

IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA JUAL BELI JERUK NIPIS:(STUDI KASUS AL-HAFSOH JERUK NIPIS DESA GLATIK, KEC. UJUNG PANGKAH, KAB. GRESIK)

Muhammad Ziyadul Fikri*¹, Novie Andriani Zakariya²,
^{1,2} Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi,
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
e-mail: ¹ fikriziyad33@gmail.com, ² novie.andriani@uinsa.ac.id,

Abstrak

Perdagangan jeruk nipis merupakan mata pencaharian penting bagi masyarakat Desa Glatik, Kabupaten Gresik. Namun, dalam praktik jual belinya masih ditemukan berbagai permasalahan seperti ketidakjelasan mutu buah, praktik kecurangan, dan ketidakadilan dalam transaksi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi etika bisnis Islam pada kegiatan jual beli jeruk nipis oleh pelaku usaha lokal, khususnya Al-Hafsoh Jeruk Nipis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui metode penelitian lapangan dengan teknik observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa prinsip-prinsip utama etika bisnis Islam seperti ketauhidan, keadilan, tanggung jawab, kebebasan, ihsan, serta komitmen terhadap kehalalan telah diterapkan dalam aktivitas jual beli, meskipun masih terdapat tantangan dalam hal standar mutu dan pengawasan transaksi. Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa implementasi prinsip-prinsip etika bisnis Islam memiliki peran signifikan dalam membangun dan meningkatkan kepercayaan antara pelaku usaha, petani, dan konsumen, serta mendorong terbentuknya sistem perdagangan yang lebih adil dan berkelanjutan.

Kata kunci: Etika Bisnis Islam, Jeruk Nipis, Jual Beli, UMKM, Desa Glatik

Abstract

The lime trade is an important livelihood for the people of Glatik Village, Gresik Regency. However, in the practice of buying and selling, various problems are still found such as unclear fruit quality, fraudulent practices, and unfairness in transactions. This study aims to find out how the implementation of Islamic business ethics in lime buying and selling activities by local business actors, especially Al-Hafsoh Lime. This study uses a descriptive qualitative approach through field research methods with observation techniques, in-depth interviews, and documentation. The results of the study show that the main principles of Islamic business ethics such as monotheism, justice, responsibility, freedom, ihsan, and commitment to halal have been applied in buying and selling activities, although there are still challenges in terms of quality standards and transaction supervision. The findings of this study indicate that the implementation of Islamic business ethics principles has a significant role in building and increasing trust between business actors, farmers, and consumers, as well as encouraging the formation of a fairer and more sustainable trading system.

Keywords: Islamic Business Ethics, Lime, Buying and Selling, Small Business, Glatik Village

A. Pendahuluan

Pendahuluan Transaksi ekonomi berlangsung karena hakikat manusia sebagai makhluk sosial tercermin dalam kebutuhannya untuk berinteraksi dan bekerja sama dengan sesama, di mana setiap kebutuhan tidak dapat dipenuhi sendiri, sehingga muncul transaksi bisnis. Sejak awal peradaban, manusia telah menjalankan kegiatan bisnis sebagai bagian dari kebutuhan hidupnya. Dalam sejarah perdagangan Islam, aktivitas bisnis atau berdagang telah ada sejak zaman Nabi Adam as. Habil dan Qabil yang telah membuka jalan di sektor kewirausahaan. Rasulullah saw. secara langsung terlibat dalam usaha dan perdagangan sebelum diangkat sebagai seorang rasul. Sejak berusia 12 tahun, Rasulullah saw. sering menemani rombongan pamannya, Abu Thalib, saat berbisnis di Syam. (Ulfah dan Aرسال 2022, 109)

Kegiatan transaksi jual beli memiliki peranan vital dalam kehidupan, berfungsi sebagai sarana pemenuhan kebutuhan masyarakat, baik yang bersifat fisik maupun rohani. Transaksi yang baik adalah transaksi yang sesuai dengan hukum syar'i dan terhindar dari tindakan yang berpotensi menghasilkan konsekuensi yang merugikan bagi salah satu pihak yang terlibat dalam interaksi tersebut, baik penjual maupun konsumen, sambil mengharapkan keridhaan dari Allah Swt. Transaksi jual beli memiliki prinsip-prinsip yang harus diperhatikan, termasuk hal-hal yang sebaiknya diterima dan ditolak, apa yang diperbolehkan (halal) dan apa yang terlarang (haram), serta tidak menimbulkan kerugian dalam proses jual beli akibat kejahatan seperti penipuan, pengurangan ukuran, takaran dan timbangan, gharar (ketidakpastian), monopoli (penguasaan sepihak), dilarang riba (bunga), dan harus dilakukan secara sukarela tanpa paksaan. (Yudinor t.t., 39–40)

Dalam praktik ekonomi, etika bisnis Islam menjadi salah satu pijakan utama yang menitikberatkan pada nilai kejujuran, keadilan, serta tanggung jawab. Menurut pandangan ekonomi Islam, perdagangan tidak hanya dilihat sebagai kegiatan ekonomi untuk meraih profit, tetapi juga sebagai bentuk ibadah yang bertujuan untuk mendapatkan keberkahan. Akan tetapi, dalam kenyataannya, sering kali dijumpai perilaku para pedagang yang menyimpang dari kaidah-kaidah etika dalam bisnis menurut ajaran Islam, seperti penipuan, ketidakjujuran, penimbunan barang, dan penetapan harga yang tidak wajar. Fenomena ini tidak hanya merugikan pembeli, tetapi

juga menimbulkan ketidakstabilan ekonomi dalam masyarakat. (Nandavita, Salsabila, dan Zaxhela t.t., 2260)

Perdagangan buah menjadi salah satu pilar penting dalam perekonomian masyarakat pedesaan di Indonesia, termasuk di Desa Glatik, Kecamatan Ujung Pangkah, Kabupaten Gresik. Salah satu komoditas unggulan di daerah ini adalah jeruk nipis. Kegiatan jual beli jeruk nipis yang dilakukan oleh para petani dan pelaku usaha lokal tidak hanya memiliki nilai ekonomi, tetapi juga sarat dengan nilai-nilai sosial dan keagamaan yang mengakar dalam kehidupan masyarakat. Etika bisnis Islam merupakan seperangkat nilai, norma, dan prinsip moral dalam Islam yang menjadi dasar dalam bertindak dan berperilaku dalam aktivitas bisnis..(Jazil, Hendrasto, dan Si t.t., 41). Dalam konteks ekonomi Islam, praktik perdagangan seharusnya mencerminkan prinsip-prinsip etika seperti kejujuran (shiddiq), keadilan ('adl), amanah, dan tanggung jawab (mas'uliyah) sebagai bentuk manifestasi nilai-nilai syariah.

Namun, dalam praktik jual beli jeruk nipis di lapangan, masih ditemukan berbagai permasalahan, seperti ketidakjelasan standar mutu, adanya potensi manipulasi harga, serta praktik transaksi yang belum sepenuhnya mencerminkan nilai-nilai etika bisnis Islam. Permasalahan-permasalahan tersebut dapat memengaruhi kepercayaan antar pelaku usaha, menghambat hubungan dagang yang sehat, dan pada akhirnya berpotensi merugikan konsumen maupun petani. Oleh karena itu, kajian mengenai implementasi etika bisnis Islam dalam aktivitas jual beli jeruk nipis menjadi penting dan relevan, terlebih dalam upaya mendorong model bisnis yang lebih berkeadilan dan berkelanjutan di kalangan UMKM berbasis syariah.

Beberapa penelitian terdahulu telah menyoroti topik serupa. Hanun (2024) dalam penelitiannya mengenai usaha kelapa di Selopeng, Sumenep, menemukan bahwa praktik jual beli di tingkat petani secara umum telah mencerminkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, namun masih ada tantangan terkait pemahaman dan konsistensi pelaksanaan nilai-nilai tersebut. Demikian pula Yudinor (2024) melalui studi pada perdagangan buah sawit di Kalimantan, mengungkapkan pentingnya transparansi dan pendidikan etika dalam menjaga harmoni antara petani dan pengepul. Akan tetapi, belum banyak penelitian yang secara spesifik menyoroti komoditas jeruk nipis sebagai objek kajian etika bisnis Islam, khususnya dalam konteks lokal seperti Desa Glatik.

Berpijak pada permasalahan yang telah diidentifikasi dalam latar belakang, penelitian ini diarahkan untuk mengeksplorasi pertanyaan berikut:

Bagaimanakah implementasi prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam kegiatan jual beli jeruk nipis yang dilakukan oleh pelaku usaha Al-Hafsoh di Desa Glatik, Kecamatan Ujung Pangkah, Kabupaten Gresik?

Studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam kegiatan jual beli jeruk nipis oleh Al-Hafsoh Jeruk Nipis, serta mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambatnya.

Dengan mengangkat kasus konkret pelaku UMKM lokal, penelitian ini diharapkan dapat mengisi kekosongan riset terkait penerapan etika bisnis Islam pada sektor pertanian hortikultura, serta memberi kontribusi praktis dalam pembinaan usaha kecil berbasis syariah.

B. Tinjauan Teoritis

1. Definisi Etika Bisnis Islam

Istilah "etika" memiliki akar kata dari bahasa Yunani "ethos," yang mencerminkan makna kebiasaan atau tata perilaku yang menjadi tradisi dalam suatu komunitas. Jadi etika berhubungan dengan nilai-nilai, perilaku baik, aturan yang baik dan berbagai kebiasaan yang merupakan suatu petunjuk untuk setiap orang. Semua kebiasaan tersebut dianut serta diambil oleh manusia melalui interaksi sosial antarindividu atau pewarisan secara turun-temurun. Etika, dalam konteks yang luas, dipahami sebagai sebagai suatu kegiatan sistematis yang mengfungsikan akal untuk memahami individu atau hubungan sosial kita, moralitas, guna mengidentifikasi faktor - faktor yang akan membentuk kebiasaan manusia serta nilai -nilai yang akan berguna dalam kehidupan sehari- hari.(Ahmad Syafiq 2019, 286)

Etika, dalam definisi yang lebih terperinci, berarti *the systematic study of the nature of value concepts, good, bad, ought, right, wrong, etc. and of the general principles which justify us in applying them to anything also called moral philosophy* atau Etika Merupakan studi yang tersusun secara sistematis tentang hakikat konsep-konsep nilai seperti kebaikan dan keburukan, serta kebenaran dan kesalahan, termasuk pula prinsip-prinsip universal yang memungkinkan penerapan nilai-nilai tersebut dalam berbagai konteks kehidupan. Pemahaman ini selaras dengan makna dari istilah moral. Dalam bahasa Latin, istilah ini dikenal dengan kata "mos" (plural: *mores*), yang berarti kebiasaan atau tradisi yang berlaku dalam masyarakat.

Tradisi dapat diartikan dalam konteks ini adalah serangkaian adat yang dipraktikkan oleh individu maupun oleh komunitas sosial secara turun-temurun. Oleh karena itu, dari segi terminologi, kata etika dan moral memiliki arti yang hampir identik. Dalam konteks perspektif Islam, istilah tersebut sejajar dengan konsep *al-khuluq*. Dalam al-Quran, kata ini hanya muncul dalam bentuk tunggal (*al-khuluq*) di dalam surat al-Qalam/68: 4 sebagai nilai pertimbangan bagi penunjukan Muhammad sebagai Rasul. (*Sesungguhnya engkau Muhammad memiliki akhlak yang mulia*).⁷ Dengan kata lain, akhlak mencerminkan perilaku seseorang dalam merespons aspek baik dan buruk, yang mana keduanya merupakan potensi yang dimiliki oleh setiap manusia. Akan tetapi, dalam Islam, potensi positif terlebih dahulu menghiasi jiwa manusia sebelum potensi untuk melakukan kejahatan. (Kasim, Octaviani, dan Lukman t.t., 64–65)

Secara luas, bisnis dapat dijelaskan sebagai serangkaian kegiatan ekonomi yang dikerjakan seseorang atau komunitas untuk menghasilkan pemasukan guna mencukupi berbagai keperluan hidup dan keinginan pribadi. Kegiatan ini melibatkan Pengelolaan potensi ekonomi secara terencana agar mencapai hasil maksimal dengan biaya minimal agar dapat menghasilkan manfaat optimal. Dalam pandangan Skinner, bisnis diartikan sebagai interaksi pertukaran yang melibatkan barang, jasa, atau uang, yang memberi keuntungan bagi kedua belah pihak. Sementara itu, menurut Anoraga dan Soegiastuti, bisnis secara fundamental diartikan sebagai aktivitas "the buying and selling of goods and services" atau proses jual beli barang dan jasa. Adapun Straub dan Attner berpendapat bahwa Bisnis dapat dipahami sebagai sebuah organisasi yang melaksanakan proses pembuatan dan penyaluran barang maupun jasa yang dibutuhkan oleh pelanggan dengan tujuan mendapatkan keuntungan. (Ahmad Syafiq 2019, 287)

Dalam KBBI, istilah bisnis merujuk pada kegiatan usaha yang bersifat komersial, baik dalam bentuk perdagangan maupun jenis usaha lain secara luas. Dalam Al-Qur'an, istilah yang sering digunakan untuk merujuk pada bisnis adalah *at-tijarah*, *al-ba'i*, *tadayantum*, dan *isyataro*. Namun, istilah yang paling umum digunakan adalah *at-tijarah*, yang dalam bahasa Arab berasal dari kata *tijarah*, yang berarti berdagang. Ar-Raghib al-Asfahani, dalam bukunya *Al-Mufrodot fi Gharib al-Qur'an*, menjelaskan bahwa *at-tijarah* didefinisikan sebagai pengelolaan aset dengan tujuan memperoleh keuntungan. (Hulaimi t.t., 21)

Bisnis Islami merupakan suatu Upaya untuk memperluas dan meningkatkan sumber daya modal guna memenuhi keperluan hidup dengan tetap berlandaskan pada prinsip-prinsip etika Islam. Selain itu, bisnis Islami bisa dipahami sebagai serangkaian kegiatan ekonomi dalam berbagai bentuk yang tidak membatasi kepemilikan barang, jasa, maupun profit. Namun, aspek utama yang menjadi batasan dalam bisnis Islami terletak pada cara perolehan dan pemanfaatan harta, Yang wajib mengikuti pedoman halal dan haram yang diatur dalam hukum Islam. (Siti Hofifah 2020, 41)

Etika bisnis Islam merupakan seperangkat nilai, norma, dan prinsip moral dalam Islam yang menjadi dasar dalam bertindak dan berperilaku dalam aktivitas bisnis. (Jazil, Hendrasto, dan Si t.t., 41) Etika bisnis Islam juga dapat didefinisikan sebagai akhlak dalam menjalankan aktivitas bisnis yang berlandaskan prinsip-prinsip Islam, sehingga pelaku bisnis dapat beroperasi tanpa rasa khawatir karena telah meyakini bahwa praktik yang dilakukan sesuai dengan kebenaran dan kebaikan. Ketika nilai-nilai etika diterapkan secara konsisten, hal ini tidak hanya menciptakan bisnis yang berintegritas, tetapi juga menyempurnakan hakikat kemanusiaan secara utuh. Setiap individu mungkin memiliki pemahaman yang berbeda mengenai nilai-nilai etika, namun dalam Islam, pedoman utama yang membentuk kepribadian dan moral seorang Muslim hanya mengambil dari Al-Qur'an dan sunnah nabi, yang menjadi rujukan pada setiap aspek kehidupan, termasuk dalam menjalankan bisnis. (Wati, Arif, dan Devi 2021, 142–43)

2. Prinsip Etika Bisnis Islam

Dalam pelaksanaan kegiatan bisnis, terdapat sejumlah prinsip etika bisnis Islam yang perlu diterapkan, yaitu:

1. Ketauhidan

Dzakfar (2020) menegaskan bahwa konsep tauhid dalam dimensi vertikal berimplikasi pada adanya aturan ilahi yang membatasi tindakan manusia selaku pemimpin di bumi supaya tindakan tersebut bermanfaat bagi semua orang dan tidak melanggar hak individu lain. Kesadaran dalam diri manusia muncul melalui perpaduan mendalam antara aspek religius serta aspek kehidupan lainnya. Sebagai contoh, integrasi yang mendalam dengan ekonomi akan menghasilkan perasaan terus-menerus diawasi dalam setiap aktivitas kehidupan dan juga menimbulkan perasaan tidak nyaman. Aktivitas ekonomi termasuk di dalamnya, dengan demikian pelaksanaan bisnis tidak mungkin

menyimpang dari semua batasan yang telah dinas secara ilahiah. Oleh karenanya, kebutuhan etika tertentu yang didukung oleh tauhid perlu diperhatikan agar kesadaran umat manusia meningkat terhadap naluri altruistik, termasuk kepada sesama dan lingkungan. Hal ini menandakan sesuatu. Konsep tauhid memberikan pengaruh yang mendalam kepada seluruh muslim. (Wati, Arif, dan Devi 2021, 143)

2. Keseimbangan(Adil)

Menurut Rohi Baalbaki (2007), kata *adil* berasal dari bahasa Arab *al-‘adl*, yang secara etimologis bermakna keadilan, ketidak berpihakan, atau kesetaraan (*al-musawah*). Secara terminologis, *adil* mengandung makna keseimbangan, tidak berat sebelah, tidak memihak, serta selalu berpihak pada kebenaran dan berpegang teguh pada prinsip kejujuran. Selain itu, adil juga mencerminkan Sikap yang selaras dengan norma sosial dan regulasi yang ditetapkan serta menghindari tindakan sewenang-wenang. (Ramadhany, Aravik, dan Choirunnisak 2023, 16) Islam sangat menekankan pentingnya berbuat adil dalam menjalankan bisnis serta melarang segala bentuk kecurangan dan kezaliman. Allah SWT mengutus Rasulullah SAW untuk menegakkan prinsip keadilan, sebagaimana dinyatakan dalam Surah Al-Isra ayat 35, yang Menuntut kaum Muslimin untuk melaksanakan proses penimbangan dan pengukuran sesuai dengan prinsip keadilan dan kebenaran serta menghindari kecurangan dalam bentuk pengurangan takaran dan timbangan. Kecurangan dalam bisnis tidak hanya merugikan pihak lain, tetapi juga menjadi penyebab kehancuran usaha, karena kepercayaan merupakan faktor utama dalam keberhasilan bisnis. Dalam konteks dunia kerja dan perdagangan, Islam mewajibkan sikap adil, bahkan terhadap pihak yang tidak disukai. Prinsip ini ditegaskan dalam firman Allah SWT dalam Surah Al-Maidah ayat 8, yang mengajarkan bahwa keadilan harus ditegakkan dalam segala situasi tanpa dipengaruhi oleh rasa suka atau tidak suka terhadap seseorang. (Ulfah dan Arsal 2022, 112)

3. Kebebasan

Kebebasan merupakan aspek fundamental dalam etika bisnis Islam, namun kebebasan tersebut tetap harus sejalan dengan kepentingan kolektif dan tidak menimbulkan kerugian bagi masyarakat. Islam memberikan ruang yang luas bagi individu untuk mengembangkan potensi diri serta memperoleh pendapatan tanpa batasan tertentu. Faktor ini menginspirasi manusia untuk terus menghasilkan karya dan beraktivitas secara produktif. Namun, Karena sifat dasar manusia yang selalu berupaya untuk

memenuhi kebutuhan pribadi yang tak terhingga, Islam menetapkan mekanisme pengendalian melalui kewajiban sosial, seperti zakat, infak, dan sedekah. (Darmawati t.t., 64) Dalam perspektif Islam, setiap individu memiliki kebebasan untuk memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya guna mencapai kemaslahatan tertinggi. Kekuasaan atas sumber daya tersebut harus dikelola dan digunakan secara optimal demi mewujudkan kesejahteraan. Meski demikian, kebebasan dalam Islam memiliki batasan yang jelas, yang ditentukan oleh hukum dan nilai-nilai syariat, sehingga setiap aktivitas ekonomi harus berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Kehendak bebas juga berkaitan dengan persaingan dalam bisnis. Islam tidak melarang persaingan, tetapi mengaturnya agar tetap berada dalam koridor etika dan keadilan. Allah SWT melarang persaingan bebas yang menghalalkan segala metode dilarang dalam Islam, karena bertentangan dengan ajaran muamalah yang menekankan etika dan keadilan. (Ramadhany, Aravik, dan Choirunnisak 2023, 16)

4. Tanggung Jawab

Ketika seorang pelaku bisnis menjadikan tauhid sebagai fondasi keseimbangan dan kehendak bebas sebagai energi dalam menjalankan usahanya, maka aspek berikutnya yang harus diperhatikan adalah pertanggungjawaban sebagai wujud kontribusi moral dan sosial. Dalam Islam, aktivitas bisnis tidak hanya berorientasi pada keuntungan materi, tetapi juga harus diawali dengan niat yang baik dan diakhiri dengan pertanggungjawaban moral serta sosial terhadap manusia dan lingkungan. Pertanggungjawaban ini merupakan bentuk kesadaran bahwa setiap tindakan dalam bisnis tidak hanya berdampak pada sesama, tetapi juga menjadi bagian dari pertanggungjawaban kepada Allah SWT. Seorang Muslim akan dimintai pertanggungjawaban atas segala perbuatannya selama di dunia. Penerapan konsep tanggung jawab dalam etika bisnis Islam menekankan bahwa setiap individu harus memikul konsekuensi atas tindakan yang dilakukannya. Seorang pengusaha Muslim yang bertindak secara tidak etis tidak dapat membenarkan perilakunya dengan alasan tekanan bisnis atau karena praktik serupa dilakukan oleh banyak orang. Dalam Islam, setiap individu bertanggung jawab secara penuh atas keputusan dan perbuatannya, baik di hadapan sesama manusia maupun di hadapan Allah SWT. Dari sudut pandang prinsip tanggung jawab, aspek ini menjadi elemen penting dalam praktik jual beli. Salah satu

bentuk tanggung jawab dalam Islam adalah tanggung jawab yang bersifat sukarela, di mana seseorang menjalankan kewajibannya tanpa paksaan,

.(Widodo t.t.)

5. Kebajikan dan kebenaran(ihsan)

Prinsip ini terkait dengan perilaku pedagang dalam melayani dan memperlakukan pelanggan. Sikap sopan, ramah, dermawan, dan sabar yang ditunjukkan pedagang kepada konsumennya dapat menciptakan kesan positif dan menarik. Sebaliknya, jika pedagang bersikap tidak sopan, kurang ramah, tidak sabar, atau memperlakukan pelanggan secara tidak adil, hal ini akan menimbulkan kesan negatif terhadap pedagang tersebut.(Wati, Arif, dan Devi 2021, 150)

6. prinsip mencari halal dan menjauhi yang haram

Halal merujuk pada segala bentuk tindakan yang tidak dilarang oleh Allah Taala untuk keperluan konsumsi, pemakaian, serta mendatangkan kegunaan. Sementara itu, Menurut hukum Islam, sesuatu dikatakan haram apabila terdapat larangan tegas dari Allah Ta'ala terhadap penggunaannya atau pelaksanaannya untuk dikonsumsi, digunakan, atau bahkan didekati.

“Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.” (QS: Al-Baqarah: 186)

Berdasarkan dalil yang telah dikemukakan, maka dapat disimpulkan bahwa konsumsi terhadap yang halal akan mendatangkan manfaat bagi siapa pun yang melakukannya serta menimbulkan dampak positif yang berkelanjutan. Sebaliknya, mengonsumsi yang haram akan menimbulkan konsekuensi negatif, mulai dari gangguan pada pencernaan hingga pola pikir dan perasaan dalam hati. Dengan demikian, halal merupakan sesuatu yang diperbolehkan dan membawa kebaikan, sementara haram adalah sesuatu yang dilarang serta dapat menimbulkan kerusakan, mudarat, dan kehinaan, termasuk dalam konteks bisnis..(Jazil, Hendrasto, dan Si t.t., 47–48)

B. Metode Penelitian

Metode Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang mengadopsi pendekatan studi kasus dan bersifat *field research* (penelitian lapangan), yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan memahami implementasi etika bisnis Islam dalam kegiatan

jual beli jeruk nipis oleh pelaku usaha lokal, khususnya di Al-Hafsoh Jeruk Nipis, Desa Glatik, Kecamatan Ujung Pangkah, Kabupaten Gresik.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik observasi langsung terhadap proses jual beli, wawancara mendalam dengan pemilik Al-Hafsoh Jeruk Nipis yakni Ibu Shofiyah dan para petani pemasok, serta dokumentasi berupa catatan transaksi, foto kegiatan, dan data pendukung lainnya. Observasi dilakukan dengan mengamati praktik jual beli dari awal hingga akhir proses transaksi, sementara wawancara dilakukan secara semi-terstruktur agar data yang diperoleh bersifat mendalam dan fleksibel.

Analisis data dilakukan dengan menerapkan model analisis interaktif Miles dan Huberman, yang meliputi tiga langkah utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi hasil. Reduksi data dilakukan untuk menyaring informasi penting sesuai fokus penelitian, penyajian data menggunakan narasi deskriptif, dan kesimpulan ditarik secara induktif berdasarkan temuan di lapangan. Dengan pendekatan ini, diharapkan penelitian dapat menggambarkan secara komprehensif implementasi prinsip-prinsip etika bisnis Islam pada praktik ekonomi mikro masyarakat.

C. Hasil dan Pembahasan

Praktik Jual beli Jeruk Nipis Di desa Glatik

Pada awalnya, jeruk nipis bukanlah tanaman yang umum ditanam oleh petani di Desa Glatik. Sebelumnya, mereka lebih banyak membudidayakan padi, cabai, tomat, dan sayuran lainnya. Namun, sejak terjadi serangan hama tikus yang meluas, sebagian petani beralih menanam jeruk nipis. Selain itu, kenaikan harga bahan bakar solar turut memengaruhi keputusan tersebut. Hal ini disebabkan oleh kebutuhan pengairan yang lebih intensif pada tanaman padi dan sayuran, terutama saat musim kemarau yang membutuhkan suplai air maksimal.

Al-Hafsoh Jeruk Nipis merupakan salah satu pengepul jeruk nipis yang ada di desa tersebut. Karena banyak petani mengalami kesulitan dalam menjual hasil panennya, Ibu Shofiyah memulai usaha jual beli jeruk nipis. Awalnya, beliau hanya memasarkan jeruk nipis di daerah sekitar. Namun, setelah memahami potensi pasar, Ibu

Shofiyah mulai memperluas distribusi hingga ke luar kota, bahkan ke provinsi lain seperti Surabaya dan Semarang. Saat ini, jaringan distribusinya telah mencapai wilayah Jabodetabek.

Proses jual beli jeruk nipis di Al-Hafsoh Jeruk Nipis diawali dengan petani yang menghubungi Ibu Shofiyah untuk memperoleh informasi harga terbaru. Setelah harga disepakati, Al-Hafsoh menyediakan karung sebagai wadah sesuai perkiraan jumlah hasil panen. Jika jumlah karung melebihi kebutuhan, petani dapat mengembalikannya. Sebaliknya, jika jumlahnya kurang, Ibu Shofiyah akan menambahkannya.

Setelah itu, petani memberikan informasi lokasi kebun yang akan dipanen. Setelah proses panen selesai, petani kembali menghubungi Ibu Shofiyah untuk mengatur pengambilan jeruk nipis. Pengambilan dilakukan oleh pekerja yang membawa jeruk nipis dari kebun ke gudang penyimpanan.

Setibanya di gudang, jeruk nipis ditimbang dan beratnya dicatat. Selanjutnya dilakukan proses penyortiran untuk memisahkan buah berkualitas baik dari yang rusak atau tidak layak jual. Penyortiran dilakukan secara cermat oleh para pekerja. Setelah disortir, jeruk nipis dimasukkan ke dalam karung berkapasitas 60–70 kg dan kemudian ditimbang ulang sebelum dikirim ke luar kota.

Setelah penimbangan akhir, petani menerima pembayaran berdasarkan kualitas jeruk nipis yang mereka jual. Namun, masih ditemukan beberapa petani yang mencampurkan jeruk nipis berkualitas rendah—seperti yang berwarna kuning, cokelat, atau bahkan busuk—guna menambah berat timbangan. Oleh karena itu, Ibu Shofiyah akan mengurangi jumlah pembayaran sesuai dengan berat jeruk nipis yang tidak memenuhi standar kualitas.

Proses selanjutnya adalah pengiriman jeruk nipis ke luar kota. Pada tahap ini, Al-Hafsoh Jeruk Nipis sering menghadapi berbagai masalah, seperti kecurangan, keterlambatan pembayaran, keterlambatan pengiriman barang, dan masalah lainnya. Situasi tersebut muncul akibat lokasi pengiriman yang terpaut cukup jauh, kelalaian pihak pengirim selama perjalanan, serta faktor-faktor lainnya. Setelah jeruk nipis tiba di pasar tujuan, pembeli akan menginformasikan kepada Ibu Shofiyah bahwa barang telah sampai. Kemudian, pembeli akan memeriksa kualitas jeruk nipis dan melanjutkan

dengan proses pembayaran. Namun, pada tahap ini sering terjadi keterlambatan pembayaran, bahkan pernah ada kasus di mana pembeli menolak membayar dan menghilang begitu saja. Dari kejadian tersebut, Ibu Shofiyah menjadi lebih berhati-hati dan melakukan evaluasi untuk menghindari terulangnya kesalahan yang sama di masa depan.

Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam pada Jual beli Jeruk nipis

1. Ketuhanan

Penerapan prinsip *tauhid* pada Al-Hafsoh Jeruk Nipis tercermin dari kesadaran religius yang dibangun dalam lingkungan kerja. Dalam konsep ketauhidan, semakin seseorang mendekati diri kepada Allah, maka semakin kuat pula kesadarannya bahwa setiap tindakannya berada dalam pengawasan-Nya. Hal ini menjadikan kemungkinan munculnya perilaku tidak jujur atau manipulatif dalam bisnis menjadi sangat minim.

Al-Hafsoh Jeruk Nipis menerapkan prinsip ini dalam praktik promosi dan strategi pemasaran yang mengedepankan nilai kejujuran dan amanah, sehingga dapat membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen. Selain itu, para pekerja yang mayoritas beragama Islam diberi kesempatan untuk melaksanakan salat di sela-sela aktivitas kerja, serta dibiasakan untuk menjauhi praktik bisnis yang mengandung unsur *riba*.

Berdasarkan hasil observasi, Al-Hafsoh tidak hanya menyediakan waktu ibadah bagi para pekerjanya, tetapi juga menanamkan nilai-nilai ketauhidan dalam setiap proses kerja. Lingkungan usaha dibangun atas dasar keyakinan bahwa bisnis yang dijalankan dengan landasan keimanan akan mendatangkan keberkahan dan kepercayaan dari berbagai pihak yang terlibat.

2. Keseimbangan (Adil)

Al-Hafsoh Jeruk Nipis telah menerapkan prinsip keseimbangan (*al- 'adl*) dalam aktivitas bisnisnya. Sesuai dengan nilai ini, pelaku usaha dituntut untuk bersikap adil dalam memperkenalkan produk dan melayani pelanggan tanpa membedakan latar belakang, status ekonomi, atau kondisi tertentu. Dalam praktiknya, Al-Hafsoh Jeruk Nipis tidak membedakan harga antara konsumen satu dengan yang lain, karena prinsip keadilan mengharuskan perlakuan yang setara dengan dasar penilaian yang rasional dan objektif.

Selain itu, penerapan keadilan juga tercermin dalam perlakuan terhadap para pekerja. Al-Hafsoh memberikan upah secara adil, tidak membedakan posisi atau kedudukan antarpekerja, dan mempertimbangkan kinerja individu dalam pemberian kompensasi. Pemberian gaji dilakukan tepat waktu dan sesuai dengan kontribusi masing-masing.

Berdasarkan hasil observasi dan konfirmasi dari pihak pemilik usaha, peneliti menemukan bahwa prinsip keadilan telah diimplementasikan secara konsisten. Penetapan harga dilakukan melalui sistem harga tunggal yang berlaku untuk seluruh pelanggan, tanpa memandang volume pembelian, baik dalam jumlah besar maupun kecil. Penerapan prinsip ini sejalan dengan ajaran Islam yang menekankan pentingnya bersikap adil dalam setiap transaksi, termasuk dalam penentuan harga dan pemberian upah, sebagaimana disebutkan dalam QS. Al-Maidah ayat 8 dan hadis-hadis terkait muamalah.

3. Kebebasan

Pada prinsip ini, Al-Hafsoh Jeruk Nipis Dalam praktik bisnisnya mengedepankan prinsip kebebasan dengan memberi kesempatan kepada pembeli untuk menentukan kesepakatan harga melalui proses tawar-menawar selama tidak menyebabkan kerugian. Adapun apabila konsumen membatalkan pesanan secara mendadak, Al-Hafsoh Jeruk Nipis bersikap terbuka dan tidak memaksakan kehendak kepada konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produknya. Al-Hafsoh Jeruk Nipis Juga berkompetisi secara etis sambil membangun relasi yang harmonis dengan pengusaha lain, sebagai wujud penerapan nilai-nilai Islami dalam bisnis bahkan jika jeruk nipis yang di butuhkan kurang, maka Al-Hafsoh Jeruk Nipis akan membeli jeruk nipis dari pelaku bisnis lain.

Dari hasil pengamatan langsung serta wawancara mendalam yang dilakukan oleh peneliti, Al-Hafsoh Jeruk Nipis Menerapkan prinsip kebebasan berkehendak dalam aktivitas usahanya dengan melakukan persaingan sehat dengan menjalin silaturahmi dengan para pelaku bisnis jeruk nipis lainnya agar menghindari persaingan yang tidak sehat. Dengan ini maka Al-Hafsoh Jeruk Nipis telah menerapkan prinsip etika kehendak bebas dalam proses jual beli yang di lakukan.

4. Tanggung Jawab

Al-Hafsoh Jeruk Nipis telah menerapkan prinsip tanggung jawab (*mas'uliyah*)

dalam aktivitas bisnisnya. Hal ini tercermin dari komitmen usaha untuk bertanggung jawab atas setiap kemungkinan kerusakan produk, penurunan kualitas jeruk nipis, atau ketidaksesuaian dengan permintaan konsumen. Bentuk tanggung jawab ini diwujudkan dengan memberikan jaminan, penggantian produk, serta menjaga kepercayaan konsumen.

Sikap profesional dan responsif juga tampak dalam penanganan keluhan. Al-Hafsoh Jeruk Nipis menerima komplain secara terbuka dan menyelesaikannya tanpa menimbulkan konflik, termasuk melakukan evaluasi agar kesalahan yang sama tidak terulang. Penggantian jeruk nipis berkualitas rendah dilakukan sebagai bentuk komitmen terhadap kepuasan pelanggan.

Selain tanggung jawab kepada konsumen, Al-Hafsoh juga menunjukkan komitmen terhadap tanggung jawab sosial kepada para pekerjanya. Hal ini diwujudkan melalui pemberian upah yang adil dan tepat waktu, serta penyediaan hak-hak karyawan seperti bonus, cuti, dan hari libur. Peneliti menemukan bahwa pemilik usaha, Ibu Shofiyah, secara konsisten memperhatikan kesejahteraan pekerja sebagai bagian dari nilai etika bisnis Islam.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara mendalam, dapat disimpulkan bahwa Al-Hafsoh Jeruk Nipis menerapkan prinsip *mas'uliyah* secara menyeluruh—baik kepada konsumen, pekerja, maupun mitra usaha—sehingga menciptakan lingkungan bisnis yang bertanggung jawab dan berkelanjutan.

5. Kebajikan(ihsan)

Pada prinsip ini, Al-Hafsoh Jeruk Nipis sudah menerapkan prinsip ihsan karena bersikap baik dan melayani konsumen dengan baik dengan cara menjaga kualitas jeruk nipis sebelum barang dikirim ke konsumen, melakukan perhitungan dan pencatatan berkala agar barang yang dikirim sesuai permintaan konsumen. Selain itu Tidak pelit informasi tentang produk, artinya menunjukkan kelebihan dan kekurangan jeruk nipis yang akan di jual belikan . Bersikap sopan santun dan menjalin komunikasi yang baik dengan konsumen dengan cara menanyakan terkait kualitas barang untuk kepuasan konsumen.

6. Prinsip Halal dan Haram

Pada prinsip ini, Al-Hafsoh Jeruk Nipis sudah menerapkan prinsip mencari halal dan menjauhi yang haram karena semua proses jual beli dari awal sampai akhir

semuanya di lakukan dengan cara yang halal tanpa sentuhan sesuatu yang haram, barang yang di jual belikan adalah barang yang halal. Hal ini di karenakan keberkahan dan kemanfaatan yang di dapatkan dari sesuatu yang halal, seperti ketenangan dan lembutnya hati, di terimanya amal ibadah, serta di ijabahnya doa. Praktik yang dilakukan secara halal tidak hanya berdampak positif dalam kehidupan dunia, melainkan juga mendatangkan ganjaran spiritual di akhirat.

D. Simpulan dan Saran

Hasil yang diperoleh dari proses penelitian di Al-Hafsoh Jeruk Nipis, Desa Glatik, menunjukkan bahwa implementasi etika bisnis Islam dalam aktivitas jual beli jeruk nipis telah diterapkan secara signifikan. Prinsip-prinsip etika Islam seperti ketauhidan, keadilan, tanggung jawab, kebebasan, kebajikan (*ihsan*), serta menjaga kehalalan telah menjadi landasan dalam praktik usaha Al-Hafsoh. Hal ini tercermin dari komitmen pemilik usaha dalam menjaga kejujuran transaksi, perlakuan adil terhadap petani dan konsumen, pelayanan yang santun, serta transparansi dalam proses jual beli.

Faktor pendukung penerapan etika tersebut antara lain adalah latar belakang religius pemilik usaha, kesadaran kolektif pekerja untuk menjauhi praktik haram, serta sistem usaha yang dibangun atas kepercayaan dan keterbukaan. Sementara itu, faktor penghambatnya mencakup belum adanya standar kualitas jeruk nipis yang disepakati bersama, kurangnya kontrol terhadap tindakan curang dari beberapa pihak, serta kendala dalam proses distribusi dan pembayaran dari konsumen luar daerah.

Implikasi praktis dari penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM dapat menjadikan etika bisnis Islam sebagai panduan dalam membangun usaha yang tidak hanya mengejar profit semata, tetapi turut mempertimbangkan keberkahan dan keberlanjutan. Beberapa langkah yang dapat diterapkan oleh pelaku usaha antara lain:

1. Membangun sistem transaksi yang transparan dengan kesepakatan harga dan kualitas yang jelas untuk menghindari *gharar* (ketidakjelasan).
2. Menjalinkan komunikasi terbuka dan sopan dengan semua pihak sebagai bentuk implementasi prinsip *ihsan*.

3. Menetapkan standar mutu produk secara partisipatif agar tidak terjadi perbedaan persepsi antara penjual dan pembeli.
4. Melakukan evaluasi berkala terhadap aspek penimbangan, penyortiran, dan pembayaran guna menjaga keadilan dan kepercayaan.
5. Mengintegrasikan nilai-nilai religius seperti *tauhid*, kejujuran, dan menjauhi riba dalam budaya kerja untuk memperkuat integritas usaha.

Daftar Pustaka

- Ahmad Syafiq. (2019). "Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen dalam pandangan Islam." *El-Faqih : Jurnal Pemikiran dan Hukum Islam* 5(1): 96–113. doi:10.29062/faqih.v5i1.54.
- Darmawati, D. (2013). *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam: Eksplorasi Prinsip Etis Al Qur'an Dan Sunnah*. Mazahib.
- Hulaimi, A., Sahri, S., & Huzaini, M. (2017). Etika bisnis Islam dan dampaknya terhadap kesejahteraan pedagang sapi. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 2(1), 17-32.
- Jazil, T., & Hendrasto, N. (2021). *Prinsip & Etika Bisnis Syariah. Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS), Jakarta.*
- Kasim, S., Octaviani, W., & Lukman, H. (2022). Rekonstruksi Etika Bisnis Islami dalam Perspektif Al-Qur'an. *El-Fata: Journal of Sharia Economics and Islamic Education*, 1(1), 63-73.
- Nandavita, A. Y., Salsabila, P., Zaxhela, D. M., & Nuraini, N. (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(1b), 2259-2270.
- Ramadhany, N. P., Aravik, H., & Choirunnisak, C. (2023). Analisis penerapan prinsip etika bisnis islam terhadap usaha mikro kecil dan menengah (umkm) pada rozza bakery Palembang.
- Hofifah, S. (2020). Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman di Ngebel Ponorogo ditinjau dari perspektif etika bisnis islam. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 3(2), 37-44..
- Ulfah, K., & Arsal, M. (2022). Etika Bisnis Islam: Dapat Direalisasikan atau Hanya Sebatas Teori?. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMA)*, 2, 109-118..
- Wati, D., Arif, S., & Devi, A. (2022). Analisis penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli online di Humaira Shop. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(1), 141-154..
- Wahyuni, W., & Soumena, F. Y. (2025). *Transparansi Dan Akuntabilitas Dalam Pelaporan Keuangan Syariah; Studi Pada Lembaga Keuangan Islam Di Indonesia*. *Manajemen Keuangan Syariah*, 5(1), 1-17.