis itu tidak hanya mencari keuntungan semata tetapi merupakan bagian dari ibadahnya kepada Allah sehingga mereka betul-betul menerapkan etika dalam menjalankan bisnisnya sesuai dengan tuntunan syariat.

Kaliwungu merupakan sebuah kecamatan yang terkenal dengan sebutan kota santri, hal ini dikarenakan di Kecamatan Kaliwungu terdapat pondok pesantren yang jumlahnya mencapai puluhan. Tak hanya itu, di Kecamatan Kaliwungu juga terdapat makam para ulama yang keberadaannya menambah nuansa islami. Sehingga tak heran jika Kecamatan Kaliwungu banyak dikunjungi oleh para peziarah dari berbagai kota yang ada di Indonesia.

Ramainya para peziarah yang mengunjungi Kecamatan Kaliwungu menjadikan peluang bagi masyarakat sekitar untuk berjualan, mulai dari berjualan makanan, minuman, kitab, buah-buahan, pakaian, dan yang lainnya untuk dijadikan sebagai oleh-oleh. Salah satu tempat yang ramai dengan adanya aktivitas jual beli dan banyak dipadati oleh para peziarah maupun masyarakat sekitar yaitu Pasar Sore.

Pasar Sore adalah pasar tradisional yang berada di Kecamatan Kaliwungu yang beroperasi mulai pukul 16.00-22.00 WIB. Terdapat banyak sekali pedagang yang mencari nafkah dengan berjualan di Pasar Sore. Para pedagang tersebut terbagi menjadi 5 sektor, yaitu sektor selatan, sektor timur, sektor barat, sektor tengah, dan sektor utara.

Kaliwungu yang memiliki sebutan kota santri serta masyarakatnya yang mayoritas muslim, menjadikan para pedagang mengetahui tindakan yang baik dan buruk ketika melakukan aktivitas jual beli. Aspek tersebut dapat dilihat saat pedagang menerapkan syariat agama islam dalam aktivitas jual belinya. Keberhasilan seorang pedagang dapat diraih apabila bersikap adil dan jujur dalam menjalin hubungan dengan para pelanggan. Hal ini tentunya diiringi dengan berpegang teguh pada prinsip etika bisnis dalam agama islam.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti melakukan penelitian pada aktivitas jual beli yang terjadi di Pasar Sore Kaliwungu yang bertujuan untuk mengetahui apakah para pedagang di pasar tersebut sudah mengimplementasikan nilai-nilai islam serta menciptakan lingkungan pasar Islami sesuai dengan tuntutan syariat.

## **2. TELAAH PUSTAKA**

### **Definisi Etika Bisnis Islam**

Etika bisnis Islam adalah etika terapan yang merupakan aplikasi pemahaman kita tentang apa yang baik dan apa yang benar untuk beragam institusi, teknologi, transaksi, aktivitas, dan usaha yang selanjutnya disebut sebagai bisnis. Pembahasan mengenai etika bisnis Islam ini harus dilengkapi dengan kerangka dan juga implikasinya terhadap dunia bisnis. Dengan demikian, etika bisnis Islam memiliki posisi pengertian yang hakikatnya merupakan usaha dari manusia untuk mencari keridaan Allah SWT (Abdhul, 2022).

### **Prinsip – Prinsip Etika Bisnis Islam**

Etika bisnis Islam sangat mengedepankan nilai-nilai Al-Qur'an. Oleh karena ini, beberapa nilai dasar di dalam etika bisnis Islam ini memiliki prinsip yang berasal dari ajaran Islam, antara lain seperti di bawah ini : (Abdhul, 2022)

- 1) Kesatuan (Tauhid/Unity) yaitu memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim, baik dalam bidang ekonomi, politik, dan sosial menjadi keseluruhan yang homogen serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh.
- 2) Keseimbangan (Equilibrium) yaitu menganjurkan berbuat adil di dalam kegiatan berbisnis dan melarang kegiatan curang atau berlaku dzalim.
- 3) Kehendak Bebas (Free Will) adalah suatu kecenderungan manusia untuk terus-menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas dan

dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakat melalui infak, zakat, dan sedekah.

- 4) Tanggung Jawab (Responsibility) yang mana dilakukan oleh manusia untuk melakukan kehendak bebas dengan adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas untuk memenuhi keadilan dan kesatuan.
- 5) Kebenaran (Truth, Goodness, Honesty) yaitu mengandung makna kebenaran tetapi juga mengandung unsur kebajikan dan kejujuran.

### Dasar Hukum Etika Bisnis Islam

Al-Qur'an menegaskan dan menjelaskan bahwa di dalam berbisnis tidak boleh dilakukan dengan cara kebatilan dan kedzaliman, akan tetapi dilakukan atas dasar sukarela atau keridhoan, baik ketika untung ataupun rugi, ketika membeli atau menjual dan sebagainya. Sebagaimana firman Allah pada Al-Qur'an Surat An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.*

### Visi Misi Persatuan Pedagang Alun-alun Kaliwungu (PEPAK)

Adapun visi dan misi dari Persatuan Pedagang Alun-alun Kaliwungu (PEPAK) yaitu : (Dokumen PEPAK, 2022)

Visi PEPAK : *“Menjadi Persatuan pedagang yang mampu menjaga komitmen dan konsistensi dalam menumbuhkan rasa kerukunan dan kebersamaan berlandaskan Pancasila untuk mewujudkan kesejahteraan bersama”.*

Misi PEPAK :

- 1) Meningkatkan kesejahteraan sosial pedagang alun-alun.
- 2) Menciptakan suasana yang harmonis dan kekeluargaan.
- 3) Melestarikan wisata religi dan kuliner.
- 4) Menumbuhkan rasa kerukunan dan kepedulian serta kesadaran akan nilai-nilai moralitas antara pedagang dengan ulama, umaroh serta masyarakat Kaliwungu.
- 5) Menjaga nama baik Kaliwungu sebagai kota santri dengan menciptakan suasana yang kondusif.
- 6) Mewujudkan eksistensi Pedagang alun-alun Kaliwungu dalam dunia perekonomian serta kepastian kesempatan usaha dalam tata ruang, tata waktu, dan tata wilayah bagi Pedagang di alun-alun Kaliwungu.

### 3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research) dengan metode deskriptif kualitatif. Metode penelitian deskriptif digunakan untuk memecahkan atau menjawab permasalahan yang sedang dihadapi dengan mengumpulkan data, klasifikasi, analisis, kesimpulan, dan laporan (Priadana & Sunarsi, 2021). Sedangkan penelitian kualitatif adalah menekankan pada sisi kualitas pada entitas yang diteliti. Dimana

memanfaatkan data berbentuk narasi, cerita detail, ungkapan, dan bahasa asli konstruksi dari responden atau informan. Data tersebut dapat diperoleh dari teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam dan observasi (Fitrah, 2018).

Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode stratified random sampling yaitu suatu teknik pengambilan sampel dengan memperhatikan suatu tingkatan (strata) pada elemen populasi. Elemen populasi dibagi menjadi beberapa tingkatan (stratifikasi) berdasarkan karakter yang melekat padanya. (Mujahidin et al., 2020).

Populasi untuk penelitian ini adalah seluruh pedagang di Pasar Sore Kaliwungu dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 3.1 Data Pedagang Pasar Sore Kecamatan Kaliwungu Kabupaten Kendal

No	Sektor	Jumlah Pedagang
1.	Selatan	61
2.	Timur	52
3.	Tengah	73
4.	Barat	62
5.	Utara	54
	<b>Total</b>	<b>302</b>

Sumber: PEPAK (Dokumen Pedagang Pasar Sore 2023)

Kriteria dalam pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu pedagang yang sudah berjualan minimal 5 tahun dan pembeli yang pernah membeli minimal 5 kali. Berdasarkan uraian diatas, pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan cara mengambil perwakilan pedagang disetiap sektornya sejumlah 4 pedagang. Sehingga nantinya akan mendapatkan sampel dengan rincian sebagai berikut:

1. Pedagang = 20 orang
2. Pembeli = 5 orang
3. Ketua PEPAK = 1 orang

Sifat interaktif pengumpulan data dengan analisis data, pengumpulan data merupakan bagian integral dari kegiatan analisis data. Reduksi data adalah upaya menyimpulkan data, kemudian memilah-milah data dalam satuan konsep tertentu, kategori tertentu, dan tema tertentu. Hasil reduksi data diolah sedemikian rupa supaya terlihat sosoknya secara lebih utuh. Dapat berbentuk sketsa, sinopsis, matriks, dan bentuk lainnya (Rijali, 2019).

Uji keabsahan data pada penelitian ini dilakukan dengan triangulasi yaitu salah satu pendekatan yang dilakukan peneliti untuk menggali dan melakukan teknik pengolahan data kualitatif, tahapan-tahapannya yaitu (Susanto & Jailani, 2023):

1. Reduksi Data
2. Penyajian Data
3. Penarikan Kesimpulan

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Profil dan Gambaran Responden

Kaliwungu adalah sebuah Kecamatan di Kabupaten Kendal, Provinsi Jawa Tengah. Kecamatan ini berbatasan dengan Semarang, tepatnya di sebelah barat kota Semarang. Kaliwungu dikenal sebagai kota santri dikarenakan terdapat puluhan pondok

pesantren disamping masyarakatnya yang masih memegang teguh adat Islam seperti acara haul para ulama dan kyai.

Kecamatan Kaliwungu memiliki luas wilayah 47,73 km<sup>2</sup>. Secara geografis Kecamatan Kaliwungu berada pada ketinggian tanah 4,5 m di atas permukaan laut, dengan mempunyai batasan wilayah sebagai berikut (Kecamatan Kaliwungu, 2023):

Tabel 4.1 Batas Wilayah Kecamatan Kaliwungu Kabupaten Kendal

<b>Batas</b>	<b>Daerah</b>
Sebelah Utara	Laut Jawa
Sebelah Barat	Kecamatan Brangsong
Sebelah Selatan	Kecamatan Kaliwungu Selatan
Sebelah Timur	Kota Semarang

Sumber: Data Monografi Kecamatan Kaliwungu (2022)

Pasar Sore Kaliwungu didirikan pada tahun 1987. Awalnya para pedagang berjualan di parkiran masjid besar Kaliwungu, dengan adanya perbaikan di parkiran masjid maka para pedagang dipindah ke alun-alun Kaliwungu (Wawancara dengan Bapak Mahfud selalu Ketua PEPAK).

Pada tahun 1996 istilah paguyuban berubah menjadi PEPAK atau Persatuan Pedagang Alun-alun Kaliwungu. Adapun tujuan dibentuknya PEPAK yaitu sebagai wadah berjuang bagi pedagang kaki lima (Dokumen PEPAK, 2023).

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 11-15 April 2023 dengan jumlah responden 26 yang mencakup 20 pedagang, 5 pembeli dan 1 ketua pasar. Adapun gambaran umum responden dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.2 Daftar Responden Pedagang

<b>No</b>	<b>Nama Responden</b>	<b>Pendidikan Terakhir</b>	<b>Produk Jualan</b>
1.	Nurul	SMA	Angkringan
2.	Sohan	SMA	Sate Ayam
3.	Talhis	SMP	Mie Ayam
4.	Halim	SMP	Ayam Bakar
5.	Arif	SMP	Ayam Bakar
6.	Solikhin	SD	Jamu
7.	Lilip	SMA	Angkringan
8.	Iqbal	SMP	Ayam Bakar
9.	Jumbadi	SMP	Nasi Goreng
10.	Alfian	SMA	Minuman Boba
11.	Andre	SMA	Angkringan
12.	Sukma	SMA	Kacamata
13.	Hamzah	SMA	Tas
14.	Budi	SD	Aksesoris
15.	Islahudin	SMP	Sandal
16.	Laeli	S1	Pakaian
17.	Nida	SMA	Sepatu
18.	Rizki	SMA	Pakaian

No	Nama Responden	Pendidikan Terakhir	Produk Jualan
19.	Dian	S1	Pakaian
20.	Tini	SD	Pakaian

### Pembahasan

Hasil dari penelitian ini didapatkan bahwa hanya terdapat lima pedagang yang mengetahui atau memahami etika bisnis dalam islam, sedangkan 14 pedagang lainnya tidak mengetahui. Tetapi walaupun hanya lima orang yang mengetahui teori tentang etika bisnis islam 20 pedagang yang menjadi responden dalam penelitian ini semuanya telah mengimplementasikan etika bisnis islam dengan baik. Hal ini bisa diartikan bahwa prinsip dan keyakinan beragama para pedagang yang akhirnya mempengaruhi mereka mengimplementasikan etika bisnis islam dalam aktivitas berdagangnya walaupun sebagian besar para pedagang tidak mengetahui etika bisnis islam secara teori.

Kesadaran untuk menerapkan prinsip kesatuan yakni bisnis yang terpadu, vertikal maupun horizontal, yang membentuk suatu persamaan yang penting didalam Islam sangat kental, hal ini dapat terlihat dari perilaku pedagang muslim di Pasar Sore Kaliwungu dalam mengimplementasikan prinsip kesatuan digambarkan dengan selalu menjaga waktu shalat, menerapkan suka sama suka ataupun saling ridho dalam berdagang dan selalu percaya bahwa rezeki telah ditetapkan oleh Allah SWT.

Begitu juga untuk prinsip keseimbangan dalam perdagangannya yaitu berbuat adil dan tidak bersifat dzalim atau curang, para pedagang di Pasar Sore Kaliwungu dalam mengimplementasikan prinsip keseimbangan dilakukan dengan cara menyampaikan apa adanya kepada pembeli jikalau terdapat barang dagangan yang cacat ataupun tidak layak, hal ini berarti pedagang selalu bersikap jujur agar tidak mengecewakan para pelanggan. Tak hanya itu, pedagang juga senantiasa melayani pembeli dengan sikap yang ramah dalam menawarkan barang dagangan serta tidak melakukan penimbunan barang dalam berdagang.

Realita yang terjadi di Pasar Sore Kaliwungu memang dapat dikatakan bahwa pedagang benar-benar mengimplementasikan etika bisnis islam khususnya mengenai prinsip kehendak bebas. Saat peneliti membeli ke salah satu pedagang yang ada di Pasar Sore, pedagang melayani dengan sigap dan ramah. Ini berarti bahwa pedagang selalu mengupayakan agar pembeli merasa puas dan memungkinkan nantinya kembali untuk membeli lagi.

Sikap tanggung jawab sudah sepatutnya dimiliki oleh setiap orang, termasuk pedagang. Sebab pertanggungjawaban adalah salah satu upaya yang dilakukan oleh pedagang untuk dapat memberikan rasa kepercayaan kepada pembeli. Peneliti melihat secara langsung dimana ada salah seorang pembeli di angkringan yang komplain karena minuman teh pesannya dirasa kurang manis, pedagang angkringan tersebut pun secara sigap langsung menambahkan gula agar pembeli tidak merasa kecewa. Penerapan prinsip tanggung jawab di Pasar Sore Kaliwungu berjalan cukup baik. Ketika ada pembeli yang merasa barangnya cacat atau pesannya tidak sesuai, pedagang selalu bertanggung jawab untuk mengganti agar pembeli tidak merasa kecewa. Tak hanya itu, saat pedagang berjanji kepada pembeli pun, pedagang selalu menepati janji tersebut. Maka dari itu, tak heran jika pedagang di Pasar Sore Kaliwungu banyak yang memiliki pelanggan tetap.

Prinsip kebenaran selain mengandung makna benar juga mengandung makna kebajikan dan kejujuran. Dalam berdagang hal ini berarti bahwa pedagang harus melayani pembeli secara baik dan mengambil keuntungan dalam batas wajar. Pedagang di Pasar



Sore Kaliwungu sudah mengimplementasikan prinsip kebenaran, hal tersebut digambarkan dengan sikap para pedagang yang selalu berupaya memberikan pelayanan secara optimal serta tidak pernah memaksa pembeli untuk membeli dagangannya.

Kemudian hasil penelitian berikutnya adalah bahwa pemahaman visi misi PEPAK di Pasar Sore Kaliwungu Kendal dari 20 pedagang yang peneliti wawancara hanya 2 (dua) pedagang yang mengetahui visi misi PEPAK, sedangkan 18 pedagang yang lain tidak mengetahui. Ternyata kesadaran dari para pedagang untuk mengetahui visi dan misi PEPAK masih sangat rendah karena mereka menganggap bahwa visi dan misi PEPAK itu tidak begitu penting mereka pahami tapi mereka sangat sadar bahwa mereka harus mengikuti aturan yang dikeluarkan dan ditetapkan oleh PEPAK. Hal ini tentu sangat berpengaruh terhadap implementasi dari visi misi PEPAK itu sendiri, sehingga dari 20 pedagang yang peneliti wawancara hanya terdapat 2 (dua) pedagang yang mengimplementasikan, sedangkan 18 pedagang yang lain menyatakan tidak mengimplementasikan visi misi PEPAK. Jadi 2 (dua) pedagang yang mengetahui dan memahami visi misi PEPAK saja yang mengimplementasikannya sedangkan 18 pedagang yang menjadi responden dalam penelitian ini tidak mengimplementasikannya karena mereka tidak tahu dan tidak paham tentang visi misi PEPAK.

Tingkat pendidikan yang dimiliki oleh para pedagang ternyata tidak berpengaruh terhadap kesadaran mereka untuk mengetahui dan memahami serta mengimplementasikan visi misi PEPAK ini, karena 2 pedagang yang mengetahui, memahami dan mengimplementasikan visi misi PEPAK ini yang satu pedagang latar belakang pendidikannya SMP sedangkan satu pedagang lagi latar belakang pendidikannya adalah SMA, padahal dari 20 pedagang yang menjadi responden ada dua pedagang dengan latar belakang pendidikan sarjana (S1).

## 5. SIMPULAN

1. Pedagang Pasar Sore Kaliwungu sebagian besar tidak mengetahui visi dan misi PEPAK, meski demikian mereka tetap menaati peraturan yang ada di PEPAK.
2. Pedagang Pasar Sore Kaliwungu sebagian besar belum mengimplementasikan visi dan misi PEPAK karena tidak mengetahui isinya, kendati demikian pedagang merasa terbantu dengan adanya PEPAK.
3. Pedagang Pasar Sore Kaliwungu lebih banyak yang belum memahami pentingnya mengetahui teori tentang etika bisnis islam, meski demikian tidak sedikit pedagang menyampaikan bahwa dalam praktiknya sudah bersikap baik ke pembeli.
4. Pedagang Pasar Sore Kaliwungu telah menerapkan lima prinsip yang ada di etika bisnis islam yaitu prinsip kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan kebenaran.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdhul, Y. (2022). Etika Bisnis Islam: Pengertian, Prinsip dan Tujuan. Deepublish: Artikel Online.
- Aziz, A. (2023). Ekonomi Digital & Sistem Ekonomi Islam (Issue June).

- Fattah, A. (2016). Konsep pendidikan karakter dalam perspektif hadits. *TARBAWI: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 1(2), 113–122.
- Fitrah, M. (2018). Metodologi penelitian: penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus. CV Jejak (Jejak Publisher).
- IImi, C., Sabrina, D., & Afriyenis, W. (2017). Analisis Tindakan Penghindaran Pajak Pada Perusahaan BUMN yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, 2(2), 111–124.
- Miftah, S. (2017). Hakekat Manusia dan Implikasinya Pada Pendidikan Islam. *Jurnal Al-Thariqah*, 2(2).
- Mujahidin, E., Rahman, I. K., & Aqilah, F. N. (2020). Pendekatan Bimbingan Dan Konseling Gestalt Profetik (G-Pro) Untuk Meningkatkan Toleransi Beragama Siswa Di SMA Ibnu ‘Aqil. *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, 9(01), 99–126.
- Muthahhari, M. (2002). *Manusia dan alam semesta*. Jakarta: Al-Huda.
- Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.
- Rijali, A. (2019). Analisis data kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81–95.
- Risnawati, A., & Priyantoro, D. E. (2021). Pentingnya penanaman nilai-nilai agama pada pendidikan anak usia dini dalam perspektif al-quran. *As-Sibyan: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 6(1), 1–16.
- Rohida, L. (2018). Pengaruh era revolusi industri 4.0 terhadap kompetensi sumber daya manusia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 114–136.
- Ruhana, I. (2012). Pengembangan kualitas sumber daya manusia vs daya saing global. *PROFIT: Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(1), 51–56.
- Santoso, M. B., Rachim, H. A., & Syauqina, D. A. (2018). Komunikasi kelompok sebagai faktor pendorong terbentuknya kerjasama dalam menyelesaikan pekerjaan K3L di lingkungan Universitas Padjadjaran. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 198–204.
- Saprida, S. (2018). Akad Salam Dalam Transaksi Jual Beli. *Mizan: Journal of Islamic Law*, 4 (1), 121–130.
- Sarwat, A. (2019). *Jual-beli Salam*.
- Susanto, D., & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1(1), 53–61.
- Tabrani, Z. A. (2013). *Modernisasi Pengembangan Pendidikan Islam (Suatu Telaah Epistemologi Pendidikan)*. Serambi Tarbawi, 1(1).
- Wijaya, E. Y., Sudjimat, D. A., & Nyoto, A. (2016). Transformasi pendidikan abad 21 sebagai tuntutan pengembangan sumber daya manusia di era global. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Matematika*, 1(26), 263–278.