BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Jual beli dalam Islam memiliki dasar yang kuat dan menempati posisi penting dalam kehidupan umat Muslim. Aktivitas ini menjadi sarana utama bagi masyarakat Muslim untuk memenuhi kebutuhan hidup sekaligus memperoleh penghasilan. Oleh karena itu, praktik jual beli diatur secara jelas dalam hukum syariah guna menjamin keadilan serta mencegah terjadinya kerugian bagi salah satu pihak. Dalam konteks sosial dan ekonomi, jual beli tidak hanya berfungsi sebagai aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai bentuk interaksi antarindividu yang telah melekat dalam kehidupan masyarakat. Peran tersebut turut berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi umat serta mempererat hubungan sosial di antara mereka. Selain itu, Islam secara tegas melarang praktik riba dalam transaksi jual beli dan menegaskan bahwa setiap transaksi harus dilakukan sesuai dengan ketentuan syariah (Suhandoyo et al., 2024). Termasuk persoalan ketidaktransparanan informasi dalam transaksi, di mana pedagang tidak selalu menyampaikan secara lengkap dan jujur kondisi serta kualitas barang yang diperdagangkan kepada pembeli, sehingga berpotensi menimbulkan ketidakseimbangan informasi dan merugikan konsumen.

Dalam transaksi jual beli, terutama barang konsumsi seperti buah, Kejelasan informasi mengenai produk memegang peranan penting dalam membentuk persepsi nilai konsumen terhadap barang yang ditawarkan. Informasi yang disampaikan secara jelas dan transparan mampu menumbuhkan

kepercayaan konsumen, sehingga mereka merasa lebih aman dalam melakukan pembelian karena informasi yang diterima dianggap lengkap dan dapat dipertanggungjawabkan (Arfah, 2025a) Kondisi ini sejalan dengan pandangan (Kotler & Keller, 2016) yang menyatakan bahwa komunikasi pemasaran yang efektif berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen melalui penyampaian nilai produk secara jelas. ketika informasi mengenai stok produk tidak disampaikan secara transparan, Kondisi ini berpotensi menimbulkan ketidakadilan dalam transaksi jual beli (Maulana et al., 2025).

Dalam praktik jual beli komoditas, terutama produk segar seperti buah, penyampaian informasi terkait kualitas produk menjadi aspek penting yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Biasanya, penjual atau pedagang akan menawarkan serta memperlihatkan barang dagangannya kepada calon pembeli agar dapat diamati secara langsung. Melalui proses tersebut, pembeli diharapkan mampu menilai kondisi barang yang akan dibeli. Namun, dalam praktiknya, meskipun pembeli telah melakukan pengamatan, tidak jarang mereka belum sepenuhnya menyadari adanya cacat pada barang tersebut. Dalam kondisi ini, penjual sering kali beralasan bahwa pembeli telah diberikan kesempatan untuk melihat dan memeriksa barang dagangannya secara bebas.

Dalam perspektif Islam, praktik menjual barang yang memiliki cacat tanpa mengungkapkan kondisi sebenarnya merupakan perbuatan yang dilarang. Jual beli semacam ini tergolong sebagai tindakan penipuan dan termasuk dalam transaksi yang tidak dibenarkan dalam syariat Islam. Menjual barang cacat

tanpa menjelaskan cacatnya kepada pembeli hukumnya haram, dan akad jual beli tersebut dianggap tidak sah. Oleh karena itu, seseorang yang mengetahui adanya cacat pada suatu barang diwajibkan untuk menyampaikannya kepada calon pembeli, terlebih apabila pembeli tidak menyadari atau tidak memperoleh penjelasan mengenai cacat tersebut dari penjual (Putri, 2020).

Di Jalan Pekapuran Raya Banjarmasin terdapat aktivitas perdagangan buah yang dilakukan oleh pedagang kaki lima dengan menawarkan berbagai jenis buah kepada masyarakat. Kawasan ini merupakan salah satu jalur utama kota yang ramai dilalui, sehingga kegiatan jual beli berlangsung secara langsung antara pedagang dan pembeli. Proses transaksi umumnya bersifat sederhana dan tidak formal, dengan interaksi yang terjadi secara singkat dalam kegiatan tawar-menawar. Pola perdagangan tersebut membentuk karakter transaksi yang cepat dan praktis dalam aktivitas jual beli buah di wilayah tersebut. Kondisi transaksi yang berlangsung secara cepat dan praktis tersebut menjadikan penyampaian informasi mengenai kualitas barang tidak selalu dilakukan secara terperinci kepada pembeli.

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan peneliti di Jalan Pekapuran Raya Banjarmasin, ditemukan bahwa dalam praktik jual beli buah, pedagang cenderung mempersilakan pembeli untuk mencoba atau mencicipi buah yang dijual. Namun, kesempatan untuk mencoba tersebut tidak diberikan pada seluruh jenis atau kondisi buah yang tersedia. Selain itu, pedagang tidak secara langsung menjelaskan kondisi dan kualitas buah, seperti tingkat kematangan atau kesegaran, melainkan lebih mengandalkan tindakan

mempersilakan pembeli untuk mencoba buah sebagai bentuk penyampaian informasi. Pola komunikasi ini menunjukkan bahwa informasi kualitas buah tidak selalu disampaikan secara verbal dan lengkap, sehingga pembeli harus menafsirkan sendiri kondisi buah berdasarkan pengalaman mencicipi yang terbatas. Kondisi tersebut mengindikasikan adanya potensi ketidaklengkapan informasi dalam proses transaksi jual beli buah.

Dalam perspektif etika bisnis syariah, penyampaian informasi yang jujur dan transparan merupakan prinsip fundamental yang harus dijunjung tinggi dalam setiap aktivitas perdagangan. Islam menekankan nilai kejujuran (*ṣidq*) dan amanah dalam bertransaksi, di mana penjual memiliki kewajiban moral untuk menyampaikan kondisi dan kualitas barang secara benar kepada pembeli. Kejujuran merupakan prinsip fundamental dalam etika bisnis Islam. Setiap pedagang memiliki kewajiban untuk bersikap jujur dalam seluruh aktivitas usaha, baik dalam penyampaian informasi, penjaminan kualitas barang yang diperdagangkan, maupun dalam pemenuhan kesepakatan yang telah dibuat. Dalam Al-Qur'an, Allah memerintahkan untuk berkata benar dan jujur dalam setiap keadaan .

QS.At-Taubah/9:119

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوا اتَّقُوا اللّٰهَ وَكُوْنُوْا مَعَ الصّٰدِقِيْنَ

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tetaplah bersama orang-orang yang benar.

Rasulullah SAW juga menegaskan bahwa pedagang yang jujur akan digolongkan bersama para nabi, syuhada, dan orang-orang saleh di akhirat. Kejujuran menciptakan kepercayaan antara pedagang dan konsumen serta menjadi dasar hubungan yang harmonis dalam perdagangan (Nandavita et al., 2025).

Amanah dapat dimaknai sebagai suatu kepercayaan atau titipan yang diberikan kepada seseorang dan wajib dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab. Dalam konteks bisnis atau muamalah, sikap amanah menjadi hal yang sangat penting, terutama dalam memenuhi hak dan permintaan pembeli dalam kegiatan perdagangan. Bagi pelaku usaha, menjalankan amanah merupakan faktor penting dalam menjaga keberlangsungan bisnis. Seorang penjual berkewajiban untuk memenuhi permintaan pembeli serta memberikan barang dengan kualitas yang baik sesuai dengan kesepakatan. Sikap tersebut tidak hanya berkontribusi pada peningkatan penjualan, tetapi juga menumbuhkan kepuasan dan kepercayaan pembeli karena barang yang diterima sesuai dengan harapan (Mulyani, 2024). Sebaliknya, ketika prinsip amanah tidak dijalankan secara konsisten, praktik transaksi berpotensi mengandung unsur ketidakjelasan yang dapat merugikan salah satu pihak. Kondisi inilah yang dalam perspektif ekonomi Islam dikenal sebagai gharar.

Gharar dalam transaksi ekonomi sebagai bentuk ketidakjelasan, ketidakpastian, atau spekulasi dalam suatu akad yang berpotensi merugikan salah satu pihak. Ketidakjelasan tersebut dapat berkaitan dengan objek transaksi, kualitas barang, harga, waktu penyerahan, maupun kemampuan

penjual dalam menyerahkan barang yang diperjualbelikan. Dalam perspektif fiqh muamalah, gharar dipandang sebagai unsur yang dilarang karena mengandung risiko penipuan dan berpotensi menyebabkan pengambilan harta orang lain secara tidak sah (bathil), sehingga bertentangan dengan prinsip keadilan dan kerelaan dalam transaksi yang diajarkan Islam (Hosen, 2009).

Berdasarkan uraian tersebut, terlihat adanya kesenjangan antara praktik jual beli buah yang terjadi di lapangan dengan nilai ideal yang diajarkan dalam etika bisnis syariah. Hasil observasi awal menunjukkan bahwa penyampaian informasi kualitas buah oleh pedagang di Jalan Pekapuran Raya Banjarmasin masih cenderung bersifat tidak langsung dan terbatas, karena lebih mengandalkan kesempatan mencicipi buah tanpa penjelasan verbal yang utuh mengenai kondisi dan kualitas barang. Praktik ini berpotensi menimbulkan ketidaklengkapan informasi bagi pembeli. Di sisi lain, Islam secara tegas menekankan pentingnya kejujuran (*ṣidq*) dan amanah dalam setiap transaksi, di mana penjual memiliki kewajiban moral untuk menyampaikan informasi secara jelas, benar, dan transparan guna menghindari unsur gharar yang dilarang dalam muamalah. Perbedaan antara realitas praktik dan nilai normatif inilah yang menjadi dasar pentingnya penelitian ini dilakukan, yaitu untuk menganalisis secara mendalam perilaku pedagang buah dalam praktik jual beli ditinjau dari perspektif etika bisnis syariah, sekaligus menilai sejauh mana prinsip kejujuran, amanah, dan penghindaran gharar telah diterapkan dalam transaksi tersebut.

Oleh karena itu, penelitian dengan judul **"Perilaku Pedagang Buah di Jalan Pekapuran Raya Banjarmasin: Perspektif Etika Bisnis Syariah"** menjadi penting untuk dilakukan guna menganalisis perilaku pedagang buah dalam praktik jual beli serta menilai kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip etika bisnis syariah, khususnya yang berkaitan dengan penyampaian informasi mengenai kualitas buah kepada pembeli.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah yang diajukan pada penelitian ini ialah:

1. Bagaimana perilaku pedagang buah dalam menyampaikan informasi mengenai kualitas barang kepada pembeli di Jalan Pekapuran Raya Banjarmasin?
2. Bagaimana kesesuaian perilaku pedagang buah dalam penyampaian informasi kualitas barang dengan prinsip-prinsip etika bisnis syariah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, penelitian ini mempunyai tujuan sebagai:

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan perilaku pedagang buah dalam menyampaikan informasi mengenai kualitas barang kepada pembeli di Jalan Pekapuran Raya Banjarmasin.

2. Untuk menganalisis kesesuaian perilaku pedagang buah dalam penyampaian informasi kualitas barang dengan prinsip-prinsip etika bisnis syariah.

D. Signifikansi Penelitian

1. Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan dalam bidang ekonomi dan etika bisnis syariah, khususnya yang berkaitan dengan perilaku pedagang dalam menyampaikan informasi kualitas barang kepada pembeli. Temuan penelitian ini dapat menjadi referensi akademik bagi penelitian selanjutnya yang membahas transparansi informasi, kejujuran, dan amanah dalam praktik jual beli, terutama pada sektor perdagangan buah dan pasar informal.

2. Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi berbagai pihak, antara lain:

a. Bagi Pedagang Buah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan refleksi bagi pedagang buah dalam praktik penyampaian informasi kualitas barang kepada pembeli, sehingga dapat meningkatkan sikap kejujuran, transparansi, dan amanah sesuai dengan prinsip etika bisnis syariah.

b. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan meningkatkan kesadaran konsumen mengenai pentingnya memperoleh informasi yang jelas dan benar terkait kualitas barang sebelum melakukan transaksi, sehingga konsumen dapat terhindar dari kerugian akibat ketidakjelasan informasi.

c. Bagi Pihak Terkait

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak terkait, seperti pemerintah daerah atau instansi yang berwenang, dalam merumuskan kebijakan pembinaan pedagang yang mendorong terciptanya praktik perdagangan yang adil, transparan, dan beretika.

E. Definisi Operasional

1. Perilaku Pedagang Buah

Perilaku secara umum diartikan sebagai segala bentuk tindakan, sikap, dan respons seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya. Pedagang merupakan individu yang melakukan kegiatan jual beli barang dengan tujuan memperoleh keuntungan. Sementara itu, pedagang buah adalah pelaku usaha yang menjual berbagai jenis buah kepada konsumen dalam aktivitas perdagangan.

Dalam penelitian ini, perilaku pedagang buah tidak dimaknai sebagai seluruh aktivitas perdagangan yang dilakukan oleh pedagang, melainkan dibatasi pada tindakan dan cara pedagang dalam menyampaikan informasi

mengenai kualitas buah kepada pembeli dalam proses transaksi jual beli. Informasi kualitas buah yang dimaksud berkaitan dengan kondisi fisik buah, seperti tingkat kesegaran, tingkat kematangan, adanya kerusakan atau cacat pada buah, serta kelayakan buah untuk dikonsumsi. Perilaku tersebut tercermin dari cara pedagang menjelaskan kondisi buah yang dijual, tingkat keterbukaan dalam menyampaikan informasi kepada pembeli, kesediaan pedagang memberikan penjelasan tanpa harus diminta terlebih dahulu, serta respons pedagang ketika pembeli menanyakan kondisi atau kualitas buah yang ditawarkan.

2. Etika Bisnis Syariah

Etika bisnis syariah merupakan seperangkat prinsip moral dalam kegiatan usaha yang bersumber dari ajaran Islam dan mengatur hubungan antara penjual dan pembeli agar berjalan secara adil dan jujur. Dalam penelitian ini, etika bisnis syariah digunakan sebagai perspektif analisis untuk menilai perilaku pedagang buah dalam proses transaksi jual beli. Penilaian tersebut difokuskan pada beberapa prinsip utama dalam etika bisnis Islam, yaitu kejujuran (*ṣidq*) dalam menyampaikan informasi mengenai kondisi barang, amanah dalam menjaga kepercayaan pembeli, keadilan dalam transaksi, serta penghindaran unsur gharar atau ketidakjelasan informasi yang dapat merugikan salah satu pihak dalam jual beli.

F. Sistematika Penulisan

Struktur keseluruhan isi dapat diuraikan secara lebih rinci dan sistematis sebagai berikut:

BAB I merupakan pendahuluan. Pada bab ini diuraikan latar belakang masalah yang berkaitan dengan *Perilaku Pedagang Buah di* Jalan Pekapuran Raya *Banjarmasin: Perspektif Etika Bisnis Syariah*. Selanjutnya disajikan rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, serta sistematika penulisan.

BAB II merupakan landasan teori. Pada bab ini dipaparkan berbagai teori yang relevan dengan penelitian, khususnya yang berkaitan dengan perilaku pedagang, penyampaian informasi kualitas barang, serta prinsip-prinsip etika bisnis syariah. Selain itu, disajikan pula penelitian terdahulu yang relevan serta kerangka pikir penelitian sebagai landasan konseptual dalam memahami permasalahan yang dikaji.

BAB III merupakan metode penelitian. Pada bab ini dijelaskan secara deskriptif mengenai pelaksanaan penelitian dan metode analisis yang digunakan. Uraian meliputi jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data yang terdiri dari data primer dan data sekunder, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta tahapan penelitian.

BAB IV merupakan penyajian data dan analisis. Pada bab ini disajikan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai perilaku pedagang buah dalam

penyampaian informasi kualitas barang di Jalan Pekapuran Raya Banjarmasin, kemudian dianalisis berdasarkan perspektif etika bisnis syariah.

BAB V merupakan penutup. Pada bab ini disajikan kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian serta saran yang ditujukan kepada pihak-pihak terkait berdasarkan temuan yang diperoleh dalam penelitian.