



Analisis Etika Pasar dalam Ekonomi Syariah terhadap Perilaku Pelaku Usaha

Lukman^{1*}, Ulil Albab², Heri Sutopo³

^{1,2,3} Universitas Muhammadiyah Lampung, Indonesia

*Korespondensi Penulis: lukmanahly123@gmail.com

Abstract. This study aims to analyze the implementation of market ethics from the perspective of Islamic economics on the behavior of business actors at Mandiri Jaya Jatimulyo Market, South Lampung Regency. Islamic market ethics are viewed as a moral instrument that guides economic activities to operate fairly, honestly, and oriented toward public welfare. This research employs a qualitative approach with a descriptive-analytical design. Data were collected through in-depth interviews, observations, and documentation involving business actors actively engaged in daily market transactions. The findings reveal that Islamic market ethical values, such as honesty, transparency, and moral responsibility, have been applied in trading practices; however, their implementation remains partial and largely dependent on individual moral awareness. Religiosity, economic pressure, the social environment of the market, and the level of Islamic economic literacy are identified as key factors influencing ethical behavior. This study concludes that strengthening Islamic market ethics in traditional markets requires a comprehensive approach involving continuous education, the development of an ethical market culture, and institutional support to ensure sustainable internalization of Islamic values.

Keywords: Market Ethics; Islamic Economics; Business Actors' Behavior.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi etika pasar dalam perspektif ekonomi syariah terhadap perilaku pelaku usaha di Pasar Mandiri Jaya Jatimulyo, Kabupaten Lampung Selatan. Etika pasar syariah dipandang sebagai instrumen moral yang mengarahkan aktivitas ekonomi agar berjalan secara adil, jujur, dan berorientasi pada kemaslahatan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif-analitis. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap pelaku usaha yang aktif melakukan transaksi di pasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai-nilai etika pasar syariah, seperti kejujuran, keterbukaan, dan tanggung jawab moral, telah diterapkan dalam praktik perdagangan, namun masih bersifat parsial dan sangat bergantung pada kesadaran individual pelaku usaha. Faktor religiusitas, tekanan ekonomi, lingkungan sosial pasar, dan tingkat literasi ekonomi syariah menjadi determinan utama dalam membentuk perilaku pelaku usaha. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penguatan etika pasar syariah di pasar tradisional memerlukan pendekatan komprehensif yang mencakup edukasi, pembentukan budaya pasar beretika, serta dukungan kelembagaan agar nilai-nilai syariah dapat terinternalisasi secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Etika Pasar; Ekonomi Syariah; Perilaku Pelaku Usaha.

1. PENDAHULUAN

Etika pasar merupakan fondasi penting dalam sistem ekonomi syariah karena berkaitan langsung dengan keadilan, kejujuran, dan keberkahan transaksi. Dalam literatur ekonomi Islam, pasar tidak hanya dipahami sebagai ruang pertukaran barang dan jasa, tetapi juga sebagai arena implementasi nilai moral yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah (Aliyah 2017). Chapra menegaskan bahwa mekanisme pasar dalam Islam harus dikawal oleh etika agar tidak melahirkan eksplorasi dan ketimpangan sosial (Chapra 2018). Pandangan ini sejalan dengan Khan yang menyatakan bahwa kebebasan pasar dalam Islam selalu dibatasi oleh prinsip moral dan tanggung jawab sosial (Chapra, Khan, and Al Shaikh-Ali 2008). Perdebatan akademik muncul ketika nilai-nilai normatif tersebut dihadapkan pada realitas pasar tradisional yang sarat dengan kepentingan ekonomi praktis.

Sejumlah studi menunjukkan bahwa praktik pasar di negara mayoritas Muslim sering kali belum sepenuhnya mencerminkan etika pasar syariah. Beekun menyoroti adanya kesenjangan antara konsep etika bisnis Islam yang ideal dengan perilaku pelaku usaha di lapangan, khususnya pada sektor usaha kecil dan pasar tradisional (Beekun and Badawi 2005). Temuan serupa disampaikan oleh Antonio yang menekankan bahwa lemahnya internalisasi nilai syariah menyebabkan praktik manipulasi harga, ketidakjujuran timbangan, dan informasi asimetris tetap berlangsung (Antonio 2018). Fakta ini memunculkan perdebatan mengenai efektivitas etika syariah sebagai instrumen pengatur perilaku ekonomi, terutama ketika berhadapan dengan tekanan kebutuhan ekonomi dan persaingan pasar.

Dalam konteks akademik, diskursus etika pasar syariah berkembang dalam dua arus utama. Arus pertama menekankan pendekatan normatif-doktrinal yang berfokus pada dalil syariah dan prinsip ideal pasar Islam. Arus kedua menekankan pendekatan empiris yang mengkaji bagaimana nilai-nilai tersebut diperlakukan oleh pelaku usaha dalam realitas social mengkritik dominasi pendekatan normatif yang sering mengabaikan kompleksitas sosial ekonomi masyarakat (Abd Rauf 2018). Sebaliknya, studi empiris seperti yang dilakukan oleh Ascarya menunjukkan bahwa pemahaman pelaku usaha terhadap etika syariah sangat dipengaruhi oleh faktor pendidikan, lingkungan, dan budaya pasar (Ascarya 2018). Perbedaan pendekatan ini membuka ruang riset yang signifikan.

Pasar tradisional sebagai ruang ekonomi rakyat menjadi locus penting untuk mengkaji etika pasar syariah secara empiris. Pasar tidak hanya merefleksikan aktivitas ekonomi, tetapi juga relasi sosial, budaya, dan moral masyarakat. Geertz dalam kajian klasiknya tentang pasar rakyat menegaskan bahwa pasar tradisional merupakan cerminan nilai sosial yang hidup di masyarakat (Geertz 2017). Dalam konteks Indonesia, pasar tradisional sering kali menjadi tempat bertemunya nilai agama, adat, dan rasionalitas ekonomi. Kondisi ini menjadikan pasar tradisional relevan untuk menilai sejauh mana etika pasar syariah diinternalisasi dan diwujudkan dalam perilaku nyata pelaku usaha.

Fakta sosial menunjukkan bahwa praktik perdagangan di pasar tradisional masih diwarnai oleh persoalan etika. Laporan Kementerian Perdagangan dan berbagai studi akademik mengungkapkan masih ditemukannya praktik kecurangan timbangan, ketidaktransparan kualitas barang, dan fluktuasi harga yang tidak wajar. Penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha sering memprioritaskan keuntungan jangka pendek dibandingkan kepatuhan terhadap nilai etika syariah (Aziza 2026). Fenomena ini menimbulkan pertanyaan mendasar tentang efektivitas nilai-nilai syariah dalam membentuk perilaku ekonomi yang berkeadilan.

Pasar Mandiri Jaya Jatimulyo di Lampung Selatan merupakan pasar tradisional yang berkembang sebagai pusat distribusi hasil pertanian dan kebutuhan pokok masyarakat. Aktivitas ekonomi di pasar ini melibatkan pedagang kecil, pengecer, dan konsumen dari berbagai latar belakang sosial. Observasi awal dan laporan daerah menunjukkan adanya dinamika harga, praktik tawar-menawar yang intens, serta relasi sosial yang kuat antar pedagang. Kondisi ini menjadikan Pasar Mandiri Jaya Jatimulyo sebagai ruang empiris yang strategis untuk mengkaji etika pasar syariah, khususnya dalam konteks perilaku pelaku usaha skala kecil dan menengah.

Literatur ekonomi syariah menekankan bahwa perilaku pelaku usaha merupakan indikator utama keberhasilan penerapan etika pasar. Al-Ghazali menegaskan bahwa kejujuran dan keadilan dalam perdagangan merupakan bagian dari ibadah social (Hayati et al. 2025). Studi kontemporer oleh Dusuki menunjukkan bahwa nilai etika Islam memiliki potensi besar membentuk perilaku usaha yang berkelanjutan jika dipahami secara substantive (Dusuki and Abdullah 2007). Namun, perdebatan muncul ketika nilai tersebut berhadapan dengan realitas pasar yang kompetitif dan minim pengawasan, sehingga implementasinya menjadi tidak optimal.

Sejumlah penelitian empiris di Indonesia telah mengkaji etika bisnis syariah pada sektor UMKM dan pasar tradisional. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang memahami etika syariah secara normatif, tetapi belum sepenuhnya menerapkannya dalam praktik (Nandavita et al. 2025). Temuan ini memperkuat argumen bahwa terdapat kesenjangan antara pengetahuan dan perilaku. Kondisi tersebut menimbulkan perdebatan akademik mengenai faktor determinan perilaku etis pelaku usaha, apakah lebih dipengaruhi oleh pemahaman agama atau tekanan struktural pasar.

Pendekatan kualitatif dipandang relevan untuk menggali makna subjektif etika pasar dari perspektif pelaku usaha. Creswell menekankan bahwa pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti memahami realitas sosial secara mendalam dan kontekstual (Creswell and Poth 2016). Dalam kajian ekonomi syariah, pendekatan ini membantu mengungkap bagaimana pelaku usaha memaknai konsep keadilan, kejujuran, dan keberkahan dalam praktik sehari-hari. Oleh karena itu, penelitian kualitatif pada Pasar Mandiri Jaya Jatimulyo menjadi penting untuk menjembatani teori dan realitas empiris.

GAP riset dalam kajian ini terletak pada minimnya penelitian yang secara spesifik mengkaji etika pasar syariah berbasis studi lapangan di pasar tradisional Lampung Selatan. Sebagian besar penelitian sebelumnya berfokus pada UMKM formal atau lembaga keuangan syariah. Studi yang mengaitkan etika pasar dengan perilaku pelaku usaha secara kontekstual

dan lokal masih terbatas (Djakfar 2019). Kekosongan ini menyebabkan kurangnya pemahaman komprehensif mengenai implementasi nilai syariah pada pasar rakyat yang menjadi tulang punggung ekonomi daerah.

Selain itu, penelitian terdahulu cenderung bersifat deskriptif normatif tanpa menggali dinamika sosial yang mempengaruhi perilaku pelaku usaha. Padahal, Weber menegaskan bahwa tindakan ekonomi sangat dipengaruhi oleh nilai dan makna subjektif pelakunya (Tharom 2025). Dengan demikian, kajian yang mengintegrasikan perspektif etika syariah dan perilaku sosial pelaku usaha menjadi sangat relevan. Penelitian ini diharapkan mampu mengisi kekosongan tersebut melalui pendekatan kualitatif yang mendalam.

Relevansi penelitian ini juga diperkuat oleh kebutuhan penguatan ekonomi syariah di tingkat lokal. Pemerintah daerah dan lembaga keagamaan terus mendorong internalisasi nilai syariah dalam aktivitas ekonomi masyarakat. Namun, tanpa pemahaman empiris mengenai perilaku pelaku usaha di pasar tradisional, kebijakan yang dirumuskan berpotensi tidak tepat sasaran. Oleh karena itu, analisis etika pasar pada Pasar Mandiri Jaya Jatimulyo menjadi penting sebagai dasar perumusan kebijakan dan edukasi ekonomi syariah yang lebih kontekstual.

Kajian ini diharapkan memberikan kontribusi teoretis dengan memperkaya literatur etika pasar dalam ekonomi syariah berbasis konteks lokal. Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi pelaku usaha, pengelola pasar, dan pemangku kebijakan dalam meningkatkan praktik perdagangan yang beretika. Seperti dikemukakan oleh Rahmaningtiyas, ekonomi Islam menuntut integrasi antara nilai moral dan praktik ekonomi nyata (Amalia, Rahmaningtiyas, and Sarpini 2024). Integrasi ini hanya dapat dicapai melalui pemahaman empiris yang kuat.

Berdasarkan paparan tersebut, penelitian ini memosisikan Pasar Mandiri Jaya Jatimulyo sebagai laboratorium sosial untuk mengkaji etika pasar syariah secara komprehensif. Fokus penelitian diarahkan pada perilaku pelaku usaha sebagai aktor utama pasar. Analisis mendalam terhadap praktik transaksi, nilai yang dianut, dan faktor yang mempengaruhi perilaku diharapkan mampu menjawab perdebatan akademik mengenai efektivitas etika pasar syariah dalam realitas pasar tradisional.

Berdasarkan keseluruhan paparan konseptual, empiris, dan fakta sosial yang telah diuraikan, penelitian ini diarahkan untuk memahami secara mendalam bagaimana etika pasar dalam perspektif ekonomi syariah diimplementasikan dalam perilaku pelaku usaha di Pasar Mandiri Jaya Jatimulyo. Fokus utama penelitian terletak pada pola perilaku pedagang dalam menjalankan transaksi ekonomi sehari-hari serta sejauh mana nilai-nilai syariah seperti

kejujuran, keadilan, keterbukaan, dan tanggung jawab sosial benar-benar diwujudkan dalam praktik pasar. Selain itu, penelitian ini juga berupaya mengidentifikasi berbagai faktor yang memengaruhi perilaku pelaku usaha dalam menerapkan etika pasar syariah, baik yang bersumber dari pemahaman keagamaan, tekanan ekonomi, budaya pasar, maupun lingkungan sosial yang melingkupinya. Perumusan masalah tersebut menjadi landasan analitis untuk menjawab kesenjangan antara konsep normatif ekonomi syariah dan realitas empiris praktik pasar tradisional.

2. KAJIAN TEORITIS

Konsep Etika Pasar dalam Ekonomi Syariah

Etika pasar dalam ekonomi syariah berangkat dari pandangan bahwa aktivitas ekonomi tidak dapat dipisahkan dari nilai moral dan tanggung jawab sosial. Pasar dipahami sebagai institusi ekonomi yang harus berjalan berdasarkan prinsip keadilan (*al-'adl*), kejujuran (*al-shidq*), keterbukaan (*al-bayan*), dan larangan praktik merugikan seperti penipuan (*gharar*), riba, serta manipulasi harga. Chapra menegaskan bahwa pasar dalam Islam bersifat bebas namun tidak bebas nilai, karena kebebasan tersebut dibatasi oleh norma syariah demi menjaga kemaslahatan bersama (Chapra 2016). Pandangan ini diperkuat oleh Siddiqi yang menyatakan bahwa etika pasar berfungsi sebagai mekanisme internal pengendali perilaku ekonomi ketika regulasi formal tidak sepenuhnya efektif (Siddiqi 1981). Dengan demikian, etika pasar syariah menjadi kerangka normatif yang mengarahkan perilaku pelaku usaha.

Etika Syariah dan Perilaku Pelaku Usaha

Perilaku pelaku usaha dalam perspektif ekonomi syariah tidak hanya dinilai dari rasionalitas ekonomi, tetapi juga dari kepatuhan terhadap nilai moral dan spiritual. Teori perilaku dalam ekonomi Islam menempatkan pelaku usaha sebagai individu bermoral yang bertanggung jawab kepada Allah dan masyarakat. Al-Ghazali menekankan bahwa kejujuran dalam transaksi merupakan prasyarat keberkahan usaha dan stabilitas pasar (Sarkun and Hasan 2015). Studi kontemporer oleh Beekun menunjukkan bahwa internalisasi nilai etika Islam berpengaruh signifikan terhadap keputusan bisnis dan cara pelaku usaha berinteraksi dengan konsumen (Beekun and Badawi 2005). Namun, perilaku etis tersebut sangat dipengaruhi oleh konteks sosial, tekanan ekonomi, dan budaya pasar. Oleh karena itu, analisis perilaku pelaku usaha perlu mempertimbangkan dimensi normatif dan empiris secara simultan.

Pasar Tradisional sebagai Ruang Implementasi Etika Syariah

Pasar tradisional merupakan ruang sosial-ekonomi yang strategis untuk mengkaji implementasi etika pasar syariah karena interaksi ekonomi berlangsung secara langsung dan

intens. Dalam perspektif sosiologi ekonomi, perilaku pasar dipengaruhi oleh nilai, kebiasaan, dan relasi sosial yang berkembang di dalamnya. Geertz menyatakan bahwa pasar rakyat merepresentasikan sistem makna yang hidup dalam masyarakat, bukan sekadar mekanisme pertukaran ekonomi (Geertz 2017). Dalam konteks ekonomi syariah, pasar tradisional menjadi arena aktualisasi nilai-nilai Islam dalam praktik jual beli sehari-hari. Penelitian Ascarya menegaskan bahwa efektivitas etika syariah sangat bergantung pada lingkungan pasar dan pemahaman pelaku usaha terhadap nilai tersebut (Ascarya 2014). Oleh karena itu, Pasar Mandiri Jaya Jatimulyo relevan diposisikan sebagai locus empiris untuk menilai hubungan antara etika pasar syariah dan perilaku pelaku usaha.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif-analitis. Pendekatan kualitatif dipilih untuk memahami secara mendalam makna, nilai, dan praktik etika pasar dalam perspektif ekonomi syariah sebagaimana dipersepsikan dan dijalankan oleh pelaku usaha. Fokus penelitian tidak diarahkan pada pengukuran kuantitatif, melainkan pada penelusuran realitas sosial dan pengalaman subjektif pedagang dalam aktivitas pasar sehari-hari. Creswell menegaskan bahwa penelitian kualitatif memungkinkan peneliti menggali fenomena sosial secara holistik dan kontekstual sesuai dengan lingkungan alaminya (John Creswell et al. 2017). Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu menjembatani konsep normatif etika pasar syariah dengan praktik empiris di Pasar Mandiri Jaya Jatimulyo.

Lokasi penelitian ditetapkan di Pasar Mandiri Jaya Jatimulyo, Kabupaten Lampung Selatan, dengan pertimbangan bahwa pasar tersebut merupakan pusat aktivitas ekonomi masyarakat yang didominasi oleh pedagang skala kecil dan menengah. Subjek penelitian meliputi pelaku usaha atau pedagang aktif yang terlibat langsung dalam transaksi jual beli sehari-hari. Pemilihan informan dilakukan secara purposive dengan kriteria tertentu, seperti lama berdagang dan intensitas interaksi dengan konsumen. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi non-partisipan, dan dokumentasi. Menurut Sugiyono, kombinasi teknik tersebut efektif untuk memperoleh data yang kaya dan mendalam dalam penelitian kualitatif (Sugiyono 2021).

Analisis data dilakukan secara simultan sejak proses pengumpulan data hingga tahap penarikan kesimpulan. Data yang diperoleh dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles, Huberman, and Saldana 2014). Reduksi data dilakukan untuk memfokuskan informasi yang relevan dengan etika pasar syariah dan perilaku pelaku

usaha. Keabsahan data dijaga melalui teknik triangulasi sumber dan metode, serta pengecekan ulang informasi kepada informan. Pendekatan ini bertujuan memastikan bahwa temuan penelitian memiliki tingkat kredibilitas dan validitas yang memadai sebagai dasar analisis akademik.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi Etika Pasar dalam Perspektif Ekonomi Syariah terhadap Perilaku Pelaku Usaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha di Pasar Mandiri Jaya Jatimulyo memahami etika pasar syariah secara sederhana dan praktis. Etika dipersepsikan sebagai kejujuran dalam berdagang, tidak mengurangi timbangan, serta bersikap ramah terhadap pembeli (Farhan et al. 2025). Pemahaman tersebut lebih banyak bersumber dari nilai agama yang dipelajari secara informal, seperti pengajian atau nasihat orang tua, bukan dari literatur ekonomi syariah formal. Seorang pedagang sembako menyatakan bahwa “*dagangan itu harus jujur, karena kalau curang nanti rezekinya tidak berkah.*” Pernyataan ini menunjukkan bahwa konsep keberkahan menjadi landasan moral utama dalam perilaku ekonomi pedagang, meskipun belum sepenuhnya dikaitkan dengan kerangka etika pasar syariah yang sistematis.

Dalam praktik transaksi, etika pasar syariah paling terlihat pada aspek kejujuran informasi dan keterbukaan harga. Mayoritas pedagang mengaku berusaha menyampaikan kondisi barang apa adanya kepada pembeli, terutama untuk komoditas pangan segar. Seorang pedagang sayur menyampaikan bahwa ia biasa memberitahu pembeli jika barang dagangannya tidak terlalu segar agar tidak menimbulkan kekecewaan. Praktik ini mencerminkan penerapan prinsip *al-bayan* atau keterbukaan dalam ekonomi syariah. Observasi lapangan juga menunjukkan bahwa proses tawar-menawar berlangsung secara wajar tanpa tekanan atau paksaan, sehingga relasi antara penjual dan pembeli terjaga secara harmonis.

Meskipun demikian, implementasi etika pasar syariah belum sepenuhnya konsisten di semua aspek. Beberapa pedagang mengakui masih adanya praktik menaikkan harga secara situasional, terutama ketika permintaan meningkat atau pasokan barang terbatas. Seorang pedagang bahan pokok menyatakan bahwa “*kalau barang langka, mau tidak mau harga ikut naik, karena ambil dari agen juga mahal.*” Temuan ini menunjukkan adanya tarik-menarik antara idealisme etika syariah dan realitas mekanisme pasar. Praktik tersebut tidak selalu dipersepsikan sebagai pelanggaran etika, melainkan sebagai bentuk penyesuaian terhadap kondisi ekonomi yang dihadapi.

Perilaku pelaku usaha juga menunjukkan adanya orientasi moral yang bersifat personal. Etika pasar tidak dipahami sebagai kewajiban sosial yang terlembagakan, melainkan sebagai tanggung jawab individu kepada Tuhan. Seorang pedagang pakaian menyampaikan bahwa ia berdagang dengan jujur karena takut dosa, bukan karena aturan pasar. Pola ini menunjukkan bahwa implementasi etika pasar syariah lebih bersifat internal dan spiritual, bukan struktural atau institusional (Yeti and Wartoyo 2025). Kondisi tersebut sejalan dengan temuan observasi yang menunjukkan minimnya aturan tertulis atau pengawasan formal terkait etika perdagangan di pasar.

Secara umum, hasil penelitian menunjukkan bahwa etika pasar syariah telah diimplementasikan dalam perilaku pelaku usaha di Pasar Mandiri Jaya Jatimulyo, namun masih bersifat parsial dan normatif. Nilai kejujuran, keterbukaan, dan tanggung jawab moral telah menjadi bagian dari praktik perdagangan, meskipun belum sepenuhnya terintegrasi dalam sistem pasar secara kolektif. Implementasi etika lebih bergantung pada kesadaran individual pedagang dibandingkan mekanisme sosial atau kelembagaan pasar.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerapan Etika Pasar Syariah oleh Pelaku Usaha

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa pemahaman keagamaan menjadi faktor utama yang memengaruhi perilaku etis pelaku usaha. Pedagang yang aktif mengikuti kegiatan keagamaan cenderung lebih konsisten dalam menerapkan prinsip kejujuran dan keadilan (Abidin and Kadarsih 2024). Seorang pedagang menyampaikan bahwa pengajian rutin membuatnya lebih berhati-hati dalam berdagang karena merasa selalu diawasi oleh Allah. Temuan ini menunjukkan bahwa dimensi religiusitas memiliki peran signifikan dalam membentuk perilaku ekonomi yang etis di pasar tradisional.

Faktor ekonomi juga berpengaruh kuat terhadap penerapan etika pasar syariah (Juliansyah 2011). Tekanan kebutuhan hidup, fluktuasi harga bahan pokok, dan persaingan antar pedagang sering kali menjadi alasan utama terjadinya kompromi etika. Beberapa pedagang mengakui bahwa dalam kondisi tertentu mereka terpaksa mengurangi standar ideal etika demi mempertahankan usaha. Seorang pedagang menyatakan bahwa "*kalaupun tidak ikut harga pasar, dagangan tidak laku.*" Pernyataan ini menunjukkan bahwa kondisi struktural pasar turut membentuk perilaku pelaku usaha.

Lingkungan sosial pasar turut memengaruhi pola perilaku pedagang (Aslaila 2024). Interaksi yang intens antar pelaku usaha menciptakan norma tidak tertulis yang diikuti bersama. Pedagang baru cenderung menyesuaikan diri dengan kebiasaan yang berlaku di pasar. Observasi menunjukkan bahwa praktik etis atau tidak etis dapat menyebar melalui proses

imitasi sosial. Hal ini menegaskan bahwa etika pasar tidak hanya ditentukan oleh individu, tetapi juga oleh budaya pasar yang terbentuk secara kolektif.

Tingkat pendidikan dan literasi ekonomi syariah juga menjadi faktor pembeda (Nasution and Soemitra 2024). Pedagang dengan latar belakang pendidikan lebih tinggi atau yang pernah mengikuti pelatihan usaha cenderung memiliki pemahaman yang lebih komprehensif tentang etika perdagangan. Mereka mampu membedakan antara keuntungan yang wajar dan praktik yang berpotensi merugikan konsumen. Namun, sebagian besar pedagang masih mengandalkan pengalaman turun-temurun dalam berdagang, sehingga pemahaman etika pasar syariah bersifat praktis dan terbatas.

Secara keseluruhan, faktor religiusitas, tekanan ekonomi, lingkungan sosial pasar, dan tingkat literasi menjadi determinan utama dalam penerapan etika pasar syariah oleh pelaku usaha di Pasar Mandiri Jaya Jatimulyo. Interaksi antar faktor tersebut membentuk perilaku pedagang yang dinamis dan kontekstual. Temuan ini menunjukkan bahwa penguatan etika pasar syariah tidak cukup hanya melalui pendekatan normatif, tetapi juga memerlukan intervensi sosial, edukasi, dan penguatan kelembagaan pasar.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi etika pasar dalam perspektif ekonomi syariah di Pasar Mandiri Jaya Jatimulyo telah berlangsung, namun lebih bersifat parsial dan individual. Temuan ini mengonfirmasi pandangan Chapra yang menyatakan bahwa pasar dalam Islam pada dasarnya bebas, tetapi kebebasan tersebut menuntut pengendalian moral internal dari para pelaku ekonomi(Chapra 2016). Nilai kejujuran, keterbukaan informasi, dan orientasi keberkahan yang ditemukan pada perilaku pedagang mencerminkan keberadaan kesadaran etis berbasis religiusitas. Namun, kesadaran tersebut belum terlembagakan dalam sistem pasar secara kolektif. Kondisi ini memperlihatkan adanya kesenjangan antara konsep normatif etika pasar syariah dan realitas empiris praktik perdagangan di pasar tradisional.

Dominannya orientasi moral personal dalam perilaku pelaku usaha menunjukkan bahwa etika pasar syariah lebih dipahami sebagai tanggung jawab spiritual individu daripada kewajiban sosial yang diatur secara struktural. Temuan ini sejalan dengan pandangan Al-Ghazali yang menempatkan kejujuran dan keadilan dalam perdagangan sebagai bagian dari akhlak individu (Sarkun and Hasan 2015). Namun, dalam konteks pasar modern dan kompetitif, pendekatan individual semata belum cukup untuk menjamin konsistensi perilaku etis. Ketiadaan aturan tertulis dan mekanisme pengawasan pasar menyebabkan implementasi etika sangat bergantung pada kesadaran masing-masing pedagang, sehingga membuka ruang terjadinya inkonsistensi perilaku dalam kondisi tertentu.

Faktor ekonomi yang memengaruhi perilaku pelaku usaha, seperti fluktuasi harga dan tekanan kebutuhan hidup, memperkuat argumen bahwa perilaku pasar tidak dapat dilepaskan dari konteks struktural. Temuan ini relevan dengan teori sosiologi ekonomi Weber yang menegaskan bahwa tindakan ekonomi dipengaruhi oleh rasionalitas instrumental dan nilai yang dianut pelaku (Tharom 2025). Dalam situasi keterbatasan pasokan atau meningkatnya permintaan, pedagang cenderung melakukan penyesuaian harga yang dianggap wajar secara ekonomi, meskipun berpotensi menimbulkan dilema etis. Hal ini menunjukkan bahwa etika pasar syariah berhadapan langsung dengan realitas mekanisme pasar yang dinamis.

Lingkungan sosial pasar dan budaya dagang yang berkembang juga berperan penting dalam membentuk perilaku etis pelaku usaha. Temuan penelitian menunjukkan bahwa norma tidak tertulis dan kebiasaan kolektif menjadi rujukan utama dalam praktik perdagangan sehari-hari. Kondisi ini sejalan dengan pandangan Geertz yang memandang pasar tradisional sebagai ruang sosial yang sarat makna dan nilai (Geertz 2017). Ketika budaya pasar cenderung permisif terhadap praktik tertentu, maka pelaku usaha akan menyesuaikan perilakunya demi mempertahankan eksistensi usaha. Oleh karena itu, penguatan etika pasar syariah perlu dilakukan melalui pembentukan budaya pasar yang mendukung nilai keadilan dan kejujuran secara kolektif.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menegaskan bahwa efektivitas etika pasar dalam ekonomi syariah sangat bergantung pada integrasi antara kesadaran individual, kondisi struktural ekonomi, dan lingkungan sosial pasar. Temuan penelitian ini memperkaya literatur ekonomi syariah dengan menunjukkan bahwa internalisasi nilai etika saja tidak cukup tanpa dukungan kelembagaan dan edukasi yang berkelanjutan. Dengan demikian, penguatan etika pasar syariah di pasar tradisional seperti Pasar Mandiri Jaya Jatimulyo memerlukan pendekatan multidimensional yang mencakup aspek religius, sosial, dan ekonomi secara simultan.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa etika pasar dalam perspektif ekonomi syariah telah diimplementasikan oleh pelaku usaha di Pasar Mandiri Jaya Jatimulyo, namun penerapannya masih bersifat parsial dan lebih didorong oleh kesadaran moral individual daripada mekanisme pasar yang terlembaga. Nilai-nilai utama etika pasar syariah, seperti kejujuran, keterbukaan, keadilan, dan orientasi keberkahan, telah tercermin dalam sebagian besar praktik perdagangan sehari-hari, khususnya dalam penyampaian informasi barang dan interaksi antara pedagang dan konsumen. Akan tetapi, implementasi nilai tersebut belum sepenuhnya konsisten, terutama ketika pelaku usaha dihadapkan pada tekanan ekonomi dan dinamika pasar yang kompetitif.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa perilaku pelaku usaha dalam menerapkan etika pasar syariah dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berinteraksi. Faktor religiusitas menjadi landasan utama pembentukan perilaku etis, sementara tekanan ekonomi, fluktuasi harga, dan persaingan usaha berperan sebagai faktor pembatas dalam penerapan nilai ideal etika syariah. Selain itu, lingkungan sosial pasar dan budaya dagang yang berkembang turut membentuk norma tidak tertulis yang memengaruhi keputusan dan tindakan pelaku usaha. Tingkat pendidikan dan literasi ekonomi syariah juga menjadi faktor pembeda dalam pemahaman dan praktik etika pasar.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan penerapan etika pasar dalam ekonomi syariah tidak dapat bergantung semata pada kesadaran individual pelaku usaha. Penguatan etika pasar syariah memerlukan pendekatan yang lebih komprehensif melalui edukasi berkelanjutan, pembentukan budaya pasar yang beretika, serta dukungan kelembagaan yang mampu menginternalisasi nilai-nilai syariah ke dalam praktik perdagangan secara kolektif. Temuan ini memberikan kontribusi empiris bagi pengembangan kajian ekonomi syariah, khususnya dalam memahami relasi antara konsep normatif etika pasar dan realitas perilaku pelaku usaha di pasar tradisional.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd Rauf, Moh. 2018. “The ISLAMIC LAW EPISTEMOLOGY THOUGHT OF PERSPECTIVE WAEL B. HALLAQ AND RELEVANCE TO ISLAMIC LAW IN INDONESIA.” *Indonesian Journal of Islamic Law* 1(1):102–26.
- Abidin, Zaenal, and Sri Kadarsih. 2024. *Pasar Islami: Penerapan Etika Bisnis Islam Bagi Pedagang Sembako*. Zabags Qu Publish.
- Aliyah, Istijabatul. 2017. “Pemahaman Konseptual Pasar Tradisional Di Perkotaan.” *Cakra Wisata* 18(2).
- Amalia, Lutfi, Niken Faizah Rahmasingtiyas, and Sarpini Sarpini. 2024. “Prinsip Dan Kode Etik Dalam Bisnis.” *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen* 3(4):350–61.
- Antonio, Muhammad Syafii. 2018. “Prinsip-Prinsip Dasar Ekonomi Islam.” *Jurnal Al-Iqtishad* 10(1):1–15.
- Ascarya. 2014. “Mekanisme Pembiayaan Syariah Dan Pengaruhnya Terhadap Stabilitas Ekonomi.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Syariah* 3(1):45–60.
- Ascarya, A. 2018. “The Role of Islamic Financial Instruments in Enhancing Allocation Efficiency.” *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management* 11(3):367.

- Aslaila, Deswita. 2024. "Pengaruh Perilaku Pedagang Di Pasar Silaping (Studi Kasus: Pasar Silaping, Kecamatan Ranah Batahan, Kabupaten Pasaman Barat)." *Jurnal Ilmiah Teknik Unida* 5(2):282–92.
- Aziza, Nur. 2026. "Peran Ekonomi Syariah Dalam Mendorong Praktik Bisnis Beretika Dan Berkelanjutan." *Journal of Islamic Economics and Finance* 2(1):1–14.
- Beekun, Rafik I., and Jamal A. Badawi. 2005. "Balancing Ethical Responsibility among Multiple Organizational Stakeholders: The Islamic Perspective." *Journal of Business Ethics* 60(2):131–45.
- Chapra, M. U. 2018. *The Future of Economics: An Islamic Perspective*. Islamic Foundation.
- Chapra, M. Umer. 2016. *The Future of Economics: An Islamic Perspective*. Vol. 21. Kube Publishing Ltd.
- Chapra, Muhammad Umer, Shiraz Khan, and Anas Al Shaikh-Ali. 2008. *The Islamic Vision of Development in the Light of Maqasid Al-Shari'ah (Occasional Papers Series 15)*. International Institute of Islamic Thought (IIIT).
- Creswell, John W., and Cheryl N. Poth. 2016. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among Five Approaches*. Sage publications.
- Djakfar, Muhammad. 2019. *Etika Bisnis Dalam Paradigma Spiritualitas Dan Kearifan Lokal*. UIN Maliki Press.
- Dusuki, Asyraf Wajdi, and Nurdianawati Irwani Abdullah. 2007. "Maqasid Al-Shariah, Maslahah, and Corporate Social Responsibility." *American Journal of Islamic Social Sciences* 24(1):25.
- Farhan, Muhammad, Nabila Putri Rahma, Adi Nurmansyah, and Yulia Novita. 2025. "ETIKA BISNIS DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL DALAM PRAKTIK KEWIRAUSAHAAN BERBASIS SYARI'AH." *Journal Education, Sociology and Law* 1(1):739–49.
- Geertz, Clifford. 2017. *The Interpretation of Cultures*. Basic books.
- Hayati, Fitri, Adisty Aulia Zahra, Widya Anggraini, Yauma Afriyanti, and Amanda Mutiara. 2025. "Pemikiran Ekonomi Al-Ghazali."
- John Creswell et al. 2017. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Vol. 4.
- Juliansyah, Hafiz. 2011. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Ciputat."
- Miles, M. B., A. M. Huberman, and J. Saldana. 2014. *Qualitative Data Analysis*. SAGE Publications.
- Nandavita, Alva Yenica, Putri Salsabila, Dian Merza Zakhela, and Nuraini Nuraini. 2025. "Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pedagang Hasil Bumi Di Pasar Koga Bandar Lampung)." *PENG:*

Jurnal Ekonomi Dan Manajemen 2(2):2259–70.

- Nasution, Hasbi Andika, and Andri Soemitra. 2024. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan Syariah Pada UMKM Di Kota Medan.” *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6(3):3950–67.
- Sarkun, Mif Rohim Noyo, and Surtahman Kastin Hasan. 2015. “Al-Ghazali Economic Thought: Its Nature and Contemporary Relevance.” *Sains Humanika* 4(2).
- Siddiqi, Muhammad Nejatullah. 1981. *Muslim Economic Thinking*. Leicester: Islamic Foundation.
- Sugiyono. 2021. *Metode Penelitian Kuantitaif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tharom, Muhammad. 2025. “RITUALITAS KEAGAMAAN DAN TOLERANSI BERAGAMA DALAM PERSPEKTIF TINDAKAN SOSIAL MAX WEBER.” *Journal Khafi: Journal Of Islamic Studies* 3(3):93–103.
- Yetti, Febri Delmi, and Wartoyo Wartoyo. 2025. “Neo-Integrated Islamic Market Justice (Neo-IIMJ): Paradigma Baru Pasar Berkeadilan Dalam Ekonomi Islam.” *Journal of Accounting and Finance Management* 6(5):2312–24.