

PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM DAN KEJUJURAN PEDAGANG TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN DI PASAR KLEWER SURAKARTA

Marhaen Arif Rachman¹, Reafel Angeliano ², Ganendra Lutfi Danadyasa³, Nizar Siroojuddin Putra Asyafiah⁴

UIN Raden Mas Said

indonesiaakunku712@gmail.com, reafel13@gmail.com,
ganendralutfidanadyasa@gmail.com, nizarsiroo@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Islamic business ethics and merchant honesty on consumer trust in klewer market, Surakarta. The study used a quantitative approach, collecting data through structured interviews and questionnaires with several merchants with varying business durations, ranging from one month to over 35 years. The variables studied included Islamic business ethics (pricing fairness, sincerity, and good service), merchant honesty (transparency of product conditions and returns of defective goods), and consumer trust (satisfaction, loyalty, and recommendations to others). The results showed that most merchants implemented principles of Islamic business ethics, such as fair pricing, friendly service, and a sincere attitude towards buyers. Furthermore, merchant honesty in conveying product conditions and providing return opportunities contributed to increased customer trust. This trust was reflected in the high levels of customer satisfaction and loyalty, with buyers frequently returning and recommending products of others. These findings confirm that the implementation of Islamic business ethics and honesty has a significant positive influence on consumer trust in klewer market, Surakarta.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh etika bisnis islam dan kejujuran pedagang terhadap kepercayaan konsumen di pasar Klewer Surakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan Teknik pengumpulan data melalui wawancara terstruktur dan kuesioner kepada beberapa pedagang yang memiliki lama usaha yang bervariasi dari 1 bulan hingga 35 tahun lebih. Variabel yang diteliti meliputi etika bisnis islam (keadilan harga, keikhlasan, dan pelayanan yang baik), kejujuran pedagang (transparansi kondisi barang dan pengembalian barang cacat, serta dengan menerapkan jual setengah harga jika kondisi barang ada minusnya jika pelanggan setuju), serta kepercayaan konsumen (kepuasan, loyalitas, dan rekomendasi kepada orang lain). Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang menerapkan prinsip etika bisnis islam seperti penerapan harga yang wajar, pelayanan yang ramah, serta sikap ikhlas terhadap pembeli. Selain itu, kejujuran

Article history

Received: Desember 2025

Reviewed: Desember 2025

Published: Desember 2025

Plagiarism checker no 80

Prefix DOI :

[10.8734/musytari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musytari.v1i2.365)

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

pedagang dalam menyampaikan kondisi barang dan memberikan kesempatan retur turut meningkatkan kepercayaan konsumen. Kepercayaan tersebut tercermin dari tingginya tingkat kepuasan dan loyalitas pembeli yang sering kembali belanja maupun merkomndasikan kepada orang lain.temuan ini memperkuat bahwa penerapan etika bisnis islam dan kejujuran memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap tingkat kepercayaan konsumen di pasar klewer Surakarta.

Keywords: Pengaruh etika bisnis terhadap pasar tradisional

PENDAHULUAN

Kegiatan jual beli merupakan proses pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli dengan imbal balik berupa uang atau bentuk pembayaran lain yang di sepakati salah satu tempat kegiatan jual beli adalah pasar. Sering perkembangan zaman perkembangan ekonomi yang sangat pesat menimbulkan persaingan bisnis yang semakin tinggi, dengan persaingan yang sangat tinggi pelaku bisnis menggunakan berbagai cara untuk mendapatkan keuntungan yang tinggi sehingga pelaku bisnis sering mengabaikan etika bisnis islam dalam meningkatkan binisnya, Seperti contoh masih banyak para pedagang yang belum menerapkan etika bisnis islam seperti halnya berperilaku tidak jujur dalam berdagang, pengurangan takaran atau timbangan, pengoplosan barang bagus dengan barang buruk dan lain sebagainya yang terjadi di pasar tradisional. Hal tersebut yang mengakibatkan para calon pembeli merasa tidak nyaman untuk datang ke pasar tradisional. Pembeli atau konsumen seharusnya menerima barang dalam kondisi baik dan dengan harga yang standar, mereka juga harus diberitahu apabila terdapat kekurangan-kekurangan pada suatu barang yang di jual sehingga si membeli bisa membedakan mana barang bagus dan yang tidak bagus. Kelengkapan suatu informasi itu sangat penting untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan suatu barang dan produk. Untuk menjadi factor penentuan bagi pembeli agar bisa menentukan pilihanya, oleh karena itu informasi merupakan hal pokok yang di butuhkan setiap konsumen, Perilaku jujur dalam memberikan suatu informasi sangat di perlukan oleh konsumen

Pasar tradisional di devinisikan sebagai pasar yang di bangun dan dikelola oleh Pemerintah Pmerintah Daerah, Swasta Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan Badan Usaha Miliik Daerah (BUMD). Pembeli atau konsusumen, kususnya yang muslim sangat mendambakan transaksi perdagangan yang di lakukin dengan landasan etika bisnis islam yakni prinsip kejujuran serta terhindar dari penipuan dan kecurangan, namun semua ini masalah rawan yang kerap terjadi di pasar tradisional. Solo adalah nama lain dari kota Surakarta, yaitu sebuah kota di provinsi Jawa Tengah yang di kenal sebagai pusat budaya jawa, kota ini memiliki julukan seperti kota budaya, kota batik, dan kota bengawan karena kekayaan tradisinya keraton,serta seni batiknya. Ada 44 pasar tradisional di kota Solo dan kami memilih pasar klewer untuk penelitian etika bisnis islam dan kejujuran pedagang terhadap kepercayaan konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan etika bisnis islam pada pedagang di Pasar Klewer di kota Solo. Untuk lebih memahami, maka secara sistematika penulisan jurnal ini berdiri dari;, Landasan Teori, Metode penelitian, Hasil Pembahasan, Kesimpulan dan Daftar Pustaka.

KAJIAN TEORI

Perdagangan merupakan aktivitas yang di jalankan oleh manusia sedunia. Islam menganjurkan umatnya untuk berdagang, karena Sembilan dari sepuluh pintu adalah dari berdagang (Al-Hafizh Al-llraqi). Etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas (Faisal Badroen dan Arief Mufraeni, 2007).

Tidak hanya sebagai pertemuan antara penjual dan pembeli, tetapi pasar merupakan tempat atau wadah interaksi social dalam bertransaksi produk tertentu atau kelompok produk tertentu misalnya pasar perumahan, pasar besar dan lain-lain (Akhmad Mujahidin, 2007). Perilaku menyimpang ditemukan di pasar tradisional antara lain pengurangan takaran dan timbangan, pengoplosan barang yang berkualitas baik dengan yang buruk, dan penjualan barang yang haram (Ema Mardiyah, 2010).

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif Dimana penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan dan menggunakan model matematis teori dan hipotesis yang berkaitan dengan fenomena yang diselidiki oleh peneliti. Kekuatan terbesar dari penelitian kuantitatif adalah data yang lebih dapat dipercaya, dan umumnya ditujukan untuk digenerasiasikan terhadap populasi yang lebih besar. Penelitian kuantitatif dipilih karena bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat melalui analisis statistic yang terukur, objektif, dan dapat digeneralisasikan, dengan menghitung pengaruh variabel x_1 (pengaruh etika bisnis) dan x_2 (kejujuran pedagang) terhadap variabel y (kepercayaan konsumen), dengan Teknik pengumpulan data kuesioner tertutup menggunakan skala likert 1-5 (1=sangat tidak setuju, 5=sangat setuju).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli secara langsung, yang ditandai dengan adanya tawar menawar harga. Maka dari itu dalam penelitian ini bertujuan untuk meneliti seberapa cocok penerapan etika bisnis islam dan kejujuran pedagang terhadap kepercayaan konsumen di pasar klewer Surakarta. Dengan menggunakan skala likert. Hasil penelitian menunjukan 3,97 bahwa beberapa pedagang sangat setuju dan ada beberapa pedagang hanya setuju dengan penerapan bisnis islam dan kejujuran pedagang untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, tetapi ada pedagang bersifat netral untuk hal ini. Dengan menunjukkan responden 10 pedagang mendapatkan variabel x_1 dan $x_2 = 79,4\%$ sangat setuju dalam menerapkan etika bisnis dan kejujuran untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Dari beberapa pembeli menunjukkan hasil 4,02 dan menunjukkan variabel $Y = 80,4\%$ sangat setuju dan percaya terhadap etika bisnis dan kejujuran yang sudah diterapkan oleh pedagang di pasar klewer Surakarta. Hal ini dibuktikan dengan data dibawah ini:

variabel pengaruh etika bisnis islam (X1)						
NO	PERTANYAAN	STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5
1	Bagaimana Bapak/Ibu menerapkan ajaran Islam dalam kegiatan jual beli sehari-hari, apakah penting?					
2	Menurut Bapak/Ibu, apakah dalam bersaing perlu saling membantu antar pedagang (ta'awun) atau cukup bersaing secara individu saja?					
3	Menurut Bapak/Ibu, apa arti berdagang yang halal dan baik menurut ajaran Islam? Apakah hal itu Bapak/Ibu terapkan dalam jual beli sehari-hari?					
4	Apakah Anda perlu menyisihkan sebagian keuntungan untuk sedekah, zakat, atau kegiatan sosial?					
5	Apakah Bapak/Ibu menerapkan nilai-nilai Islam dalam berdagang, seperti jujur dan adil ketika melayani pembeli?					

variabel kejujuran pedagang (X2)						
NO	PERTANYAAN	STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5
1	Apakah Bapak/Ibu tetap jujur dan beretika dalam berdagang, meski banyak pesaing di pasar?					
2	Apakah Bapak/Ibu merasa kejujuran lebih penting daripada keuntungan cepat? Mengapa hal itu bisa baik untuk usaha Bapak/Ibu ke depannya?					
3	Apakah Anda menjaga konsistensi dalam perilaku jujur dan beretika dalam jangka Panjang di tengah persaingan pasar yang ketat?					
4	Apakah sikap jujur membuat pembeli mau kembali berbelanja?					
5	Menurut Bapak/Ibu, apakah kejujuran penting agar pembeli percaya?					

Responden Pedagang												
umur	Nama	lama usaha	etika bisnis 1	etika bisnis 2	etika bisnis 3	etika bisnis 4	etika bisnis 5	kejujuran 1	kejujuran 2	kejujuran 3	kejujuran 4	kejujuran 5
53	wahyuni	30	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4
35	zemi	5	4	3	4	3	3	5	4	4	5	5
46	sri mulyono	3	5	3	5	4	4	4	5	4	5	5
26	diah	1 bln	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5
51	wiwit	2	4	3	4	4	4	4	4	3	5	4
42	lia	35	3	3	3	4	4	5	4	5	4	5
58	wini	19	4	4	3	4	3	4	5	4	3	4
36	dartini	36	3	3	4	4	5	4	3	3	4	4
40	tri agung	15	5	4	4	4	3	4	5	3	4	4
50	joko	22	3	4	4	5	3	5	4	3	5	4

pengaruh etika bisnis(X1)						
no	1	2	3	4	5	total
1	4	3	4	3	3	17
2	4	3	4	3	3	17
3	5	3	5	4	4	21
4	5	4	4	4	5	22
5	4	3	4	4	4	19
6	3	3	3	4	4	17
7	4	4	3	4	3	18
8	3	3	4	4	5	19
9	5	4	4	4	3	20
10	3	4	4	5	3	19

kejujuran pedagang(X2)						
no	1	2	3	4	5	total
1	4	3	3	4	4	18
2	5	4	4	5	5	23
3	4	5	4	5	5	23
4	5	4	4	4	5	22
5	4	4	3	5	4	20
6	5	4	5	4	5	23
7	4	5	4	3	4	20
8	4	3	3	4	4	18
9	4	5	3	4	4	20
10	5	4	3	5	4	21

kepercayaan konsumen(Y)						
no	1	2	3	4	5	total
1	4	3	3,5	3,5	3,5	17,5
2	4,5	3,5	4	4	4	20
3	4,5	4	4,5	4,5	4,5	22
4	5	4	4	4	5	22
5	4	3,5	3,5	4,5	4	19,5
6	4	3,5	4	4	4,5	20
7	4	4,5	3,5	3,5	3,5	19
8	3,5	3	3,5	4	4,5	18,5
9	4,5	4,5	3,5	4	3,5	20
10	4	4	3,5	5	3,5	20

KESIMPULAN

Dari data diatas mendapatkan koefisien korelasi (r) = 0,1596598 yang menunjukkan adanya hubungan positif, meskipun lemah, antara bisnis islam dan kejujuran pedagang terhadap kepercayaan konsumen di pasar klewer surakarta. Nilai kolerasi ini menggambarkan bahwa semakin baik penerapan etika bisnis islam dan kejujuran dalam kegiatan jual beli, maka semakin meningkat pula kepercayaan konsumen, meskipun pengaruhnya tidak terlalu kuat secara statistic. kesimpulannya adalah pengaruh etika bisnis islam dan kejujuran pedagang sangat penting terhadap kepercayaan konsumen dan rata rata pedagang di pasar klewer sudah menerapkan etika bisnis islam dan kejujuran di usaha nya ,rata rata konsumen juga sudah percaya terhadap pelayanan yang diberikan pedagang di pasar klewer. Namun ada beberapa pedagang yang lebih bersikap netral untuk penerapan etika bisnis Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam 10 (1), 96-112, 2022
 Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pasar Tradisional Di Kota Binjai Sumatera Utara Gadis Arniyati Athar Wahana Inovasi: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat UISU 9 (1), 124-134, 2020

Muhammad Fauzi, Wahyudin, Dudang Abdul Karim Pandangan ekonomi islam terhadap minat beli Melalui system online shop,01-05-2025

Praktik Pedagang Pasar Tradisional: Fakta dan Solusi Penerapan Etika Bisnis Islami Nilam Sari Dusturiyah: Jurnal Hukum Islam, Perundang-Undangan Dan Pranata Sosial 8 (1), 73-95, 2018