



Analisis Perilaku Pedagang Tradisional Krembangan Dalam Pandangan Etika Bisnis Islam

Dinda Nabila Margaretha^{1✉}, Abdur Rohman²

¹Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Keislaman, Universitas Trunojoyo Madura

²Dosen Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Keislaman, Universitas Trunojoyo Madura

Informasi Artikel Abstract

History of Article

Received 24 Mei 2024

Accepted 29 Mei 2024

Published 2 Mei 2024

Kata Kunci:

Etika, Pasar, Penjual

Key Words:

Ethics, Market, Seller

Keadaan UMKM pedagang di pasar Krembangan seringkali menghadapi penertiban oleh pihak kepolisian dan Satpol PP setiap tahunnya. Hal ini terjadi karena meskipun sudah disediakan lahan untuk berjualan di dalam pasar, lokasi yang terpencil membuat pembeli kesulitan menemukan ruko dan kios. Akibatnya, pembeli cenderung berbelanja di luar pasar. Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan dan memahami fenomena ini secara mendalam, dengan pengumpulan data berupa kata-kata, gambar, atau tindakan partisipan, dan analisis data dilakukan secara subjektif melalui wawancara mendalam, observasi partisipan, dan analisis konten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penanaman karakter pada pedagang pasar perlu dilakukan untuk menghindari kerugian akibat keributan ini. Tindakan persuasif dengan pendekatan etika bisnis Islam sebaiknya diterapkan sebagai bentuk nasihat kepada para pedagang. Sebagian pedagang di Pasar Krembangan kini menerapkan model penjualan tertentu. Penerapan sistem akhlak dan syariah dapat meningkatkan daya beli pedagang, sehingga kemakmuran pasar, termasuk Pasar Krembangan, dapat tumbuh dan berkembang dengan baik.

UMKM traders in the Krembangan market often face enforcement by the police and Satpol PP every year. This happens because even though land has been provided for selling in the market, the remote location makes it difficult for buyers to find shophouses and kiosks. As a result, buyers tend to shop outside the market. Qualitative descriptive research aims to describe and understand this phenomenon in depth, by collecting data in the form of words, images, or participant actions, and data analysis is carried out subjectively through in-depth interviews, participant observation, and content analysis. The research results show that character development in market traders needs to be done to avoid losses due to this quote. Persuasive actions with an Islamic business ethics approach should be applied as a form of advice to traders. Some traders at Krembangan Market are now implementing certain sales models. The implementation of moral and sharia systems can increase traders' purchasing power, so that market prosperity, including Krembangan Market, can grow and develop well.

✉ Corresponding Penulis :

Alamat: Universitas Trunojoyo Madura

E-mail: dindanab22@gmail.com

PENDAHULUAN

Negara Indonesia dalam sebagian besar mayoritas untuk pertumbuhan ekonomi di dukung oleh UMKM. Karena perolehan pensapatan negara dari APBN yaitu sebanyak 62% dan dari nilai GDP rata-rata pertahun hampir mencapai 11 ribu triliun. Proses pertumbuhan UMKM pada negara Indonesia ini, sebelumnya mencapai perkembangan yang cukup pesat ketersediaan produksi dan tempat berjualan bagi mereka sangat sulit dalam memasarkan barang. Hampir rata-rata UMKM di negara Indonesia sendiri lebih mempunyai peran pendukung dan kelayakan kerja seimbang karena mereka dalam melaksanakan kegiatan jual beli hampir rata-rata secara sendiri tanpa adanya bantuan pegawai dalam melaksanakan kerja (Trianyanta, 2012). Bagi para UMKM kerja sendiri yaitu dalam menjual dan menghitung jumlah harga produk yang dijual oleh para UMKM mereka telah menghafal segala jenis bentuk barang yang dijual tanpa lagi perlu secara kesulitan untuk membaca dan melihat harga atas jenis barang di jual (Astuti, 2022).

Keadaan dari UMKM pedagang pasar Krembangan hampir rata-rata setiap tahun para pedagang pasarnya selalu ditertibkan oleh pihak kepolisian dan satpol pp. Karena dari lahan yang sudah disediakan di dalam karena para pembeli lama dan baru akan sulit kali menemukan ruko dan kios untuk berjualan dikarenakan tempat yang sangat terpencil dalam berjualan sehingga para pembeli jika ingin berbalanja kebutuhan pokok akan langsung kembali berjualan di luar (Fordebi & Adesy, 2016). Ketertiban dan keamanan lalu lintas dan para penjalan kaki atas para pedagang yang kembali berjualan di luar sungguh mengganggu aktivitas masyarakat yang sedang ingin melaksanakan kegiatan pekerjaan dan aktivitas lainnya. Karena yang sebelumnya telah dilakukan pembongkaran namun dari para pedagang ini kembali beraksi melakukan kegiatan berdagang sebagai sumber mata penghidupan orang banyak (Mahrus, 2024). Aktivitas pembongkaran lapak-lapak liar di daerah Krembangan tidak segan-segan dari banyak jumlah para pedagangan siap menyatakan kembali bertikai dikarenakan terhadap hal mereka dalam berjualan sebagai tempat tinggal para pedagangan Krembangan (Nurmadiansyah, 2021).

Konflik yang jika tidak dapat diredam maka akan menimbulkan sebagai salah satu resiko utama yaitu dapat menghancurkan keadaan situasional pasar dan dari dampak akan sangat berkepanjangan sekali dari sebelumnya pembeli telah mempercayai tempat untuk berjualan namun mereka enggan dan tidak memilih tempat tersebut kembali sebagai pemilihan untuk melaksanakan kegiatan jual beli. Konsumen dari pasar Krembangan akan berdalih tempat yang nyaman dan akan jauh dari hiruk pikuk kepadatannya kegiatan keramaian yang menimbulkan keributan (Admin, 2019), Proses dalam berjualan di pasar Krembangan sangat membutuhkan sebuah proses yang sungguh layak dan mengutamakan peran kerjasama dalam dinas sosial, tokoh masyarakat, dan ulama yaitu membina dan penyuluhan untuk berkegiatan bisnis yang sudah disediakan oleh pemerintah. Keutamaan dalam kegiatan bisnis dari kalangan ulama sendiri harus mampu mempunyai jiwa usaha tumbuh dengan baik dengan menggunakan etika bisnis islam atas proses pengembangan kegiatan dalam berjualan (Institut Tazkia, 2021).

Kegiatan jual beli memerlukan suatu nilai yang lebih dan serius atas memudahkan transaksi menggunakan konsep bisnis islam sesuai dalam perilaku serta adat istiadat yang baik sebagai perolehan status dalam diri mempunyai rasa sifat empati, simpati kepada sesama. Karena dalam perolehan penjualan hasil yang di dapatkan jika dari para pedagang dengan pembeli mempunyai respon yang baik maka hasil diperoleh pun akan menjadi baik pula sebagai resiko penjualnya akan dapat pula diterima baik atas status dirinya (Malahayatie, 2022).

Perilaku pedagang pasar dalam berbagai daerah yang memiliki lapak tertib ini untuk dalam perilaku berjualan mereka sudah sangat terbuka sekali, terkadang dalam para penjual di daerah pasar malioboro yogyakarta dalam kebanyakan mereka selalu berpandangan bahwa konsep kehidupan ini dapat senantiasa terasa mengalir dan mempunyai suatu resiko pengaruh cukup luar biasa dan menarik dalam hal minat apapun sehingga dari sisi bisa dapat wajar jika keadaan maupun ketertiban bisa dapat di capai dengan peran langkah nyata serta baik atas diri manusia (Yuliani, 2023).

Berdasarkan dalam kajian atau topik penelitian resiko dari para penjual jika tidak mendapatkan pembeli harus melakukan proses pengaduan yang baik tanpa perlu membuat rusuh kepada petugas satpol pp dan aparat penegak keamanan. Keadaan ini mungkin menjadi salah satu dasar etika bisnis harus perlu di kembangkan lagi sejauh mungkin agar tingkat kepatuhan maupun ketertiban pada masyarakat sendiri dapat selalu terjaga dengan baik (Humas Polres Tanjung Perak Surabaya, 2023)..

METODE PENELITIAN

Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan dan memahami suatu fenomena atau kejadian secara mendalam dari perspektif partisipan. Pendekatan ini mengumpulkan data berupa kata-kata, gambar, atau tindakan dan menganalisisnya secara subjektif melalui wawancara mendalam, observasi, dan analisis konten. Tujuannya adalah memberikan deskripsi lengkap dan mendalam tanpa bergantung pada pengukuran kuantitatif atau generalisasi statistik (Waruwu, 2023).

Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan memberikan deskripsi detail dan pemahaman mendalam tentang fenomena dalam konteks nyata, mengungkap kompleksitas situasi atau pengalaman. Pendekatan ini mengakui subjektivitas dalam interpretasi data, memungkinkan pemahaman dari perspektif partisipan dan konteks sosial (Ultavia et al., 2023).

Pengumpulan Data Kualitatif meliputi wawancara mendalam, observasi partisipan, catatan lapangan, dan analisis dokumen, yang mencakup kata-kata, tindakan, dan konteks sosial untuk memahami fenomena. Analisis Subjektif dilakukan secara subjektif dan reflektif, dengan pendekatan interpretatif yang mempertimbangkan konteks budaya, historis, dan sosial (Adlini et al., 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pasar Krembangan di daerah Surabaya Jawa Timur ini sebagian besar dalam pedagangnya memiliki komiditas tersendiri atau produk yang mereka jual berasal dari daerah masing-masing. Karena pasar Krembangan merupakan sebagai kategori pasar tradisional dengan bermacam-macam aneka barang banyak sekali hadir dan tampak dalam penjualan. Kehadiran dalam pasar Krembangan mayoritas dari para pedagang baru boleh masuk berjualan namun harus mempunyai ruang lingkup kerabat dengan keluarga pedagang yang ada di dalam pasar. Sehingga nampak bahwa pasar Krembangan setelah ditertibkan dan menjadi pasar swayalan modern banyak diantara para penjual tidak dapat mematuhi aturan dengan baik sehingga dari dalam diri mereka membuat seenaknya (Ma'roah, 2019).

Keadaan dari para pedagang pasar yang sudah diberikan tempat layak dan bersih dalam berjualan mereka tetap memilih berdagang di luar sehingga dari kondisi penertiban dilakukan oleh petugas pasar agar berjualan kembali dengan tempat yang telah disediakan. Respon para pedagang sendiri bermacam-macam sehingga dari mereka tidak mau kembali dan akhirnya terjadi keributan maupun kericuhan yang dapat menimbulkan kerusakan yang semakin parah dari bangunan pasar. Dari aktivitas keributan pada pasar Krembangan bukan mendapatkan keuntungan dalam berjualan hanya mendapat kerugian (Ibrahim et al., 2021).

Peran layaknya penanaman karakter para pedagang pasar sebaiknya dilakukan agar ke depannya tidak merugikan banyak pihak atas keributan ini, bagi para pedagang yang melakukan kericuhan sebaiknya diberikan tindakan persuasif dengan proses pendekatan etika bisnis islam sebagai bentuk nasihat yang akan disampaikan kepada para pedagang (Rozalinda, 2017).

Etika Bisnis

Etika bisnis adalah ilmu yang mempelajari tentang baik dan buruknya suatu keadaan bisnis ketika saat melakukan transaksi penjualan. Penekanan aspek dari etika bisnis lebih mengutamakan nilai dan moral sebagai peran dasar atas pembentukan sifat bisnis yang akan di jalankan oleh para pedagang. Standar moral dan standar norma dari masyarakat mempunyai keadaan signifikan terhadap pengaruhnya kegiatan bisnis yang di jalankan (Syahrizal, 2018).

Pada teori pengajaran ini etika bisnis lebih mengutamakan akhlak sebagai proses peningkatan diri manusia serta ruang lingkup pengajaran-pengajaran akhlak berada pada Al-Quran dan Sunnah Rasulullah SAW sebagai keutamaan materi yang akan di ulas terhadap rasa tanggung jawab. Tujuan dari etika bisnis sendiri berdasarkan pada pengalaman manusia itu sendiri dalam memahami aspek konsep pembelajaran atas moralitas, norma, dan etika sebagai laku yang harus ada dalam diri manusia. Selayaknya dalam etika bisnis ini menjelaskan mengenai sepantas dan tidak sepantasnya

kegiatan yang di jalankan oleh manusia sebagai tingkah laku harus tetap mempunyai karakter mulia (Jainuddin et al., 2022).

Fungsi dalam etika ini terdapat dua yakni sebagai berikut:

1. Motivasi
Dorongan diri yang harus mampu mempelajari segi konsep pengembangan dan pemahaman aspek hidup yang layak sesuai dari etika dimiliki serta mampu berpikir secara rasionalitas tanpa memandang ada perubahan dan harus mampu membedakan dari tingkah laku baik dan buruk seseorang (Triwibowo & Adam, 2023).
2. Pengarahan dan pengembangan
Lebih mengarahkan masyarakat agar bisa bersifat teratur dan jujur dalam menjalankan sebuah aktivitas dengan mengutamakan kegiatan persuasif dalam proses perubahan dari perilaku seseorang (Soleh et al., 2023).

Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Yaitu Sebagai Berikut:

1. Kesatuan tauhid
Bahwa dalam sumber ini peran dalam sumber utama etika berada kepercayaan total dengan keesaan Allah SWT secara hal ini menunjukkan suatu dimensi vertikal islam dengan menghubungkan zat-zat yang tak terbatas dalam mengutamakan nilai tauhid sebagai responnya.
2. Kesimbangan
Dalam proses keseimbangan ini dibangun berdasar mengenai suatu konsep dan pemahaman cukup kuat dimana perilaku atas hadirnya keseimbangan bersifat horizontal. Dengan penuh berisikan keadilan dalam capaian siapapun pada kehidupan (Nafis, 2019).
3. Kehendak bebas
Pada kehendak bebas ini dalam menjalankan proses prinsip islam didasarkan atas karena landasan aturan syariah sebagai langkah keutamaan dalam proses pengaturan.
4. Tanggung jawab
Proses ini terbangun berdasarkan dalam akuntabilitas maupun transparan sehingga bentuk transaksi dari penjual sendiri tidak terlihat curang dalam proses penerimaan uang kembalian (Aminah, 2017).
5. Sikap dan kejujuran
Agar dari sifat manusia sendiri harus bisa dapat berpandangan dengan jujur serta baik mengenai respon diri dengan tanpa adanya peran pressure dari pihak manapun untuk memperoleh keuntungan semata.

Peran Peningkatan Etika Bisnis Dalam Islam Para Pedagang Pasar di Krembangan

Tahap yang dilalui sebelum memulai proses ini mengenai penanaman etik bisnis islam kepada para pedagang terlebih dahulu dari pedagang sendiri melakukan sebuah letak intropeksi diri atas kesalahan diri dengan rasa perbuatan salah yang pernah dialami, yaitu mengenai aspek internal dan eksternal atas kesalahan diri yang pernah di alami bentuk-bentuk mengenai letak kesalahan diri seseorang pedagang baik secara eksternal dan internal (Abbas, 2021).

Letak kesalahan diri seseorang pedagang baik secara eksternal dan internal:

1. Melakukan intropeksi diri
Sebagian diri dari para pedagang harus mampu mengenali kesalahan dengan baik letak atas posisi kesalahan yang di alami sehingga untuk intropeksi diri ini dapat membantu membuat kesadaran diri agar bisa sadar kembali mengenai kesalahan yang diperbuat dengan keadaan merenung sebagai salah satu penyebab emosi yang terjadi dan pengaruh dampaknya yang berakibat berbahaya bagi perilaku.
2. Perilaku dan sifat salah
Penyebab dari keutamaan atas yang suka menyalahi diri sendiri dikarenakan akibat pada perilaku para pedagang yang diantara mereka akan cenderung lebih egois dan akan

mementingkan diri sendiri atas egoisnya diri. Sebab tindakan perilaku dalam kebanyakan masyarakat pengaruh lingkungan menjadi sebagai peran utama atas mudahnya terprovokasi tindakan masalah cukup biasa sehingga dlebihihkan menjadi keadaan yang nampak serius atas diri seseorang tersebut mengenai respon diri mereka yang masih sangat kurang sekali atas tanggapan tidak mau mendengar pendapat orang lain (Larasati, 2020).

Proses etika bisnis islam

Sebelum dimulainya pelaksanaan kegiatan islami ini, maka dari sebagian pemahaman konsep ataupun tindakan salah dalam kegiatan jual beli harus bisa dapat dihilangkan satu persatu tanpa menimbulkan kerugian yang lebih jauh pada orang lain. Saluran etika bisnis akan mengutamakan aspek pembahasan nilai dan moral sebagai capaian mengenai proses berlangsungnya perubahan dan penanaman pemahaman penjualan sesuai dari nilai islam yaitu:

1. Proses membangun diri.
2. Mengutamakan konsep ajaran akhlak.
3. Mengembangkan pelayanan penjualan pada sistem syariah.
4. Tidak adanya riba dalam penjualan.
5. Bagi hasil dalam penjualan.

Model dalam etika bisnis islam untuk bagi para penjual Krembangan jika dari penggunaan konsep secara merata maka dalam penjualan, transaksi, kondusif pasar akan menjadi lebih nyaman dan terasa aman dari kegiatan jual beli. Proses atas bentuk konsep dalam penjualan etika bisnis islam akan mengutamakan pada kejujuran jika dari barang yang dijual sudah tidak layak di jual maka akan langsung dibuang dan diganti pada barang baru untuk penjualan (Beritahu, 2023)

KESIMPULAN

Pasar Krembangan saat ini dalam kegiatan berjual beli dari sebagian Para pedagang sudah mulai banyak dengan jenis model penerapan penjualan sesuai kategori dalam pemakaiannya. Kemampuan daya beli dari para pedagang jika sudah menggunakan model sistem akhlak dan sistem syariah maka negara Indonesia atas kemakmuran pasar dapat tumbuh dan berkembang baik atas kegiatan berjual beli di pasar Krembangan. Serta dari pengamanan akan selalu memberikan penjaagaan baik dan terbebas ancaman kegiatan jual beli dan transaksi.

REFERENSI

- Abbas, M. F. (2021). *Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Di Toko Grand Hero Praya Lombok Tengah*. Universitas Muhammadiyah Mataram.
- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif Studi Pustaka. *Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974–980.
- Admin. (2019). *Pasar Krembangan*. Pasar Surya Service to Care. <https://pasarsurya.Surabaya.go.id/index.php/2019/03/20/pasar-Krembangan/>
- Aminah, S. (2017). *Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Getah Karet Di Desa Margo Bhakti Kecamatan Way Serdang Kabupaten Mesuji*. Institut Agama Islam Negeri Metro Lampung.
- Astuti, A. R. T. (2022). *Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)* (N. Hamzah (ed.)). IAIN Prepare Nusantara Press.
- Beritahu. (2023). *Cahyo Harjo Prakoso Beri Catatan Khusus Kondisi Pasar Dinoyo dan Krembangan yang Memprihatinkan*. Beritahu.Info. https://beritahu.co/cahyo-harjo-prakoso-beri-catatan-khusus-kondisi-pasar-dinoyo-dan-Krembangan-yang-mengenaskan/#google_vignette
- Fordebi, & Adesy. (2016). *Ekonomi dan Bisnis Islam*. PT Raja Grafindo Persada.
- Humas Polres Tanjung Perak Surabaya. (2023). *Polsek Krembangan Bertindak Tegas: Penertiban PKL Demi Kenyamanan Masyarakat*. Seputar Perak. <https://m.seputarperak.com/baca-34974-polsek-Krembangan-bertindak-tegas-penertiban-pkl-demi-kenyamanan-masyarakat>
- Ibrahim, A., Amelia, E., Akbar, N., Kholis, N., Utami, S. A., & Nofrianto. (2021). *Pengantar Ekonomi Islam*. Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia.
- Institut Tazkia. (2021). *Prinsip & Etika Bisnis Islam*. Institut Tazkia Islamic Economics & Business Law Education.

- Jainuddin, Fitriadi, & Wahyuni, S. (2022). Etika Bisnis Pedagang Muslim Pasar Ijabah Kota Samarinda dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah Mulawarman*, 1(2), 151–160.
- Larasati, G. (2020). *Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Jual Beli Makanan Tanpa Mencantumkan Harga*. Institut Islam Negeri Surakarta.
- Ma'roah, S. (2019). *Etika Dalam Bisnis Berbasis Syariah*. CV Revka Prima Media.
- Mahrus, M. (2024). *Menelusuri Jalan Krembangan Makam (9-Habis) Kini Jadi Pemukiman Padat Penduduk*. Radar Surabaya. https://www.ciputra.ac.id/library/menelusuri-jalan-krembangan-makam-9-habis_kini-jadi-pemukiman-padat-penduduk-radar-surabaya-23-januari-2024-hal-6/
- Malahayatie. (2022). *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam* (B. M.S (ed.)). Sefa Bumi Persada.
- Nafis, D. (2019). *Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Usaha Rumah Makan (Studi Kasus Rumah Makan Wong Solo Batoh, Kecamatan Lueng Bata Kota Banda Aceh)*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- Nurmadiansyah, M. T. (2021). *Etika Bisnis Islam: Konsep dan Pratek* (Ferdy Azmal Fakhrani (ed.)). CV Cakrawala Media Pustaka.
- Rozalinda. (2017). *Ekonomi Islam (Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi)*. Rajawali Pers.
- Soleh, Budiman, & Samudi. (2023). Etika Bisnis Islam: Implementasi dalam Bisnis Perhotelan di Banten. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 7(2), 146–157.
- Syahrizal, A. (2018). Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Aktualita*, 9(1), 101–116.
- Triwibowo, A., & Adam, M. A. (2023). Etika Bisnis Islam Dalam Praktek Bisnis Di Era Digital Ekonomi. *Jurnal Bisnis Islam Dan Perbankan Syariah*, 2(1), 25–36.
- Triyanta, A. (2012). *Hukum Ekonomi Islam* (N. Huda & R. Narziyah (eds.)). FH UII Press.
- Ultavia, A., Jannati, P., Malahati, F., Qathrunnada, & Shaleh. (2023). Kualitatif: Memahami Karakteristik Penelitian Sebagai Metodologi. *Jurnal Pendidikan Dasar*, 11(2), 341–348.
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan : Metode Penelitian Kualitatif , Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896–2910.
- Yuliani, M. (2023). *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam* (N. Rismawati (ed.)). Widina Media Utama.