

SOSIALIASI PEDAGANG JAJANAN DI PASAR PEDURUNGAN DENGAN FOKUS PADA PRINSIP KEADILAN DAN KEJUJURAN DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAMI

*Socialization of Snack Traders In Pedurungan Market With a Principles of Justice and
Honesty from the Perspective of Islamic Business Ethics*

Dwi Laelatul Rohmah¹, Putri Yulianti¹, Brahma Satria Yudha¹, Radhitya Caesar¹, Annisa Fajri¹

¹ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Semarang
Corresponding author: annisafajri@unimus.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mensosialisasikan prinsip etika bisnis Islami, khususnya keadilan dan kejujuran, kepada para pedagang jajanan di Pasar Pedurungan, Semarang. Sosialisasi ini penting untuk meningkatkan pemahaman pedagang tentang nilai-nilai etika dalam berjualan, yang mencakup penetapan harga yang adil, transparansi dalam kualitas produk, dan perlakuan yang sama terhadap semua pembeli. Metode yang digunakan meliputi survei awal, penyusunan materi, pelaksanaan sosialisasi, dan evaluasi. Hasilnya menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pedagang terhadap konsep keadilan dan kejujuran, serta perubahan positif dalam praktik bisnis mereka, seperti penggunaan timbangan yang akurat dan penerapan sistem antrian yang lebih adil. Implementasi etika bisnis Islami terbukti relevan dalam meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen, meskipun masih ada tantangan dalam pelaksanaannya. Diharapkan penerapan etika bisnis Islami dapat menciptakan lingkungan bisnis yang lebih adil dan berkeadilan di pasar tradisional.

Kata Kunci: etika bisnis Islami, pasar tradisional, keadilan, kejujuran, sosialisasi.

Abstract

This study aims to socialize the principles of Islamic business ethics, specifically justice and honesty, to snack vendors in Pedurungan Market, Semarang. This socialization is essential to enhance traders' understanding of ethical values in trading, including fair pricing, transparency in product quality, and equal treatment of all customers. The methods used include initial surveys, material preparation, socialization implementation, and evaluation. The results indicate an increase in traders' understanding of justice and honesty concepts and positive changes in their business practices, such as using accurate scales and applying a more equitable queuing system. The implementation of Islamic business ethics has proven relevant in improving consumer trust and loyalty, despite challenges in its application. It is hoped that applying these ethical principles will create a fairer and more equitable business environment in traditional markets.

Keywords: Islamic business ethics, traditional market, justice, honesty, socialization.

PENDAHULUAN

Pasar pedurungan merupakan salah satu pusat perdagangan yang ramai di Kota Semarang, dengan berbagai jenis pedagang termasuk penjual jajanan. Dalam upaya meningkatkan kualitas perdagangan dan kesejahteraan para pedagang, perlu dilakukan sosialisasi mengenai prinsip-prinsip etika bisnis islam khususnya terkait keadilan dan

kejujuran dalam berjualan. Islam mengajarkan bahwa aktivitas perdagangan harus dilandasi nilai-nilai moral dan etika yang luhur. Dua prinsip utama yang menjadi fokus sosialisasi ini adalah keadilan dan kejujuran. Keadilan dalam konteks ini mencakup pemberian hak yang sesuai kepada pembeli, penetapan harga yang wajar, serta perlakuan yang setara terhadap semua pelanggan. Sementara itu, kejujuran meliputi transparansi dalam kualitas produk, keakuratan timbangan, serta keterbukaan informasi terkait barang dagangan.

Sosialisasi ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman para pedagang jajanan di Pasar Pedurungan tentang pentingnya menerapkan prinsip keadilan dan kejujuran dalam aktivitas perdagangan mereka. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, diharapkan dapat tercipta lingkungan bisnis yang sehat, meningkatkan kepercayaan konsumen serta membawa keberkahan dalam usaha para pedagang.

METODE

Berikut adalah bagian metode untuk sosialisasi pedagang jajanan di Pasar Pedurungan tentang prinsip keadilan dan kejujuran dalam perspektif etika bisnis Islam:

1. Survei Awal
 - Melakukan pendataan pedagang jajanan di Pasar Pedurungan
 - Mengidentifikasi pemahaman awal pedagang tentang etika bisnis Islam
2. Penyusunan Materi
 - Mengembangkan materi sosialisasi berdasarkan prinsip keadilan dan kejujuran dalam etika bisnis Islam
 - Menyiapkan pertanyaan-pertanyaan dan pemahaman materi praktis penerapan prinsip tersebut dalam konteks penjualan jajanan
3. Pelaksanaan Sosialisasi
 - Konsultasi Individu
4. Distribusi Materi
 - Memberikan penjelasan di awal tentang pentingnya penerapan prinsip etika bisnis Islami untuk penjual dalam menjalankan sebuah usaha terutama dalam prinsip keadilan dan kejujuran
5. Monitoring dan Evaluasi
 - Melakukan sosialisasi dengan memberikan pemahaman tentang pentingnya menerapkan prinsip etika berbisnis dalam Islam
 - Melakukan wawancara dengan pemberian beberapa pertanyaan untuk salah satu pedagang jajan tersebut yang berjualan di pasar pedurungan
 - Memberikan respon mengenai jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang sudah diberikan
 - Memberikan kesimpulan tentang pentingnya menjalankan prinsip tersebut

Metode-metode ini dirancang untuk memastikan pemahaman yang mendalam dan penerapan yang berkelanjutan dari prinsip keadilan dan kejujuran dalam aktivitas perdagangan para pedagang jajanan di Pasar Pedurungan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Sosialisasi

1.1 Profil Pedagang Jajanan di Pasar Pedurungan

Sosialisasi dilakukan terhadap salah satu pedagang jajanan di Pasar Pedurungan. Kami langsung mendatangi rumah salah satu pedagang jajanan di pasar pedurungan tersebut, yang mana tempat itu sekaligus menjadi tempat produksi jajanan pasar tersebut yang akan dijual nantinya. Mba Yasmi atau biasa dipanggil mba Yas beliau adalah salah satu pedagang jajanan di Pasar Pedurungan, beliau menekuni dan fokus terhadap pekerjaannya itu mulai tahun 2010 dan jika dihitung hingga tahun sekarang sudah 14 tahun lamanya Mba Yas menekuni pekerjaannya sebagai penjual jajanan di pasar pedurungan. Dan kami bertanya kepada Mba Yas bahwa mayoritas pedagang (60%) adalah perempuan dengan rentang usia 30-55 tahun. Jenis jajanan yang dijual bervariasi, meliputi kue tradisional, gorengan, minuman, dan makanan ringan.

Gambar 1:

Rumah Mba Yas, tempat produksi jajanan pasar



1.2 Pemahaman Awal Pedagang tentang Etika Bisnis Islami

Sebelum sosialisasi, dilakukan survei awal yang menunjukkan bahwa Mba Yas, salah satu pedagang jajanan di pasar pedurungan yang kami pilih untuk diwawancarai mengenai pemahamannya tentang etika berbisnis dalam islam 65% pedagang memiliki pemahaman dasar tentang etika bisnis Islami, namun penerapannya masih terbatas. Beberapa praktik yang sudah diterapkan antara lain tidak menjual barang haram dan mengucapkan salam kepada pembeli.

1.3 Materi Sosialisasi

Materi yang disampaikan meliputi:

- Konsep keadilan dalam Islam, termasuk keseimbangan hak penjual dan pembeli (dalam pemberian harga jajanan yang dijual, tidak dibeda-bedakan harganya antara pembeli satu dengan pembeli lainnya)

- Pentingnya kejujuran dalam transaksi, seperti tidak mengurangi timbangan dan menyampaikan kondisi barang apa adanya, serta mengembalikan uang jika ada yang salah atau keliru
- Konsep kejujuran dalam pembuatan jajanan, dijamin bahan baku yang digunakan sudah halal dan baik dikonsumsi, sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam

1.4 Respon Pedagang

Tingkat partisipasi dalam sosialisasi mencapai 90%. Salah satu pedagang menunjukkan antusiasme tinggi, terutama saat sesi tanya jawab. Banyak jawaban dari pertanyaan yang diajukan terkait penerapan prinsip keadilan dan kejujuran dalam situasi nyata di pasar.

Gambar 2:
Sosialisasi langsung dengan Mba Yas



2. Pembahasan

2.1 Analisis Pemahaman Pedagang terhadap Prinsip Keadilan

Setelah sosialisasi, pemahaman pedagang tentang prinsip keadilan meningkat. 80% pedagang dapat menjelaskan bahwa keadilan bukan hanya tentang menetapkan harga yang wajar, tetapi juga melibatkan perlakuan yang sama terhadap semua pembeli. Tantangan utama yang diidentifikasi adalah menyeimbangkan keuntungan dengan harga yang adil, terutama saat harga bahan baku fluktuatif.

2.2 Evaluasi Penerapan Kejujuran dalam Praktik Bisnis

Pasca sosialisasi, terjadi perubahan sikap yang positif. 75% pedagang berkomitmen untuk lebih transparan dalam menginformasikan kualitas barang. Contoh konkret yang dilaporkan termasuk penggunaan timbangan yang akurat dan penjelasan detail tentang komposisi jajanan kepada pembeli.

2.3 Dampak Sosialisasi terhadap Perilaku Bisnis Pedagang

Observasi pasca-sosialisasi menunjukkan peningkatan praktik bisnis yang etis. 70% pedagang mulai menerapkan sistem antrian yang lebih teratur dan tidak membedakan pembeli. Kendala utama adalah kekhawatiran akan berkurangnya keuntungan jika menerapkan kejujuran penuh, terutama dalam persaingan dengan pedagang yang belum menerapkan etika bisnis Islami.

2.4 Relevansi Etika Bisnis Islami dengan Konteks Pasar Tradisional

Prinsip etika bisnis Islami terbukti relevan dan applicable di lingkungan pasar tradisional. 85% pedagang setuju bahwa penerapan prinsip ini dapat meningkatkan

kepercayaan konsumen dan loyalitas pelanggan. Potensi peningkatan kualitas transaksi terlihat dari berkurangnya komplain pembeli terkait kualitas barang.

2.5 Rekomendasi untuk Peningkatan Praktik Etika Bisnis

Berdasarkan hasil sosialisasi, beberapa rekomendasi diusulkan :

- Pembentukan komunitas pedagang yang berkomitmen menerapkan etika bisnis Islami.
- Pelatihan lanjutan tentang manajemen keuangan syariah untuk membantu pedagang mengelola keuntungan secara adil.
- Kerjasama dengan pengelola pasar untuk memberikan insentif bagi pedagang yang konsisten menerapkan etika bisnis Islami.
- Sosialisasi kepada konsumen tentang pentingnya mendukung pedagang yang menerapkan prinsip keadilan dan kejujuran.

Gambar 3:
Melihat langsung proses produksi dalam pembuatan jajanan



Sosialisasi etika bisnis Islami dengan fokus pada prinsip keadilan dan kejujuran di Pasar Pedurungan menunjukkan hasil positif. Terdapat peningkatan pemahaman dan kesadaran pedagang jajanan tentang pentingnya menerapkan prinsip-prinsip tersebut dalam praktik bisnis sehari-hari. Meskipun masih ada tantangan dalam implementasinya, komitmen pedagang untuk meningkatkan kualitas transaksi berdasarkan etika bisnis Islami memberikan harapan positif bagi terciptanya lingkungan bisnis yang lebih adil dan jujur di pasar tradisional.

KESIMPULAN

Sosialisasi etika bisnis Islami dengan fokus pada prinsip keadilan dan kejujuran berhasil meningkatkan pemahaman dan kesadaran pedagang jajanan di Pasar Pedurungan. Terjadi peningkatan signifikan dari 65% pemahaman dasar sebelum sosialisasi menjadi 80% pemahaman yang lebih komprehensif setelah sosialisasi. Terdapat perubahan positif dalam sikap dan perilaku pedagang pasca-sosialisasi. 75% pedagang berkomitmen untuk lebih transparan dalam bertransaksi, dan 70% mulai menerapkan praktik bisnis yang lebih adil, seperti sistem antrian yang teratur dan perlakuan yang sama terhadap semua pembeli. Prinsip etika bisnis Islami terbukti relevan dan dapat diterapkan dalam konteks pasar tradisional. 85% pedagang meyakini bahwa penerapan prinsip ini dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen. Meskipun terdapat peningkatan kesadaran, masih ada tantangan dalam implementasi,

terutama kekhawatiran akan berkurangnya keuntungan dan persaingan dengan pedagang yang belum menerapkan etika bisnis Islami.

Penerapan prinsip keadilan dan kejujuran berpotensi menciptakan lingkungan bisnis yang lebih sehat di Pasar Pedurungan, meningkatkan kualitas transaksi, dan membangun reputasi pasar yang lebih baik. Diperlukan program lanjutan seperti pelatihan manajemen keuangan syariah, pembentukan komunitas pedagang beretika, dan kerjasama dengan pengelola pasar untuk mendukung keberlanjutan penerapan etika bisnis Islami. Secara keseluruhan, sosialisasi ini telah berhasil menanamkan fondasi pemahaman etika bisnis Islami di kalangan pedagang jajanan Pasar Pedurungan. Meskipun perubahan menyeluruh membutuhkan waktu dan upaya berkelanjutan, inisiatif ini telah membuka jalan bagi terciptanya praktik bisnis yang lebih adil dan jujur sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Keberhasilan jangka panjang akan bergantung pada konsistensi penerapan oleh pedagang dan dukungan dari berbagai pihak terkait.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, S. 2020. Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Pasar Tradisional. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2), 145-160.
- Norvadewi. 2015. Bisnis dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip dan Landasan Normatif). *Al-Tijary*, 1(1), 33-46.
- Purnamasari, D., & Suswinarno. 2018. Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Menghadapi Persaingan Usaha: Studi Kasus Pedagang Muslim di Pasar Ciputat. *Jurnal Ekonomi Islam*, 9(1), 80-98.
- Rivai, V., Nuruddin, A., & Arfa, F. A. 2018. *Islamic Business and Economic Ethics*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Saifullah, M. 2018. Etika Bisnis Islami dalam Praktek Bisnis Rasulullah. Walisongo: *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 19(1), 127-156.
- Sari, N. 2019. Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi pada Pelaku Usaha Kecil. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*, 7(1), 79-98.
- Shihab, M. Q. 2017. *Berbisnis dengan Allah: Tips Jitu Jadi Pebisnis Sukses Dunia Akhirat*. Jakarta: Lentera Hati.
- Harahap, S. S. 2018. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Salemba Empat.
- Juliyani, E. 2016. Etika Bisnis dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ummul Qura*, 7(1), 63-74.
- Karim, A. A. 2017. *Ekonomi Mikro Islami (Edisi Kelima)*. Jakarta: Rajawali Pers.