

TRANSAKSI JUAL BELI DI PASAR TRADISIONAL BANU KECAMATAN NGRAYUN KABUPATEN PONOROGO DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

Krismonika¹, Nurul Iman², Arif Hartono³
Ekonomi Syariah, Universitas Muhammadiyah Ponorogo
E-mail: [*krismonika1922@gmail.com](mailto:krismonika1922@gmail.com)

ABSTRAK

Kegiatan jual beli merupakan aktivitas ekonomi fundamental yang berperan penting dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat. Pasar tradisional sebagai pusat kegiatan ekonomi rakyat mencerminkan nilai-nilai sosial dan keagamaan, khususnya di wilayah mayoritas Muslim. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik jual beli di Pasar Tradisional Banu, Kecamatan Ngrayun, Kabupaten Ponorogo, serta menilai kesesuaiannya dengan prinsip etika bisnis Islam. Pendekatan kualitatif digunakan dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Data primer diperoleh dari para pedagang, sedangkan data sekunder bersumber dari catatan administrasi pasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang telah menerapkan prinsip etika bisnis Islam, meliputi aspek akad (suka sama suka), kejelasan objek jual beli, keabsahan ijab qabul, serta penentuan harga yang adil. Namun, ditemukan beberapa praktik yang belum sepenuhnya sesuai, seperti ketidaksesuaian dalam kualitas barang dan sistem permodalan. Kesimpulannya, meskipun penerapan etika bisnis Islam di Pasar Banu relatif baik, diperlukan edukasi lanjutan agar prinsip-prinsip tersebut dapat diimplementasikan secara konsisten dan menyeluruh.

Kata kunci

Etika Bisnis Islam, Jual Beli, Pasar Tradisional, Akad

ABSTRACT

Buying and selling is a fundamental economic activity that plays a vital role in meeting community needs. Traditional markets, as centers of economic activity, reflect social and religious values, particularly in Muslim-majority areas. This study aims to analyze buying and selling practices at Banu Traditional Market, Ngrayun District, Ponorogo Regency, and assess their compliance with the principles of Islamic business ethics. A qualitative approach was used, with data collection techniques including observation, in-depth interviews, and documentation. Primary data were obtained from traders, while secondary data were sourced from market administration records. The results indicate that most traders have implemented the principles of Islamic business ethics, including aspects of mutual consent (akad), clarity of the object of the sale and purchase, the validity of the ijab qabul (consent), and fair pricing. However, several practices were found that were not fully compliant, such as inconsistencies in the quality of goods and the capital system. In conclusion, although the implementation of Islamic business ethics at Banu Market is relatively good, further education is needed to ensure consistent and comprehensive implementation of these principles.

Keywords

Islamic Business Ethics, Buying and Selling, Traditional Markets, Contracts

1. PENDAHULUAN

Jual beli merupakan salah satu aktivitas ekonomi tertua yang hingga kini tetap menjadi fondasi utama dalam kehidupan bermasyarakat (Rohmah & Badi', 2020). Pasar tradisional sebagai pusat perniagaan rakyat memiliki peran strategis dalam memenuhi kebutuhan ekonomi harian penduduk (Raniasa & Kasnelly, 2024). Namun, seiring perkembangan zaman dan semakin kompleksnya dinamika ekonomi, praktik jual beli sering kali menjauh dari prinsip-prinsip etika yang seharusnya menjadi landasan (Nada

& Nuraeni, 2023). Banyak pelaku usaha yang mengedepankan orientasi keuntungan semata, tanpa memperhatikan nilai-nilai moral dan keadilan dalam bertransaksi (Nurhalisa & Sakti, 2025) (Azizah Rahmawati, 2023).

Islam sebagai agama mayoritas di Indonesia telah menetapkan etika bisnis yang bersumber dari Al-Qur'an dan sunnah, seperti prinsip suka sama suka, kejujuran, keadilan, serta larangan riba dan penipuan (Pratama et al., 2025). Prinsip-prinsip ini tidak hanya bernilai spiritual, tetapi juga menjadi landasan normatif dalam menciptakan sistem ekonomi yang berkeadilan dan berkelanjutan (Maulida et al., 2024). Etika bisnis Islam menekankan pentingnya transparansi informasi, kejelasan akad, serta perlindungan terhadap hak konsumen (Panjaitan & Febrian, 2025). Pelanggaran terhadap prinsip-prinsip ini dapat menimbulkan ketimpangan, hilangnya kepercayaan, bahkan merusak tatanan sosial-ekonomi (Dalam et al., 2025).

Pasar tradisional Banu di Kecamatan Ngrayun, Kabupaten Ponorogo, merupakan contoh nyata lingkungan ekonomi yang masih menerapkan pola transaksi tradisional. Di tengah dominasi masyarakat Muslim, penting untuk mengkaji bagaimana penerapan etika bisnis Islam berlangsung dalam praktik sehari-hari (Hartono et al., 2025). Apakah para pedagang telah memahami dan mengimplementasikan prinsip-prinsip syariah dalam transaksi mereka, ataukah praktik jual beli di pasar ini masih diwarnai penyimpangan terhadap nilai-nilai Islam? (Eva CLaudia Boru Lubis et al., 2024).

Permasalahan ini menjadi penting untuk diteliti secara ilmiah karena etika dalam bisnis tidak hanya menyangkut hubungan antara penjual dan pembeli, tetapi juga mencerminkan integritas sosial dan spiritual umat (Adelia & Hasnah Nasution, 2024). Dengan pendekatan yang sistematis dan analisis berdasarkan indikator etika bisnis Islam, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran utuh tentang realitas pasar tradisional serta menawarkan rekomendasi perbaikan yang konstruktif. Upaya ini menjadi bagian dari dakwah ekonomi Islam yang tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga aplikatif dalam kehidupan nyata masyarakat (Banu Widodo et al., 2024).

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan rancangan penelitian lapangan untuk menggambarkan secara mendalam praktik jual beli di Pasar Tradisional Banu, Kecamatan Ngrayun, Kabupaten Ponorogo. Peneliti bertindak sebagai instrumen kunci dengan teknik pengumpulan data melalui observasi partisipatif pasif, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber, dengan melibatkan perspektif pedagang, pembeli, dan pengelola pasar.

2.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ditetapkan di Pasar tradisional Banu di Kecamatan Ngrayun, Kabupaten Ponorogo, yang memiliki karakteristik sosial budaya khas dan menjadi pusat transaksi masyarakat sekitar. Data primer diperoleh dari pedagang, pembeli, dan pengelola pasar, sedangkan data sekunder bersumber dari dokumentasi resmi dan literatur terkait.

2.2 Analisis Data

Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data dalam bentuk naratif, dan penarikan kesimpulan berbasis makna (interpretatif). Penelitian ini menitikberatkan pada empat prinsip etika bisnis Islam: keadilan, kejujuran, tanggung jawab, dan kehendak bebas.

2.3 Keabsahan Data

Keabsahan data dijamin dengan teknik triangulasi sumber, melibatkan perspektif pedagang, pembeli, dan pengelola pasar. Tahapan penelitian mencakup: identifikasi masalah, kajian literatur, penyusunan instrumen, pengumpulan data, analisis data, dan penarikan kesimpulan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Paparan Data Pasar Tradisional Banu

Pasar Tradisional Banu yang berlokasi di Kecamatan Ngrayun, Kabupaten Ponorogo, merupakan pusat aktivitas ekonomi masyarakat lintas desa, termasuk Desa Baosan Kidul, Gedangan, Sendang, dan Bausan Lor. Meski baru diresmikan secara formal pada 2 Juni 2024, pasar ini telah eksis selama puluhan tahun dan beroperasi setiap lima hari sekali, tepatnya pada hari Wage menurut kalender Jawa. Jam operasional pasar dimulai sejak pukul 05.00 hingga sekitar 10.00 pagi, dengan aktivitas jual beli yang mencakup produk pertanian (empon-empon), kebutuhan pokok, pakaian, makanan, hingga emas. Data menunjukkan 13 jenis dagangan aktif, dengan jumlah pedagang terbesar berasal dari sektor pakaian (12 pedagang). Total pedagang kini mencapai hampir 30, menunjukkan pertumbuhan signifikan dalam struktur ekonomi lokal. Fasilitas pasar mengalami perbaikan signifikan, seperti pembangunan kamar mandi, tempat wudhu, akses jalan masuk, dan renovasi los. Namun, masih terdapat kekurangan seperti ketiadaan area parkir yang memadai, tempat sampah, dan mushola. Pemerintah desa melalui Kepala Desa Baosan Kidul menegaskan bahwa revitalisasi infrastruktur akan terus dioptimalkan guna menunjang kenyamanan transaksi serta peningkatan daya saing pasar. Visi pasar adalah menciptakan sistem pengelolaan pasar yang terpadu, efektif, dan efisien. Misi utamanya meliputi peningkatan ekonomi masyarakat, pemberdayaan produk lokal, dan pengembangan sistem pengelolaan keuangan pasar.

3.2 Hasil Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada 10-26 Juli 2024 di Pasar Tradisional Banu, Kecamatan Ngrayun, Kabupaten Ponorogo, dengan delapan responden (tiga pedagang, tiga pembeli, kepala desa, dan pengelola pasar). Analisis dilakukan berdasarkan indikator: rukun jual beli, objek akad, ijab qabul, dan etika penentuan harga, serta dilihat dari perspektif etika bisnis Islam.

1. Praktik Jual Beli di Pasar Tradisional Banu

a. Aqid (Pihak Berakad)

Aktivitas jual beli dilakukan oleh pedagang dan pembeli, baik dari dalam maupun luar desa. Wawancara menunjukkan interaksi berlangsung secara sukarela, tanpa paksaan, dan penuh penghormatan terhadap pelanggan. Semua pedagang menerapkan prinsip keadilan dalam pelayanan.

b. Objek Akad

Objek jual beli meliputi barang-barang kebutuhan pokok hingga jasa, dengan komoditas seperti sembako, sayur-mayur, daging, pakaian, dan jasa potong rambut. Wawancara mengindikasikan bahwa barang yang diperjualbelikan memiliki manfaat, bukan barang haram, dan tersedia secara fisik di pasar saat transaksi dilakukan.

c. Ijab Qabul

Transaksi dilakukan secara langsung melalui lafaz (ucapan) dan penyerahan barang serta uang sebagai bentuk ijab qabul. Proses ini menunjukkan kesepakatan dua belah pihak dan sesuai dengan syarat sah jual beli menurut syariat Islam, meski tidak semua pihak menyadari terminologi hukumnya.

d. Etika Penetapan Harga

Sistem penetapan harga di pasar Banu masih bercorak tradisional, yaitu tawar-menawar dan harga pas. Mayoritas pedagang menekankan kejujuran dalam menyampaikan kualitas barang dan tidak memaksakan pembeli. Pembayaran dilakukan secara tunai dan transparan saat transaksi berlangsung.

2. Praktik Jual Beli dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

a. Jual Beli Tradisional

Masih ditemukan pedagang menggunakan alat ukur non-standar seperti literan, bahkan disertai praktik yang mengurangi takaran seperti memasukkan jari ke dalam wadah. Hal ini tidak sesuai dengan prinsip kejujuran dan keadilan dalam etika bisnis Islam.

b. Aspek Permodalan

Modal usaha diperoleh dari berbagai sumber, mulai dari tabungan pribadi hingga pinjaman keluarga atau koperasi. Namun, keterbatasan akses ke lembaga keuangan formal masih menjadi hambatan utama bagi pedagang kecil.

3.3 Pembahasan

Penelitian ini mengkaji praktik jual beli di Pasar Tradisional Banu Kecamatan Ngrayun Ponorogo dalam perspektif etika bisnis Islam yang mencakup prinsip keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, kejujuran, serta aspek permodalan, cara transaksi, dan kualitas-kuantitas barang.

- a. Prinsip Keadilan Pedagang memperlakukan pembeli secara adil tanpa diskriminasi, menetapkan harga yang wajar dan seragam, serta tidak melakukan monopoli. Namun, respons pedagang terhadap pembeli emosional kadang bersifat reaktif. Secara umum, prinsip keadilan telah terimplementasi dengan baik.
- b. Prinsip Kehendak Bebas Transaksi di pasar ini mencerminkan adanya kebebasan memilih dan hak khayar bagi pembeli dan penjual. Tidak ditemukan unsur keterpaksaan dalam jual beli. Meskipun sebagian pelaku belum memahami konsep akad secara teoritis, mereka sudah menjalankan praktiknya secara etis.
- c. Prinsip Tanggung Jawab Pedagang menunjukkan sikap tanggung jawab dengan tidak menjual barang rusak atau haram, serta menanggapi keluhan konsumen. Namun, dari sisi pengelolaan pasar, belum terdapat regulasi yang jelas terkait standar barang, sehingga masih bergantung pada opini dan kesadaran pribadi.
- d. Prinsip Kejujuran Pedagang memberikan informasi barang secara apa adanya tanpa menipu, baik terkait kualitas, harga, maupun waktu pembayaran. Tidak ditemukan praktik curang atau ketidakjujuran dalam interaksi jual beli antara pedagang dan pembeli.

Perspektif Etika Bisnis Islam terhadap Praktik Jual Beli

- a. Jual Beli Tradisional: Sistem transaksi masih konvensional, tanpa teknologi digital. Namun, sebagian pedagang belum menggunakan timbangan akurat, dan terjadi praktik mencurangi takaran seperti memasukkan jari ke dalam alat ukur.
- b. Permodalan: Beberapa pedagang memperoleh modal dari pinjaman bank konvensional yang mengandung unsur riba, yang bertentangan dengan prinsip ketuhanan dalam etika bisnis Islam.
- c. Cara Transaksi: Masih ditemukan praktik tidak etis seperti petani mencampur barang (misal kencur dan kunci) tanpa kesepakatan. Ini bertentangan dengan prinsip tanggung jawab dan transparansi.
- d. Kualitas dan Kuantitas Barang: Pedagang di pinggiran pasar menjual barang tanpa takaran standar dan dalam kemasan tertutup, sehingga pembeli tidak dapat menilai

kualitas atau jumlah barang secara langsung. Praktik ini menyalahi prinsip keadilan, tanggung jawab, dan kehendak bebas.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di Pasar Tradisional Banu, Kecamatan Ngrayun, Kabupaten Ponorogo, dapat disimpulkan bahwa praktik transaksi jual beli yang dilakukan oleh sebagian besar pedagang telah merefleksikan penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, meliputi keadilan, kebebasan berkehendak, tanggung jawab, dan kejujuran. Proses transaksi berlangsung secara sukarela tanpa paksaan, dengan mayoritas pedagang menunjukkan itikad baik dalam menyampaikan kondisi barang secara jujur dan menghindari tindakan yang merugikan konsumen. Namun demikian, pemahaman pedagang terhadap konsep etika bisnis Islam lebih bersifat pengalaman praktis sehari-hari daripada didasarkan pada kesadaran normatif yang bersumber dari pemahaman syariah secara komprehensif. Hal ini dipengaruhi oleh keterbatasan pendidikan formal dan minimnya sosialisasi nilai-nilai etika Islam. Ditinjau dari dimensi implementasi, masih ditemukan sejumlah praktik yang belum sejalan dengan prinsip etika bisnis Islam, antara lain penggunaan modal yang bersumber dari sistem berbasis riba, ketidaksesuaian antara kualitas dan kuantitas barang, serta keterbatasan transparansi dalam transaksi. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun nilai-nilai etika telah diaktualisasikan secara praktis, internalisasi prinsip-prinsip tersebut ke dalam kesadaran keislaman pelaku usaha belum optimal. Oleh karena itu, diperlukan upaya edukasi dan pembinaan berkelanjutan dari pihak terkait guna memperkuat pemahaman syariah, sehingga penerapan etika bisnis Islam dapat berjalan secara konsisten, menyeluruh, dan berkelanjutan dalam aktivitas ekonomi masyarakat pasar tradisional.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, C., & Hasnah Nasution, N. (2024). Perspektif Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Pakaian di Pasar Tradisional. *Social Science and Contemporary Issues Journal*, 2(2), 395–403. <https://doi.org/10.59388/sscij.v2i2.485>
- Azizah Rahmawati, S. T. S. (2023). Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Masyarakat Modern. *Manajemen Bisnis Syariah*, Vol 3, 7.
- Banu Widodo, R. B. W., Miftahussa'adah Wardi, & Farah Nur Latifah. (2024). Peran Pemuda Dalam Dakwah Menyongsong Era Indonesia Emas 2045. *Jurnal Bina Ummat: Membina Dan Membentengi Ummat*, 7(2), 125–134. <https://doi.org/10.38214/jurnalbinaummatstidnatsir.v7i2.297>
- Dalam, D., Hukum, P., & Islam, B. (2025). *Media Riset Bisnis Manajemen Akuntansi*. 1(1), 1–13.
- Eva CLaudia Boru Lubis, E. C. B. L., Sulia Sukmati, U., & Iva Ashari Ananda. (2024). Implementasi Nilai-Nilai Dasar Ekonomi Syariah Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Muslim Di Pasar Rabu Kecamatan Galing Kabupaten Sambas. *Sebi : Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(2), 86–92. <https://doi.org/10.37567/sebi.v6i2.3033>
- Hartono, R. I., Yulisman, P., Fitriya Murni, R., Mahmud Yunus Lubuk Lintah, J., Kuranji, K., & Padang, K. (2025). *Etika Bisnis Islami dalam Perspektif Fiqih Muamalah Antara Hukum, Moral, dan Spiritualitas*. 241–250.
- Maulida, Novita, & Siti Femilivia Aisyah. (2024). Etika Bisnis Islam: Implementasi Prinsip Keadilan Dan Tanggung Jawab Dalam Ekonomi Syariah. *El-Iqthisadi Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Hukum Dan Syariah*, 6, 49–61.

<https://doi.org/10.24252/el-iqthisady.vi.46740>

- Nada, S., & Nuraeni, H. A. (2023). Etika Perdagangan dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 2891. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.8222>
- Nurhalisa, & Sakti, S. (2025). Konsep Etika Bisnis Islam Pada Perdagangan Kuliner Digital. *J-EBI Jurnal Ekonomi Bisnis Islam*, 4(01), 41–57. <https://doi.org/10.57210/j-ebi4014>
- Panjaitan, C. N., & Febrian, S. (2025). Integrasi Perspektif Bisnis Islam : Definisi , Pentingnya , Etika , dan Landasan dalam Al-Quran sebagai Panduan Praktik Bisnis Berkelanjutan. *Jurnal Ilmiah Nusantara (JINU)*, 2(2), 510–522.
- Pratama, R. A., Maulana, R. A., & Marlina, L. (2025). Etika Bisnis Islam dalam Praktik Fast Fashion: Studi Kasus Zara. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen (JURBISMAN)*, 3(1), 227–232.
- Raniasa, F., & Kasnelly, S. (2024). Penilaian Masyarakat Mengenai Peran Pasar Tradisional Dalam Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi. *Publiciana*, 4(2), 107–118. <https://ejournal.an-nadwah.ac.id/index.php/Al-amal/article/view/730/553>
- Rohmah, K., & Badi', A. (2020). p-ISSN 2615-4293 e-ISSN 2723-7567 <http://https://ejournal.iai-tribakti.ac.id/index.php/perbankan>. *At-Tamwil*, 2(2), 218–236.