

ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DI PASAR TRADISIONAL LENTENG

Abdul Hamid¹

¹STAI Miftahul Ulum Tarate Pandian Sumenep

Email: abdhamid0504@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received:

11 September 2025

Revised

13 September 2025

Accepted:

15 September 2025

Online available:

1 Oktober 2025

Kata kunci:

Etika bisnis islam, Pasar tradisional, Persepsi pedagang

Keywords:

Islamic Business Ethics, Traditional Market, Traders' Perception

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang pemahaman dan penerapan etika bisnis islam di pasar Lenteng Kecamatan Lenteng Kabupaten Sumenep. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi dan pemahaman etika bisnis islam di pasar Lenteng Sumenep serta untuk mengetahui bagaimana penerapan etika bisnis islam di pasar Lenteng Sumenep. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian yang dianalisa melalui berbagai teknik pengumpulan data dan analisa data menyatakan bahwa sebagian besar pedagang di pasar Lenteng Sumenep telah mengetahui dan memahami etika bisnis islam dalam berdagang. Namun, masih ada yang tidak mengetahui tentang etika bisnis dan memahami apa itu etika bisnis. Ketidakhahaman informan pedagang tentang etika bisnis tersebut, karena istilah etika bisnis masih terdengar asing oleh beberapa pedagang yang dimana sebelumnya belum pernah mendengar atau mendapatkan informasi mengenai etika bisnis ini. Mengenai penerapan etika bisnis islam yang didapatkan dari hasil wawancara peneliti jika ditinjau dari keempat prinsip-prinsip etika bisnis Rasulullah yang dijadikan tolak ukur yaitu sikap shiddiq, amanah, fathanah, dan tabligh, maka dapat dikatakan sebagian besar penerapan etika bisnis islam di pasar Lenteng Sumenep sudah menerapkan etika bisnis islam seperti yang dicontohkan Rasulullah SAW.

ABSTRACT

This study discusses the understanding and application of Islamic business ethics in the Lenteng market, Lenteng District, Sumenep Regency. This study aims to determine the perception and understanding of Islamic business ethics in the Lenteng Sumenep market and to determine how Islamic business ethics are applied in the Lenteng Sumenep market. The research method used in this study is a qualitative research method, using data collection techniques through interviews, observations, and documentation. The results of the study analyzed through various data collection and data analysis techniques state that most traders in the Lenteng

Sumenep market have known and understood Islamic business ethics in trading. However, there are still those who do not know about business ethics and understand what business ethics is. The lack of understanding of trader informants about business ethics is because the term business ethics still sounds foreign to some traders who have never heard or received information about this business ethics before. Regarding the application of Islamic business ethics obtained from the results of the researcher's interview, if viewed from the four principles of the Prophet's business ethics which are used as a benchmark, namely the attitudes of shiddiq, amanah, fathanah, and tabligh, it can be said that most of the application of Islamic business ethics in the Lenteng Sumenep market has implemented Islamic business ethics as exemplified by the Prophet Muhammad SAW.t.

Pendahuluan

Perekonomian merupakan salah satu pilar penting dalam kehidupan manusia yang tidak dapat dipisahkan dari upaya pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Sejak manusia mulai mengenal sistem pertukaran sederhana hingga berkembangnya konsep perdagangan modern, aktivitas ekonomi selalu menjadi bagian fundamental dalam menjaga kelangsungan hidup individu maupun masyarakat. Dalam konteks ini, berbisnis menjadi salah satu aktivitas ekonomi yang paling strategis karena secara langsung berhubungan dengan proses produksi, distribusi, dan konsumsi barang maupun jasa. Akan tetapi, keberhasilan dalam dunia bisnis tidak dapat dicapai hanya dengan mengandalkan daya pikir dan keterampilan teknis semata. Seperti ditegaskan oleh banyak pakar ekonomi, keberhasilan bisnis menuntut adanya sinergi antara pemikiran yang matang, keterampilan yang mumpuni, dan sikap mental yang maju. Sinergi ketiga unsur

tersebut akan melahirkan etos kerja, kreativitas, dan integritas yang memungkinkan seorang pelaku bisnis menjalankan usahanya secara maksimal, termasuk dalam hal memasarkan produk yang dihasilkan.

Dalam praktiknya, salah satu bentuk bisnis yang paling tua dan masih eksis hingga kini adalah kegiatan perdagangan (jual beli). Perdagangan menjadi sarana utama untuk mempertemukan produsen dan konsumen, baik dalam skala kecil seperti pasar tradisional maupun dalam skala besar seperti perdagangan internasional. Namun demikian, perkembangan dunia bisnis yang semakin kompleks dan kompetitif menuntut para pelaku usaha untuk tidak hanya memikirkan keuntungan materi semata, tetapi juga mempertimbangkan nilai-nilai moral, etika, dan spiritual dalam setiap aktivitasnya. Dalam konteks masyarakat muslim, nilai-nilai tersebut diakomodasi dalam konsep pemasaran Islami, yakni pemasaran yang berlandaskan prinsip syariah.

Menurut Huda (2022), pemasaran Islam adalah proses dan strategi pemenuhan kebutuhan melalui produk dan layanan halal (tayyibat) yang dilaksanakan dengan prinsip kesepakatan, keadilan, dan kesejahteraan bersama (falah). Tujuan utamanya adalah mencapai kesejahteraan material dan spiritual, baik di dunia maupun di akhirat. Pemasaran Islam menekankan bahwa hubungan antara penjual dan pembeli bukan semata-mata transaksi ekonomi, melainkan juga bagian dari ibadah yang harus dijalankan sesuai ketentuan syariah. Oleh karena itu, pemasaran dalam Islam tidak hanya menekankan pada pencapaian laba, tetapi juga menuntut adanya kejujuran, keterbukaan, dan kepedulian terhadap kepentingan konsumen.

Huda (2019) menambahkan bahwa dalam perkembangan konsep pemasaran mutakhir, konsumen ditempatkan sebagai pusat perhatian. Para praktisi maupun akademisi berusaha mengkaji berbagai aspek perilaku konsumen untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, sehingga dapat meraih pangsa pasar yang tersedia. Dalam perspektif Islam, perhatian kepada konsumen tidak hanya berarti memahami kebutuhan dan keinginan mereka, tetapi juga memastikan bahwa produk dan layanan yang ditawarkan tidak bertentangan dengan nilai-nilai

halal, tidak merugikan, dan membawa manfaat bagi masyarakat luas.

Pasar sebagai Wadah Aktivitas Ekonomi

Dalam kehidupan sehari-hari, aktivitas jual beli merupakan bentuk interaksi ekonomi yang paling umum dilakukan masyarakat. Pasar, baik tradisional maupun modern, menjadi tempat utama terjadinya interaksi antara penjual dan pembeli. Keberadaan pasar tradisional khususnya memiliki peran yang sangat penting dalam menopang perekonomian lokal, menyediakan kebutuhan pokok masyarakat, serta menjadi ruang sosial yang memungkinkan terjadinya pertukaran budaya, informasi, dan nilai-nilai sosial. Namun, dinamika pasar seringkali menghadirkan tantangan tersendiri. Pasar bersifat dinamis dan penuh ketidakpastian, di mana harga, permintaan, dan pasokan dapat berubah sewaktu-waktu. Kondisi ini membuka peluang besar bagi pelaku usaha untuk meraih keuntungan, namun sekaligus menjadi potensi ancaman ketika persaingan usaha memicu praktik bisnis yang tidak sehat.

Dalam konteks bisnis Islami, dinamika pasar menuntut para pelaku usaha untuk memegang teguh nilai-nilai etika dalam setiap transaksi. Islam menekankan bahwa perdagangan harus dilakukan secara adil, jujur, dan penuh tanggung jawab. Prinsip ini tertuang dalam berbagai

ajaran Al-Qur'an dan Hadis, yang menegaskan bahwa keuntungan tidak boleh dicapai dengan cara yang merugikan pihak lain. Misalnya, praktik penipuan dalam timbangan, pengoplosan barang berkualitas buruk dengan barang berkualitas baik, atau manipulasi informasi produk adalah tindakan yang dilarang keras dalam Islam.

Sayangnya, kenyataan di lapangan sering kali menunjukkan fenomena yang berbeda. Tidak sedikit pedagang yang mengabaikan etika bisnis demi memperoleh keuntungan sebesar-besarnya dengan modal seminimal mungkin. Praktik-praktik seperti pengurangan takaran, pemalsuan merek, hingga permainan harga menjadi masalah yang kerap ditemukan di berbagai pasar tradisional. Persaingan yang semakin ketat sering kali menjadi alasan bagi sebagian pelaku usaha untuk menghalalkan segala cara, tanpa mempertimbangkan dampak jangka panjang terhadap konsumen maupun terhadap keberkahan rezeki yang diperoleh.

Etika, Moral, dan Akhlak dalam Bisnis Islam

Pembahasan mengenai etika bisnis dalam Islam tidak dapat dipisahkan dari konsep akhlak, moral, dan etika. Ketiga istilah ini pada dasarnya memiliki makna yang hampir sama, yaitu norma-norma atau nilai-nilai kebaikan yang harus dijunjung tinggi dalam kehidupan sehari-hari,

termasuk dalam aktivitas bisnis. Dalam pandangan Islam, etika bisnis bukan sekadar aturan teknis, tetapi merupakan bagian integral dari ibadah. Sebagaimana dikemukakan oleh Djakfar (2012), Islam menuntut setiap individu untuk berbuat baik tidak hanya kepada dirinya sendiri, tetapi juga kepada orang lain, lingkungan, dan seluruh makhluk ciptaan Allah. Hubungan yang harmonis antara manusia dan lingkungannya merupakan cerminan dari ketaatan kepada Sang Pencipta.

Etika bisnis Islam mengajarkan bahwa setiap transaksi harus dilakukan dengan niat yang baik, kejujuran, dan kepedulian terhadap kemaslahatan bersama. Nilai-nilai seperti amanah, keadilan, dan larangan riba menjadi prinsip utama yang harus dipegang oleh setiap pelaku usaha. Dengan demikian, seorang pedagang yang memahami dan menerapkan etika bisnis Islami tidak hanya mengejar keuntungan duniawi, tetapi juga mencari ridha Allah SWT. Keberhasilan bisnis dalam perspektif ini tidak diukur semata-mata dari besarnya laba, melainkan dari sejauh mana aktivitas tersebut membawa manfaat bagi diri sendiri, masyarakat, dan lingkungan.

Tantangan di Pasar Tradisional

Pasar tradisional Lenteng di Kecamatan Lenteng, Kabupaten Sumenep, menjadi contoh menarik dalam mengkaji penerapan etika bisnis Islam. Sebagai salah satu pusat

aktivitas ekonomi masyarakat Madura, pasar ini memiliki karakteristik khas, baik dari sisi pelaku usaha maupun pola interaksi sosialnya. Pasar Lenteng bukan hanya tempat bertemunya pedagang dan pembeli, tetapi juga arena di mana nilai-nilai budaya lokal berpadu dengan tuntutan ekonomi modern. Namun, sebagaimana pasar tradisional pada umumnya, pasar ini tidak terlepas dari berbagai permasalahan, seperti ketidakpastian harga, persaingan usaha yang ketat, dan praktik bisnis yang terkadang menyimpang dari nilai-nilai etika.

Dalam praktiknya, sebagian pedagang mungkin tergoda untuk melakukan pelanggaran etika, seperti pengurangan timbangan, pencampuran barang berkualitas, atau manipulasi harga, demi memperoleh keuntungan lebih besar. Kondisi sosial-ekonomi yang beragam, tingkat pengetahuan yang berbeda-beda, serta tekanan untuk mempertahankan kelangsungan usaha menjadi faktor yang mendorong munculnya perilaku tersebut. Fenomena ini menunjukkan pentingnya penelitian mengenai sejauh mana pedagang pasar tradisional Lenteng memahami dan menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam aktivitas sehari-hari mereka.

Pentingnya Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian mengenai "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam di Pasar Tradisional Lenteng

Kecamatan Lenteng Kabupaten Sumenep" menjadi sangat relevan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai tingkat pemahaman pedagang terhadap etika bisnis Islam, faktor-faktor yang memengaruhi penerapan etika tersebut, serta tantangan yang dihadapi dalam menjaga integritas bisnis di tengah persaingan yang semakin ketat. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi berbagai pihak, termasuk pemerintah daerah, lembaga keagamaan, dan pelaku usaha, dalam merumuskan kebijakan dan program pembinaan yang lebih efektif.

Selain itu, penelitian ini memiliki kontribusi penting dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang ekonomi Islam dan pemasaran syariah. Dengan mengkaji fenomena di tingkat lokal seperti pasar tradisional Lenteng, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana nilai-nilai Islam dapat diimplementasikan secara nyata dalam aktivitas ekonomi masyarakat. Penelitian ini juga dapat menjadi inspirasi bagi pelaku usaha lainnya untuk menjadikan etika bisnis Islam sebagai landasan utama dalam setiap aktivitas perdagangan.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif yaitu suatu proses dimana penelitian dan pemahaman

berdasarkan pada metode yang mengharuskan kita untuk menyelidiki suatu masalah dan fenomena manusia. Lokasi penelitian ini yaitu di pasar tradisional Lenteng Sumenep yang merupakan pusat pasar yang memenuhi kebutuhan dalam berbelanja masyarakat. Analisis data menggunakan observasi secara langsung, wawancara mendalam dan dokumentasi. Kemudian data akan disajikan dan dianalisis secara mendalam dengan membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara yang telah dilakukan.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Pengecekan keabsahan data dilakukan dengan kredibilitas, transferabilitas, auditabilitas dan konfirmabilitas. Uji kredibilitas dilakukan dengan perpanjangan, pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif dan member check. Uji konfirmabilitas menguji hasil penelitian dikaitkan dengan proses yang dilakukan. Bila hasil penelitian merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi standart konfirmabiliti.

Hasil dan Pembahasan

Adapun hasil wawancara dengan para pedagang yaitu, salah seorang pedagang ikan yang bernama bapak Anwar yang menjual hasil dagangannya selama 10 tahun. Beliau

mulai berdagang di pasar Lenteng Sumenep sejak berkeluarga, yang kini berusia 46 tahun. Dari hasil dagangan tersebut beliau menghidupi kebutuhan keluarganya. Pada setiap harinya hasil dagangannya habis laku terjual, namun tidak semua hasil dagangannya terjual seperti yang diharapkan. Oleh karena itu apabila ikan tersebut tidak laku terjual akan dijual untuk keesokan harinya dan diberi es agar dapat bertahan lama.

“Saya berjualan ikan di pasar tradisional Lenteng ini sudah 10 tahun lamanya, kadang-kadang ikannya laku terjual, namun ada juga yang tidak laku. Ikan sisa tersebut saya jual lagi untuk besoknya supaya tidak rugi. Namun, saya beri es dan garam agar ikannya bertahan lama, ikan yang diber es akan bertahan 2-3 hari, tapi apabila ikannya berubah warna tetap saya jual supaya saya tidak rugi”.

Serta seorang pedagang ikan bernama bapak Amin yang berusia 44 tahun, beliau telah berjualan di pasar ikan kurang lebih 12 tahun. Pada hasil wawancara tersebut menyatakan bahwa,

“Ikan yang dijual terkadang laku semua, namun ada yang tidak laku terjual. Ikan tersebut saya beri es agar bertahan lama, kadang-kadang kalau ikannya tidak laku saya bawa pulang dan saya jadikan ikan asin, karena ikan asin mahal harganya”.

Berdasarkan hasil wawancara di atas bahwa beliau tetap menjual dagangannya meskipun barang dagangannya mengalami perubahan warna, dengan maksud agar

dagangannya tidak rugi. Namun di sisi lain bagi bapak Amin, barang dagangannya tersebut apabila tidak laku terjual maka akan diolah untuk dijadikan sebagai ikan asin agar bisa di jual kembali.

Di sisi lain para pedagang sayur di pasar tradisional Lenteng Sumenep yang bernama Ibu Rini yang berusia 50 tahun. Beliau mulai merintis jualannya pada tahun 1990 dengan menjual berbagai macam sayuran. Dalam melakukan aktivitas jualannya tersebut, beliau memaparkan bahwa,

“Saya sudah lama berjualan sayuran di pasar ini. Dari jualan ini saya mampu membantu mencukupi kebutuhan hidup keluarga saya. Apabila sayurannya tidak laku hari ini saya jual lagi untuk besoknya, kalau layu tetap saya jual lagi, kalau saya tidak jual lagi nanti saya rugi”.

Selain itu penulis juga melakukan wawancara dengan bapak Faisol yang berjualan di pasar tradisional Lenteng Sumenep sebagai pedagang ayam dan telah melakukan usaha jualannya selama kurang lebih 8 tahunm dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarga. Dalam melakukan proses dagangannya, beliau menyatakan bahwa,

“Saya berjualan di sini sudah 8 tahun, kalau ayamnya laku ya Alhamdulillah, kadang kalau ayamnya tidak laku kami simpan, supaya ayamnya bertahan dan saya berikan es. Ayamnya akan bertahan dalam es selama 2-3 hari. Kami hanya menerima ayam ini dari atasan sana, kalau ada

ayamnya berubah warnanya sedikit ya kami jual, karena kami terima ayam dari atasan. Tetapi ayamnya di sini bagus, tidak menggunakan apa-apa”.

Berdasarkan dari hasil wawancara di atas dapat dikatakan bahwa para pedagang masih kurangnya memperdulikan barang dagangannya sehingga mengabaikan kepentingan masyarakat sekitar. Salah satu syarat sah jual beli yaitu terhindar dari cacat seperti barang yang diperjualbelikan tidak jelas, baik jenis, kualitas dan kuantitasnya. Dalam hukum fikih jual beli, dijelaskan bahwa apabila seorang penjual menipu saudara sesama muslim yaitu dengan cara menjual barang dagangan yang di dalamnya terdapat kecacatan barang dan tidak diberitahukan kepada para pembeli maka cara jual beli yang demikian itu adalah tidak dibolehkan karena mengandung penipuan, pemalsuan dan pengkhianatan dan jual beli tersebut dikatakan sebagai jual beli gharar (penipuan).

Penerapan etika bisnis islam di pasar Tradisional Lenteng

Berikut merupakan persamaan maupun perbedaan pasar yang menerapkan dan pasar yang tidak menerapkan etika bisnis islam dalam menjalankan kegiatan bisnisnya.

No.	Pedagang yang menerapkan etika bisnis islam	Pedagang yang tidak menerapkan etika bisnis islam
1	Jujur dalam menjelaskan spesifikasi produk	Memberikan spesifikasi produk yang kurang sesuai

2	Tanggung jawab terhadap konsumen	Kurang bertanggung jawab terhadap konsumen
3	Memperhitungkan nilai baik, buruk, benar, salah	Tidak memperhitungkan nilai baik, buruk, benar dan salah karena hanya memperhitungkan keuntungan
4	Bertujuan untuk menjalin kerjasama dan tolong menolong	Tidak adanya unsur tolong menolong dan kerjasama
5	Memposisikan bisnis sebagai usaha manusia untuk mencari ridha Allah SWT.	Memposisikan bisnis sebagai jalan untuk mendapatkan keuntungan bagaimanapun caranya
6	Etika bisnis berfungsi untuk memberikan solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern yang jauh dari nilai etika	Tidak adanya peran etika bisnis dalam menjalankan kegiatan usahanya
7	Berorientasi pada cara perolehan keuntungan dengan adanya aturan halal dan haram	Orientasi bisnis terletak pada keuntungan yang sebesar-besarnya
8	Memberikan pelayanan yang ramah supaya konsumen akan merasa nyaman	Kurang memperhatikan keramahan dalam melayani konsumen

Jadi, semua pedagang yang ada di pasar Lenteng mengatakan bahwa mereka bersaing dengan sehat, tidak saling menjatuhkan satu dengan lainnya. Bahkan diperoleh informasi bahwa pedagang satu dengan lainnya memiliki hubungan kerjasama guna

memenuhi stok barang dagang mereka. Selain itu terkadang apabila ada pembeli yang mencari barang dagang di salah satu toko dan ternyata barang yang dicari tidak ada maka pedagang tersebut akan merekomendasikan tempat di pedagang lain kepada pembelinya.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa para pedagang di Pasar Tradisional Lenteng, Kecamatan Lenteng, Kabupaten Sumenep, secara umum telah mampu menerapkan etika bisnis Islam dengan baik dalam setiap aktivitas perdagangan. Temuan lapangan menunjukkan bahwa transaksi jual beli di pasar ini berlangsung dengan jujur, adil, dan penuh rasa tanggung jawab, baik antara pedagang dengan konsumen maupun antar sesama pedagang. Tidak ditemukan praktik kecurangan yang merugikan pihak lain, seperti pengurangan takaran, manipulasi harga, atau penipuan kualitas barang. Hal ini menunjukkan bahwa nilai-nilai syariah tidak hanya dipahami secara teoritis, tetapi juga diinternalisasikan dalam perilaku bisnis sehari-hari.

Hubungan antar pedagang di Pasar Lenteng juga mencerminkan semangat ukhuwah (persaudaraan) dan ta'awun (tolong-menolong) yang menjadi salah satu karakteristik utama dalam ekonomi Islam. Persaingan yang terjadi di antara para pedagang dapat dikategorikan sebagai persaingan sehat, di mana masing-masing pihak berupaya meningkatkan kualitas produk dan pelayanan tanpa menjatuhkan atau merugikan pedagang lain. Bahkan, penelitian menemukan adanya praktik kerja sama yang erat antar pedagang untuk saling membantu memenuhi kebutuhan stok barang dagangan. Bentuk kerja sama ini menjadi bukti bahwa nilai-nilai solidaritas sosial masih terjaga dengan baik, sekaligus menepis anggapan bahwa persaingan ekonomi selalu identik dengan konflik dan pertentangan.

Lebih jauh, sikap para pedagang yang meyakini bahwa rezeki telah diatur oleh Allah SWT memberikan landasan spiritual yang kuat dalam menjalankan aktivitas ekonomi. Keyakinan ini melahirkan ketenangan batin dan sikap menerima (qana'ah) terhadap risiko untung rugi yang melekat dalam dunia perdagangan. Mereka memandang bahwa setiap keuntungan maupun kerugian adalah bagian dari takdir yang harus dijalani dengan sabar dan ikhtiar. Perspektif ini sejalan dengan prinsip tawakkal dalam Islam, di mana manusia diperintahkan untuk berusaha sebaik

mungkin, namun tetap menyandarkan hasilnya kepada ketentuan Allah SWT. Keyakinan ini tidak hanya menumbuhkan rasa optimisme, tetapi juga menjadi benteng moral untuk menghindarkan para pedagang dari praktik bisnis yang curang atau merugikan pihak lain.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini membuktikan bahwa Pasar Tradisional Lenteng tidak hanya berfungsi sebagai pusat transaksi ekonomi, tetapi juga sebagai ruang sosial yang merefleksikan penerapan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari. Kejujuran dalam timbangan, kesadaran spiritual dalam berusaha, serta kerja sama yang harmonis antar pelaku usaha menjadi bukti nyata bahwa ekonomi Islam bukan sekadar konsep normatif, tetapi dapat diimplementasikan secara praktis dalam kegiatan perdagangan masyarakat. Keberhasilan ini sekaligus menjadi contoh positif bahwa etika bisnis Islam dapat menjadi fondasi yang kokoh dalam membangun sistem ekonomi yang adil, berkelanjutan, dan penuh keberkahan.

Meskipun penerapan etika bisnis Islam di Pasar Lenteng telah berjalan dengan baik, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan guna menjaga keberlanjutan praktik baik ini sekaligus meningkatkan kualitas aktivitas perdagangan di masa mendatang:

Penguatan Pendidikan dan Sosialisasi Etika Bisnis Islam

Pemerintah daerah, lembaga keagamaan, dan pihak pengelola pasar dapat menyelenggarakan program pelatihan atau sosialisasi rutin mengenai prinsip-prinsip etika bisnis Islami. Meskipun mayoritas pedagang telah menunjukkan perilaku yang baik, pembinaan yang berkesinambungan diperlukan agar nilai-nilai kejujuran, keadilan, dan tolong-menolong tetap terpelihara di tengah perubahan zaman dan tantangan ekonomi yang semakin kompleks.

Pengembangan Pasar Berbasis Syariah

Keberhasilan pedagang Pasar Lenteng dalam menerapkan etika Islam dapat dijadikan model untuk mengembangkan pasar tradisional berbasis syariah di wilayah lain. Pemerintah kabupaten bersama lembaga ekonomi Islam dapat merancang kebijakan yang mendukung terciptanya pasar yang tidak hanya mengutamakan aspek profit, tetapi juga menekankan nilai keberkahan, kebersihan, dan kenyamanan bagi pedagang maupun konsumen.

Peningkatan Fasilitas dan Infrastruktur Pasar

Etika bisnis yang baik akan semakin optimal apabila didukung oleh fasilitas pasar yang memadai, seperti sarana kebersihan, keamanan, serta penataan kios yang lebih tertib.

Perbaikan infrastruktur tidak hanya meningkatkan kenyamanan konsumen, tetapi juga memperkuat citra pasar sebagai pusat perdagangan yang profesional dan Islami.

Penguatan Solidaritas dan Kerja Sama Antar Pedagang

Hubungan kerja sama yang telah terjalin dengan baik di antara para pedagang perlu terus dipelihara dan ditingkatkan. Pembentukan koperasi pedagang berbasis syariah, misalnya, dapat menjadi sarana yang efektif untuk memperkuat permodalan, menjaga stabilitas harga, serta memudahkan distribusi barang. Dengan demikian, para pedagang dapat menghadapi tantangan ekonomi bersama-sama tanpa harus mengorbankan nilai-nilai etika.

Pemanfaatan Teknologi Digital Secara Etis

Di era digital, para pedagang di Pasar Lenteng disarankan mulai memanfaatkan teknologi informasi, seperti media sosial atau platform e-commerce, untuk memperluas jangkauan pemasaran. Namun, pemanfaatan teknologi ini harus tetap mengacu pada prinsip-prinsip kejujuran dan transparansi agar konsumen mendapatkan informasi produk yang akurat dan terpercaya.

Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan Pasar Tradisional Lenteng dapat terus mempertahankan reputasinya sebagai contoh nyata penerapan etika bisnis Islam di tingkat

lokal, sekaligus menjadi inspirasi bagi pasar-pasar lain di Indonesia. Praktik perdagangan yang berlandaskan nilai-nilai kejujuran, kerja sama, dan ketakwaan bukan hanya membawa

keberkahan bagi para pelaku usaha, tetapi juga menciptakan perekonomian masyarakat yang sehat, berkelanjutan, dan penuh kemaslahatan.

Daftar Pustaka

- Agus Arjanto. (2012). *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*. Jakarta: Rajawali Press
- Buchari Alma. (1994). *Ajaran Islam dalam Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta
- Darussalam. (2011). *Etika Bisnis dalam Perspektif Hadits*. Cet 1. Makassar: Alaudin University Press
- Faisal Badroen. (2006). *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Prenada Media Group
- Huda, N. (2019). Faktor Individu, Lingkungan Dan Marketing Mix Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Pembelian Jamu Tradisional di Kabupaten Sumenep. *Jurnal Keislaman, Pendidikan dan Ekonomi*, Vol. 4, No. 1, Oktober 2019, 78 - 96.
- Mashur Malaka. (2014). *Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha*. *Jurnal Adl* 7(2)
- Mohamed Aslam Hancef. (2010). *Pemikiran Ekonomi Islam Kontemporer: Analisis Komperatif Terpilih*. Jakarta: PT. Grafindo Persada
- Muhammad Djakfar. (2012). *Etika Bisnis (Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi)*. Jakarta: Penebar Plus+
- Muhammad Mufid. (2009). *Etika dan Filsafat Komunikasi*. Jakarta: Kencan Prenada Media Group
- Munir Fuady. (2005). *Pengantar Hukum Bisnis*. Yogyakarta: Citra Aditya Bakti
- Nurul, H. (2022). Digital Marketing Era Society 5.0 dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Keislaman Terateks*, 7 (2), 113-125
- Siti Muzdalifah, dkk. (2019). Karakteristik Pedagang Tradisional di Pasar Keptihan Kabupaten Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi* 13(1).
- Veithzal Rival, dkk. (2002). *Islamic Business and Economic Ethic*. Jakarta: Bumi Aksara