

ANALISIS PERILAKU PEDAGANG PASAR DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS (STUDI KASUS PEDAGANG PASAR TRADISIONAL MEJAYAN BARU DI KABUPATEN MADIUN)

Icha Monika; Wafrotur Rohmah
Prodi Pendidikan Akuntansi, Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan,
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Abstrak

Perilaku pedagang merupakan suatu sikap atau tindakan seseorang dalam melakukan perdagangan atau dalam menjalankan jual beli. Seorang pedagang tidak boleh melakukan tindakan penyimpangan yang tidak sesuai dengan etika bisnis yang dapat merusak mekanisme pasar. Perilaku menyimpang ini rawan terjadi di pasar tradisional karena rendahnya tingkat pendidikan dan pengetahuan pedagang. Seorang pedagang hendaknya berdagang dengan cara yang jujur dan adil serta berpegang pada prinsip etika bisnis. Oleh karena itu, etika bisnis sangat berperan dalam mengatur perilaku para pedagang. berdagang dan menghadapi persaingan antar sesama bisnis di pasar Mejayan Baru. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan perilaku pedagang pasar dalam menjalankan usaha di Pasar Mejayan Baru Kabupaten Madiun. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Narasumber dalam penelitian ini adalah pedagang. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Keabsahan data menggunakan analisis triangulasi sumber dan metode. Teknik analisis menggunakan reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, sebagian besar pedagang di pasar Mejayan Baru ini memegang kelima prinsip etika bisnis di atas. Walaupun masih ada beberapa pedagang yang tidak memegang prinsip tersebut, namun sebagian besar pedagang telah melakukan perdagangan sesuai dengan prinsip etika bisnis. Meskipun mereka tidak paham akan etika bisnis, tetapi dalam menjalankan kegiatan perdagangan mereka senantiasa sesuai dengan etika bisnis.

Kata kunci : Perilaku pedagang, Etika bisnis

Abstract

Trader behavior is an attitude or action of a person in trading or in buying and selling. A trader may not take irregular actions that are not in accordance with business ethics which can damage the market mechanism. This deviant behavior is prone to occur in traditional markets due to the low level of education and knowledge of traders. A trader should trade in an honest and fair manner and adhere to the principles of business ethics. Therefore, business ethics plays a very important role in regulating the behavior of traders. trading and facing competition between

fellow businesses in the Mejayan Baru market. This study aims to describe the behavior of market traders in running a business in the Mejayan Baru Market, Madiun Regency. In this study the method used is qualitative with a case study approach. The informants in this study are traders. Data collection is done by interview, observation, and documentation. Data validity uses source and method triangulation analysis. The analysis technique uses data reduction, data presentation, and data verification. The results of the study show that most of the traders in the Mejayan Baru market adhere to the five principles of business ethics above. Even though there are still some traders who do not adhere to these principles, most traders have traded according to the principles of business ethics. Even though they do not understand business ethics, in carrying out their trading activities they are always in accordance with business ethics.

Keywords: Merchant behavior, business ethics

1. PENDAHULUAN

Dilihat dari segi sejarah, masyarakat telah mengenal dan melakukan aktivitas jual beli sejak mengenal peradaban sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan hidup. Dalam kegiatan jual beli tersebut, keberadaan pasar merupakan salah satu hal yang sangat penting, karena merupakan tempat berlangsungnya suatu kegiatan. Setiap usaha atau kegiatan yang dilakukan oleh seorang (pedagang) adalah dalam rangka upaya memperoleh pendapatan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari baik kebutuhan primer, sekunder serta kebutuhan sosial (Sudarto, 2012). Salah satunya di pasar, pasar pada umumnya tempat untuk mempertemukan penjual dan pembeli, apabila sesuatu yang sifatnya konkret seperti kebutuhan sehari – hari (Hartini, 2016). Dalam kehidupan sehari-hari, kita tidak bisa lepas dari transaksi jual beli untuk memenuhi kebutuhan kita. Kebutuhan manusia sangat berbeda, sehingga kita tidak dapat memenuhinya sendiri dan harus berurusan dengan orang lain. Harus ada aturan dalam hubungan antara satu orang dengan orang lain yang memenuhi hak dan kewajiban keduanya dengan kesepakatan. Pasar sebagai area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, *mall*, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. (Mulyadi, 2021).

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli yang ditandai dengan secara langsung (Sutami, 2012). Setiap daerah di Indonesia memiliki pasar tradisional yang sering disebut dengan pasar rakyat. Pasar tradisional didefinisikan sebagai pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, swasta, koperasi atau swadaya

masyarakat setempat dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda, atau nama lain sejenisnya, yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil menengah, dengan skala usaha kecil dan modal kecil, dengan proses jual beli melalui tawar-menawar (Toni, 2013).

Dari hasil pengamatan yang telah saya lakukan, yang menarik dari perilaku para pedagang di pasar Mejayan Baru ini adalah, meskipun mereka melakukan kegiatan perdagangan dengan jumlah pesaing sesama bisnis yang banyak, namun mereka memiliki hubungan silaturahmi yang erat satu sama lain. Terlihat dari perlakuan antar pedagang yang saling membantu dalam segala hal yang berkaitan dengan perdagangan, menghormati pedagang lain dengan saling berperilaku ramah dan tidak menjelekkan pedagang lain. Pasar yang dikelola oleh kepala pasar Pak Raswiyanto ini, merupakan salah satu pasar besar di Kabupaten Madiun. Pasar yang buka setiap hari dari pagi hingga siang hari sekitar pukul 14.00. Beberapa dari mereka berdagang untuk mencari penghasilan agar memenuhi kebutuhan sehari-hari tanpa didasari dengan etika bisnis. Hal ini terjadi karena rendahnya tingkat pendidikan dan pengetahuan para pedagang pasar Mejayan Baru. Ada juga yang berdagang untuk melanjutkan usaha keluarga mereka. Meskipun para pedagang di pasar Mejayan Baru ini tidak paham akan etika bisnis, namun dalam berdagang mereka sesuai dengan moral masyarakat.

Dalam dunia perdagangan tentunya kita tidak bisa menafikan adanya perilaku penyimpangan yang tidak sesuai dengan etika bisnis dan menimbulkan adanya distorsi pasar dan menyebabkan ketidakseimbangan pasar. Perilaku penyimpangan ini antara lain ialah, pengoplosan barang kualitas bagus dengan barang kualitas buruk, pengurangan takaran dalam timbangan, tidak menepati janjinya, menipu pembeli dan mungkin penyimpangan-penyimpangan lainnya. Hal semacam ini rawan terjadi di pasar tradisional karena minimnya tingkat pendidikan dan pengetahuan para pedagang.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu mengenai *Peranan Etika Bisnis dalam Perusahaan Bisnis* diketahui bahwa lingkup kegiatan dilakukan dalam perusahaan bisnis, sedangkan lingkup penelitian ini di pasar. Pada penelitian sebelumnya, data diperoleh menggunakan metode kajian kepustakaan (library research). Sedangkan dalam penelitian ini, data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Berdasarkan uraian di atas peneliti ingin melakukan penelitian untuk mengetahui *Analisis Perilaku Pedagang Pasar dalam Perspektif Etika Bisnis di Pasar Tradisional Mejayan Baru di Kabupaten Madiun*

2. METODE

Jenis penelitian yang dipakai pada penelitian ini yaitu penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang dapat digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang berasal dari masalah-masalah sosial atau kemanusiaan (Olsson, 2014) Proses penelitian kualitatif ini melibatkan upaya-upaya penting seperti: mengajukan pertanyaan, menyusun prosedur, mengumpulkan data yang spesifik dari para informan atau partisipan. Menganalisis data secara induktif, mereduksi, memverifikasi, dan menafsirkan atau menangkap makna dari konteks masalah yang diteliti.

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Menurut (Mulyadi, 2012) “Studi kasus adalah bentuk penelitian yang mendalam mengenai suatu aspek termasuk manusia didalamnya. Merupakan bentuk investigasi rinci dari aspek, dan investigasi kasus yang dilakukan secara intensif, mendalam dan komprehensif.” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan dan merangkum perbedaan kondisi atau fenomena yang terkait dengan keakuratan timbangan dalam keberlangsungan usaha pedagang pasar tradisional di Pasar Baru Mejayan Kabupaten Madiun.

Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa wawancara, observasi dan dokumentasi. Narasumber dalam penelitian ini adalah Kepala pasar dan beberapa pedagang yang ada di pasar baru mejayan. Keabsahan data yang digunakan pada penelitian ini adalah triangulasi sumber dan triangulasi Teknik. Metode analisis data yang digunakan penulis adalah analisis data pada model Miles and Huberman, yaitu Reduksi Data, Penyajian Data, dan Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi. (Sugiyono, 2007)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perilaku pedagang pada hakekatnya adalah suatu tanggapan atau reaksi pedagang terhadap rangsangan atau lingkungan yang ada di sekitar. Perilaku pedagang juga merupakan sebuah sifat yang dimiliki oleh setiap orang pedagang, untuk menangkap reaksi yang telah diberikan oleh lingkungan terhadap keadaan yang telah terjadi sekarang

Setiap orang pasti memiliki perilaku yang berbeda-beda tergantung dari sifat/watak dan keadaan lingkungan seseorang. Begitu juga dengan para pedagang pasar, mereka pasti memiliki perilaku yang berbeda-beda dalam melakukan kegiatan

perdagangan. Apakah sesuai dengan moral ekonomi atau malah menyimpang dari moral ekonomi

Dari hasil penelitian yang telah peneliti lakukan di pasar tradisional Mejayan Baru ini, ada 6 aspek yang dapat mempengaruhi perilaku pedagang yang diantaranya adalah dalam hal takaran/timbangan, kualitas produk, keramahan, pelayanan, penepatan janji, dan persaingan sesama bisnis, berikut perilaku yang sering dilakukan oleh para pedagang di pasar Cinangsi, yaitu:

3.1 Takaran/ Timbangan

Dalam hal takaran atau timbangan tentunya setiap pedagang memiliki sikap atau perilaku yang berbeda-beda, tergantung dari sifat dan lingkungan sekitar setiap orang. Takaran atau timbangan merupakan hal yang tetap dan selalu digunakan untuk suatu pekerjaan. Menyempurnakan takaran atau timbangan merupakan hal yang wajib dilakukan oleh setiap individu, terutama seorang pedagang.

3.2 Kualitas Produk

Kualitas barang atau produk merupakan tingkat baik buruknya suatu produk. Kualitas produk merupakan atribut atau sifat yang dideskripsikan di dalam produk dan digunakan untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan. Kualitas produk merupakan hal yang penting yang harus diusahakan oleh setiap pedagang jika ingin barang yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Dari hasil pengamatan yang telah peneliti lakukan, peneliti memperoleh fakta bahwa tiga pedagang di pasar Mejayan Baru ini sangat memperhatikan akan kualitas produk yang mereka jual. Mereka berpendapat bahwa kualitas suatu barang atau produk merupakan hal yang utama bagi para pembeli. Dengan barang berkualitas baik, maka akan memuaskan para pembeli, sehingga memungkinkan pembeli untuk kembali lagi. Namun, disisi lain masih ada dua pedagang yang tidak terlalu mementingkan kualitas dagangan yang mereka jual dan terkadang mencampurkan barang kualitas baik dengan yang buruk. Karena meskipun dengan kualitas yang kurang baik pun masih ada pembeli yang membeli dagangan tersebut. Hal ini dikarenakan masih ada pembeli yang juga menghiraukan kualitas produk dan memilih produk yang lebih murah meskipun dengan kualitas yang kurang baik.

3.3 Penepatan Janji

Seseorang akan dipercaya karena kebenaran perkataannya. Begitu pula seorang pembeli akan percaya kepada pedagang apabila pedagang mampu merealisasikan apa yang diucapkannya, salah satunya yaitu dengandengan menepati janji. Seorang pedagang yang ingin dipercaya dan disukai oleh para pelanggannya hendaknya menepati janji-janji yang diucapkannya kepada pelanggan, sehingga pelanggan tidak akan merasa dikhianati dan akan selalu mempercayainya.

3.4 Keramahan dan Pelayanan

Keramahan seseorang sangatlah penting dalam menyangkut hal apapun terutama pekerjaan, salah satunya dalam berdagang. Seorang pedagang diharuskan memiliki sikap yang ramah kepada pelanggannya. Ramah disini dimaksudnya ialah manis tutur kata dan sikapnya, sehingga pelanggan akan merasa senang dan nyaman dalam melakukan kegiatan jual beli.

Begitu juga dalam hal pelayanan, seorang pedagang harus melayani pembeli dengan baik agar pembeli merasa puas. Seorang pedagang perlu mendengarkan perasaan pembeli, biarkan pelanggan berbicara dan dengarkanlah dengan seksama apa yang dibutuhkan dan diinginkannya, dan layani dengan sepenuh hati.

3.5 Persaingan Sesama Bisnis

Persaingan bisnis adalah persetujuan antar pelaku bisnis yang secara independent berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik pula, agar para konsumen membelanjakan atau membeli suatu barang dagangan kepada penjual. Seorang pedagang hendaknya bersaing dengan cara yang sehat, adil, dan tidak menjelekan dagangan orang lain demi keuntungannya sendiri.

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan mengenai Analisis Perilaku Pedagang Pasar Tradisional dalam Perspektif Etika Bisnis (Studi Kasus Pasar Mejayan Baru Kabupaten Madiun). Dari beberapa aspek perilaku pedagang, berikut perilaku pedagang di pasar Mejayan Baru, yaitu:

4.1 Dalam hal takaran atau timbangan

dari hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, dari sepuluh informan sebagian besar

pedagang di pasarMejayan Baru ini selalu menakar/menimbang dagangan sesuai dengan takaran yang sudah ada atau sudah ditetapkan. Mereka mengatakan tidakberani untuk mengurangi takaran dagangan mereka dan menipu pembeli.Ada beberapa pedagang yang lebih memilih untuk menaikkan harga sedikit dari pada mengurangi timbangan/takaran, bahkan ada pedagang yang terkadang memilih melebihkan takarannya untuk pembeli.

4.2 Kualitas Produk/Barang

Untuk kualitas produk, para pedagang di pasar Mejayan Baru ini memiliki perilaku yang berbeda-beda. Tiga dari lima informan mengatakan sangat memperhatikan akan kualitas produk/barang yang mereka jual demi kepuasan pembeli. Namun, dua pedagang lainnya mengatakan bahwa tidak terlalu mementingkan dan memperhatikan kualitas produk/barangyang mereka jual. Hal itu dikarenakan terkadang saatmereka mengambil produk dari produsen ataupun tengkulak memang sudahmemiliki kualitas yang kurang bagus, sehingga mereka tetap mengambilnyauntuk dijual kembali. Mereka mengatakan bahwa tidak semua pembeli mencari produk dengan kualitas yang paling bagus, beberapa dari mereka lebih memilih produk dengan harga yang murah meskipun kualitasnya kurang baik. Hal tersebutlah yang menyebabkan masih ada beberapa pedagang yang tidak memperhatikan tentang kualitas produk, karena meskipun begitu tetap ada pembeli yang membeli dagangan mereka walaupun dengan kualitas yang kurang baik tersebut.

4.3 Keramahan dan Pelayanan,

Dari hasil pengamatan yang dilakukan peneliti, dari lima informan semuanya mengatakan hal yang sama yaitu selalu berusaha ramah kepada siapapun yang berada di pasar Mejayan Baru. Hal itu dibuktikan dengan bagaimana para pedagang disana memperlakukan setiap orang yang berada disana baik itu pedagang, pembeli ataupun orang yang lewat, mereka selalu menawarkan dagangannya kepada siapa saja yang melewatinya dan disertai dengan senyuman. Beberapa konsumenpasar Mejayan Baru juga mengatakan bahwa para pedagang disana sangat ramah sehingga membuat pembeli merasa nyaman. Selain itu, dalam halpelayanan para pedagangan di pasar Mejayan Baru ini cukup baik, nyaman dan cepat, mereka selalu menghormati satu sama lain, membiarkan pembeli tawar menawar dan mendengarkan apa yang dibutuhkan pembeli dan melakukan perbincangan senyaman mungkin dengan pembeli. Meskipun ada beberapa pembeli yang sudah bertanya namun pada akhirnya tidak jadi membeli. Mereka tetap berusaha melayani dengan sepenuh hati dan tidak terbawa emosi.

4.4 Penepatan Janji,

Dalam hal ini pedagang memiliki perilaku yang berbeda- beda. Tiga dari lima informan (pedagang) mengatakan mereka selalu menepati janjinyadan tidak pernah mengkhianati pelanggannya. Namun ada juga dua informan pedagang yang melakukan tindakan penyimpangan dengan mengkhianati pembelinya demi mendapatkan keuntungan yang lebihbesar. Karena memang pada dasarnya setiap manusia memiliki sifat yangberbeda- beda, sehingga hal semacam ini rawan terjadi dalam perdagangan. Jadi peneliti menyimpulkan bahwa sebagian besarpedagang menepati janjinya kepada pembeli dan beberapa pedagang lainnya pernah melanggar janji.

4.5 Persaingan Sesama Bisnis

dalam hal persaingan bisnis para pedagang di pasar Mejayan Baruberdagang dengan cara yang sehat dan saling menghormati satu sama lain serta menjalin silaturahmi yang baik dengan pedagang lain

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M., & Asse, A. (2016). Analisis Tingkat Kecurangan Dalam Takaran Dan Timbangan Bagi Pedagang Terigu (Studi Kasus Dipasar Sentral Maros). *Jurnal Iqtisaduna*, 2, 1–16.
- Amik Nurlita Sari, dkk. (2022). ANALISIS PRAKTEK KECURANGANTIMBANGAN PADA PEDAGANG KEBUTUHAN POKOK DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus di Pasar Bandar Kecamatan Mojoroto Kota Kediri). *Qawānīn Journal of Economic Syaria Law*, 1(2), 106–124.<https://doi.org/10.30762/q.v1i2.515>
- Hartini, S. (2016). *PERAN DAN FUNGSI PASAR MODAL DALAM PEREKONOMIAN SUATU NEGARA*. 3(2).
- Jamila, M. (2014). *Analisis Akurasi Timbangan Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus: Pasar Alai Kota Padang)* [Universitas Andalas]. <http://scholar.unand.ac.id/7859/>
- Manege, P. M. N., Allo, E. K., & Bahrin. (2017). Timbangan Digital Dengan Kapasitas 20Kg Berbasis Microcontroller. *Jurnal Teknik Elektro Dan Komputer*, 6(1), 57–62. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/elekdankom/article/viewFile/16123/15628>
- Marzuki, S. N. (2018). Akurasi Timbangan Pedagang Buah Muslim Pada Pasar Tradisional Di Kota Watampone. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(2), 141–170.

- Mulyadi, D. (2012). Riset Desain Dalam Metodologi Penelitian. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 202.89.117.
- Mulyadi, D. (2021). *Pemberdayaan Pasar Tradisional Ditengah Kepungan Pasar Modern*. Media Sains Indonesia.
- Olsson, J. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa* (Vol. 1, Issue 1). <http://ejournal.usd.ac.id/index.php/LLT%0Ahttp://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb/article/view/File/11345/10753%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.758%0Awww.iosrjournals.org>
- Pangiuk, A. (2019). Tinjauan Etika Bisnis Islam dalam Penggunaan Timbangan Sembako Dalam Jual Beli (Studi Kasus di pasar Mendahara Ilir, Tanjabtim). *Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 4(1), 39–51. <http://repository.uinjambi.ac.id/id/eprint/1716>
- Rahmadani, D. A. (2017). *Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Petepamus Makassar Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam SKRIPSI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR TAHUN 2017*.
- Rahmanto, A. (2013). Pengembangan Pedagang Di Obyek Wisata Sondokoro Kabupaten Karanganyar Arif Rahmanto Universitas Sebelas Maret. *Ilmiah Pendidikan Sosial*.
- Sudarto. (2012). Studi Pendapatan Pedagang Kecil Anggota Kud Ditinjau Dari Modal Usaha Di Kecamatan Sidoharjo Sragen. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 22(2), 135–143.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT. Alfabeta. https://digilib.unigres.ac.id/index.php?p=show_detail&id=43
- Sutami, W. D. (2012). Strategi Rasional Pedagang Pasar Tradisional. *Jurnal Biokultur*, 1(2), 127–148. [http://www.journal.unair.ac.id/filerPDF/03 Wahyu Dwi S---Strategipedagang pasar tradisional.pdf](http://www.journal.unair.ac.id/filerPDF/03%20Wahyu%20Dwi%20S---Strategi%20pedagang%20pasar%20tradisional.pdf)
- Toni, A. (2013). Eksistensi Pasar Tradisional Dalam Menghadapi Pasar Modern Di Era Modernisasi. *Jurnal Studi Agama*, 160–184. ejournal.kopertais4.or.id
- Widiasari, S., & Zulfa, F. E. (2020). *PERILAKU PEDAGANG GROSIR DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Pasar Ngemplak Tulungagung)*. 8, 27–36.