

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS PADA PELAKU BISNIS DI
PASAR PAGI SILABERANTI KECAMATAN JAKABARING
KOTA PALEMBANG**

Oleh

SEFTIANA



FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

PALEMBANG

2026

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS PADA PELAKU BISNIS DI
PASAR PAGI SILABERANTI KECAMATAN JAKABARING
KOTA PALEMBANG**

Oleh

SEFTIANA

SKRIPSI

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian

Pada

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

PALEMBANG

2026

Motto:

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S AL- Baqarah : 286)

Dengan Rahmat Allah SWT, Skripsi ini kupersembahkan kepada:

- ***Kedua orang tuaku tercinta, Ayahanda Muhammad Jumdan dan Ibunda Ida Royani, yang telah membesarkan penulis dengan penuh kasih sayang, terima kasih atas kepercayaan, pengorbanan, do'a, nasehat, serta motivasi yang tiada henti untuk putri keduanya.***
- ***Kepada kakak Perempuan saya Irma Dama Yanti dan Kedua adikku, Mila Karmila dan Wildan Al Adzky terima kasih telah menjadi penyemangat dalam mengerjakan skripsi ini.***
- ***Untuk seseorang pemilik nim 112022005 yang tidak bisa penulis sebutkan namanya terima kasih sudah menjadi bagian dalam perjalanan hidup penulis dukunganmu baik tenaga, waktu maupun materi sangat berarti dalam proses penyusunan skripsi ini.***
- ***Diriku sendiri yang telah berjuang untuk menyelesaikan setiap tahapan-tahapan dalam perkuliahan.***
- ***Sahabat - sahabat seperjuanganku terimakasih banyak atas do'a dan dukungannya selama ini.***

RINGKASAN

SEFTIANA. Implementasi Etika Bisnis Pada Pelaku Bisnis di Pasar Pagi Silaberanti Kecamatan Jakabaring Kota Palembang. Dibimbing oleh **HARNIATUN ISWARINI** dan **RAHMAT KURNIAWAN**.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana implementasi etika bisnis oleh pelaku bisnis di Pasar Pagi Silaberanti Kecamatan Jakabaring Kota Palembang serta untuk mengetahui dampak dari implementasi etika bisnis terhadap pelaku bisnis. Penelitian dilaksanakan di Pasar Pagi Silaberanti Kecamatan Jakabaring Kota Palembang pada bulan Februari sampai April 2026. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Metode penarikan contoh yang digunakan untuk pedagang menggunakan metode *Stratified random sampling*, dimana narasumber berjumlah sepuluh pedagang. Sedangkan metode penarikan contoh yang digunakan untuk konsumen menggunakan metode *Accidental sampling*, dimana narasumber berjumlah dua puluh konsumen yang ada di Pasar Pagi Silaberanti Kecamatan Jakabaring Kota Palembang. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Metode pengolahan data yang digunakan (kondensasi data, penyajian data, menggambarkan dan menarik kesimpulan) dan analisis data yang digunakan adalah analisis secara deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi etika bisnis di Pasar Pagi Silaberanti telah diterapkan. Pada narasumber pedagang, seluruh pedagang (100%) telah menerapkan prinsip kejujuran, keadilan, saling menguntungkan, tanggung jawab, dan jual beli yang halal, sedangkan prinsip transparansi diterapkan oleh 70% pedagang. Pada narasumber konsumen, penerapan etika bisnis meliputi prinsip kejujuran (75%), keadilan (75%), saling menguntungkan (75%), tanggung jawab (75%), transparansi (100%), dan jual beli yang halal (100%). Penerapan etika bisnis tersebut memberikan dampak terhadap pelaku bisnis. Sebanyak 94% pedagang dan 94% konsumen menyatakan bahwa etika bisnis meningkatkan kepercayaan pelanggan. Selain itu, (86%) pedagang dan (80%) konsumen menyatakan etika bisnis mendukung keberlangsungan usaha, (90%) pedagang menyatakan etika bisnis mempererat hubungan baik dengan konsumen, sedangkan (51%) konsumen memberikan tanggapan netral terhadap indikator tersebut. Selanjutnya, (74%) pedagang dan (71%) konsumen menyatakan bahwa penerapan etika bisnis meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan demikian, penerapan etika bisnis berkontribusi dalam menciptakan aktivitas perdagangan yang lebih baik serta mendukung keberlangsungan usaha di Pasar Pagi Silaberanti Kecamatan Jakabaring Kota Palembang.

SUMMARY

SEFTIANA. The Implementation of Business Ethics among Business Actors at Pasar Pagi Silaberanti, Jakabaring District, Palembang City. Supervised by **HARNIATUN ISWARINI** and **RAHMAT KURNIAWAN**.

This study was conducted to determine how business ethics are implemented by business actors at Pasar Pagi Silaberanti, Jakabaring District, Palembang City, and to identify the impacts of the implementation of business ethics on business actors. The research was carried out at Pasar Pagi Silaberanti, Jakabaring District, Palembang City, from February to April 2026. This study employed a descriptive qualitative research method. The sampling technique used for selecting traders was stratified random sampling, involving ten traders as informants. Meanwhile, the sampling technique used for consumers was accidental sampling, involving twenty consumers at Pasar Pagi Silaberanti, Jakabaring District, Palembang City. Data were collected through interviews, observations, and documentation. The data processing techniques included data condensation, data display, data description, and conclusion drawing, while the data were analyzed using descriptive qualitative analysis. The results of the study showed that business ethics had been implemented at Pasar Pagi Silaberanti. Among the trader informants, all traders (100%) had implemented the principles of honesty, fairness, mutual benefit, responsibility, and halal transactions, while the principle of transparency was implemented by 70% of the traders. Among the consumer informants, the implementation of business ethics included the principles of honesty (75%), fairness (75%), mutual benefit (75%), responsibility (75%), transparency (100%), and halal transactions (100%). The implementation of business ethics also had positive impacts on business actors. As many as 94% of traders and 94% of consumers stated that business ethics increased customer trust. In addition, 86% of traders and 80% of consumers stated that business ethics supported business sustainability. Furthermore, 90% of traders stated that business ethics strengthened good relationships with consumers, while 51% of consumers gave neutral responses regarding this indicator. Moreover, 74% of traders and 71% of consumers stated that the implementation of business ethics increased customer satisfaction. Therefore, the implementation of business ethics contributes to creating better trading activities and supporting business sustainability at Pasar Pagi Silaberanti, Jakabaring District, Palembang City.

HALAMAN PENGESAHAN

IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS PADA PELAKU BISNIS DI PASAR PAGI SILABERANTI KECAMATAN JAKABARING KOTA PALEMBANG

Oleh

SEFTIANA

41 2022 032

Telah dipertabankan pada ujian 12 Agustus 2026

Pembimbing Utama,



(Harniatun Iswarini, S.P., M.Si)

Pembimbing Pendamping,



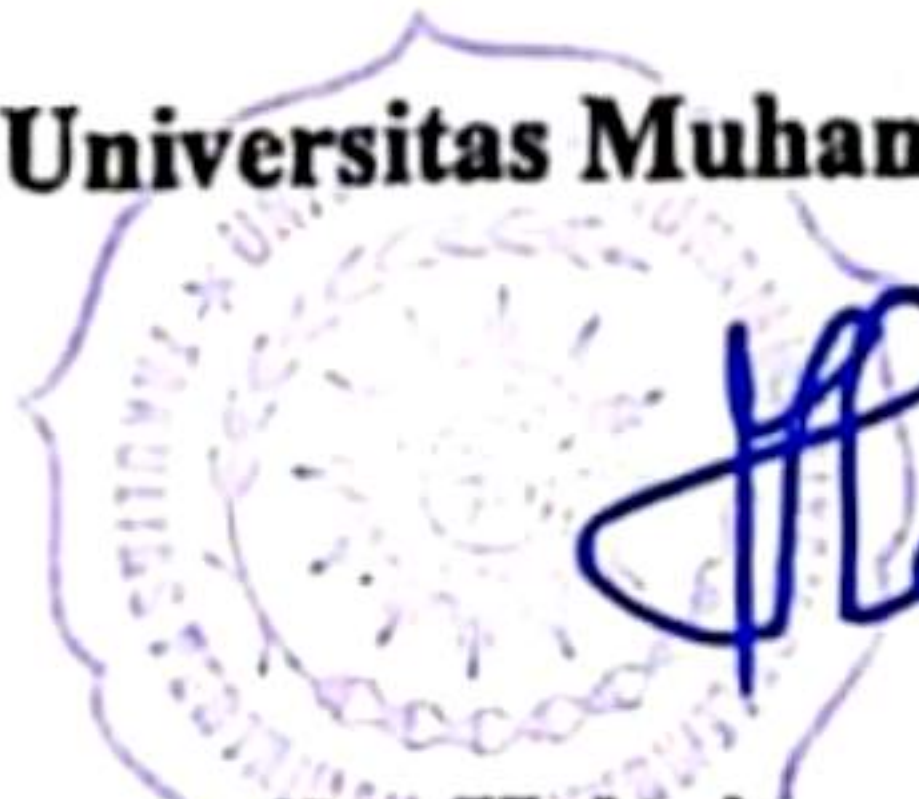
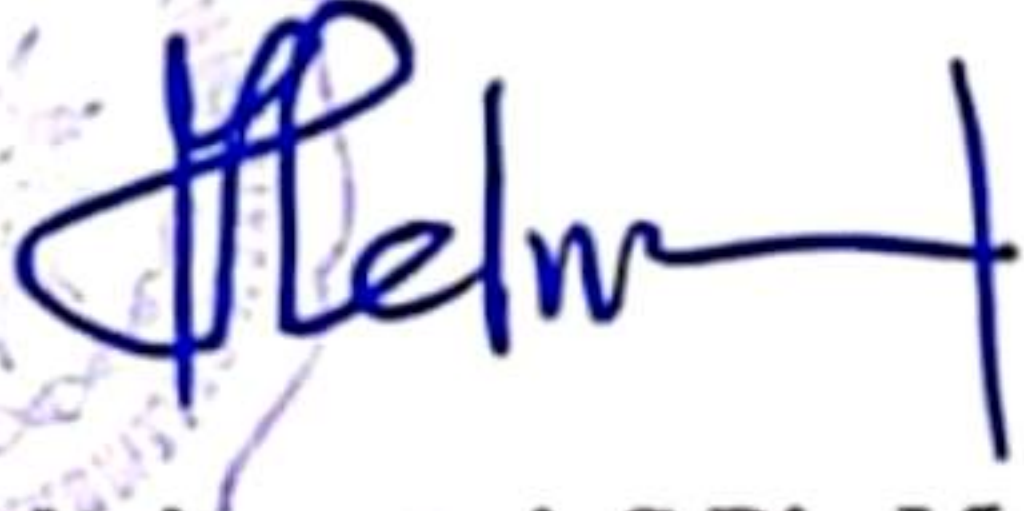
(Dr. Rahmat Kurniawan, S.P., M.Si)

Palembang, 31 Agustus 2026

Dekan

Fakultas Pertanian

Universitas Muhammadiyah Palembang



(Dr. Helmizuryani, S.Pi., M.Si)

NIDN/NBM : 0210066903/959874

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Seftiana

Tempat/Tanggal Lahir : Karang Lintang, 13 Oktober 2003

NIM : 412022032

Program Studi : Agribisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Palembang

Menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah hasil karya saya dan disusun sendiri dengan sungguh-sungguh serta bukan merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi pembatalan skripsi ini dan segala konsekuensinya.
2. Saya bersedia untuk menanggung segala bentuk tuntutan hukum yang mungkin timbul jika terdapat pelanggaran Hak Cipta karya ilmiah saya ini.
3. Memberikan hak kepada perpustakaan Universitas Muhammadiyah Palembang untuk menyimpan di media secara fulltexts untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya sebagai penulis/pencipta dan penerbit yang bersangkutan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan tanpa paksaan pihak manapun.

Palembang, 05 Agustus 2026


(Seftiana)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan ridho-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Implementasi Etika Bisnis Pada Pelaku Bisnis Di Pasar Pagi Silaberanti Kecamatan Jakabaring Kota Palembang”**, yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Harniatun Iswarini, S.P., M.Si selaku pembimbing utama dan kepada Bapak Dr. Rahmat Kurniawan S.P., M.Si selaku pembimbing pendamping yang mana telah banyak memberikan bimbingan, arahan, motivasi dan saran dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa didalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas semua amal baik kita. Amin.

Palembang, Agustus 2026

Penulis

RIWAYAT HIDUP

SEFTIANA dilahirkan Karang Lantang 13 Oktober 2003, merupakan putri ke dua dari Ayahanda Muhammad Jumdan dan Ibunda Ida Royani.

Pendidikan Sekolah Dasar telah diselesaikan pada Tahun 2015 di SD Negeri 116 Oku, Sekolah Menengah Pertama telah diselesaikan pada Tahun 2018 di SMP Negeri 31 Oku, Sekolah Menengah Atas telah diselesaikan pada Tahun 2021 di SMA Negeri 06 Oku. Penulis terdaftar sebagai Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Palembang Tahun 2022 Program Studi Agribisnis.

Pada bulan Januari sampai bulan Maret 2025 penulis melakukan Kuliah Magang di Bank Sumsel Babel Cabang Baturaja. Pada bulan Juli 2025 sampai September 2025 penulis mengikuti Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan 64 di Desa Sejangko II Kecamatan Rantau Panjang Kabupaten Ogan Ilir.

Pada bulan Februari sampai dengan April 2026 penulis melaksanakan penelitian tentang Implementasi Etika Bisnis Pada Pelaku Bisnis di Pasar Pagi Silaberanti Kecamatan Jakabaring Kota Palembang.

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
 BAB I. PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan dan Manfaat.....	6
 BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	 7
2.1 Penelitian Terdahulu Yang Sejenis.....	9
2.2 Landasan Teori	11
2.2.1 Konsepsi Etika Bisnis.	11
2.2.2 Konsepsi Implementasi	16
2.2.3 Konsepsi Pasar Tradisional	18
2.2.4 Konsepsi Pelaku Bisnis.....	19
2.2.5 Konsepsi Dampak Implementasi Etika Bisnis.....	23
2.3 Model Pendekatan	26
2.4 Batasan Penelitian dan Operasional Variabel.....	27
 BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	 29
3.1 Tempat dan Waktu	29
3.2 Metode Penelitian.....	29
3.3 Metode Penarikan Contoh	30
3.4 Metode Pengumpulan Data	31
3.5 Metode Pengolahan Data dan Analisis Data	32
 BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	 34
4.1 Hasil.....	34

4.1.1	Gambaran Umum Pasar Pagi Silaberanti Kecamatan Jakabaring Kota Palembang	34
4.1.2	Identitas Narasumber	35
4.1.3	Implementasi Etika Bisnis Oleh Pelaku Bisnis Di Pasar Pagi Silaberanti Kecamatan Jakabaring Kota Palembang.....	40
4.1.4	Dampak Dari Implementasi Etika Bisnis Terhadap Pelaku Bisnis Di Pasar Pagi Silaberanti Kecamatan Jakabaring Kota Palembang.....	45
4.2	Pembahasan	48
4.2.1	Etika Bisnis Diimplementasikan Oleh Pelaku Bisnis Di Pasar Pagi Silaberanti Kecamatan Jakabaring Kota Palembang.....	48
4.2.2	Dampak Dari Implementasi Etika Bisnis Terhadap Pelaku Bisnis Di Pasar Pagi Silaberanti Kecamatan Jakabaring Kota Palembang.....	56
BAB V.	KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1	Kesimpulan.....	64
5.2	Saran	64
	DAFTAR PUSTAKA	65
	LAMPIRAN.....	68

DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Pasar Tradisional di Kota Palembang, 2025	3
2. Kajian Terhadap Penelitian Terdahulu Yang Sejenis	9
3. Identitas Narasumber Berdasarkan Kelompok Umur Pedagang	35
4. Identitas Narasumber Berdasarkan Tingkat Pendidikan Pedagang.....	36
5. Identitas Narasumber Berdasarkan Anggota Keluarga Pedagang.....	37
6. Identitas Narasumber Berdasarkan Kelompok Umur Konsumen.....	38
7. Identitas Narasumber Berdasarkan Tingkat Pendidikan Konsumen....	39
8. Identitas Narasumber Berdasarkan Anggota Keluarga Konsumen.....	40

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Diagramatik Implementasi Etika Bisnis Pada Pelaku Bisnis Di Pasar Pagi Silaberanti Kecamatan Jakabaring Kota Palembang	26

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Peta Wilayah Penelitian	69
2. Identitas Narasumber Pedagang.....	70
3. Identitas Narasumber Konsumen	71
4. Hasil Wawancara Narasumber Mengenai Implementasi Etika Bisnis di Pasar Pagi Silaberanti Kecamatan Jakabaring Kota Palembang.....	72
5. Hasil Rekapitulasi Wawancara Narasumber (Pedagang) Mengenai Implementasi Etika Bisnis Pada Pelaku Bisnis di Pasar Pagi Silaberanti Kecamatan Jakabaring Kota Palembang	96
6. Hasil Rekapitulasi Wawancara Narasumber (Konsumen) Mengenai Implementasi Etika Bisnis Pada Pelaku Bisnis di Pasar Pagi Silaberanti Kecamatan Jakabaring Kota Palembang	97
7. Hasil Wawancara Narasumber (Pedagang) Mengenai Dampak Implementasi Etika Bisnis di Pasar Pagi Silaberanti Kecamatan Jakabaring Kota Palembang.....	98
8. Hasil Wawancara Narasumber (Konsumen) Mengenai Dampak Implementasi Etika Bisnis di Pasar Pagi Silaberanti Kecamatan Jakabaring Kota Palembang.....	102
9. Hasil Rekapitulasi Wawancara Narasumber (Pedagang) Mengenai Dampak Implementasi Etika Bisnis di Pasar Pagi Silaberanti Kecamatan Jakabaring Kota Palembang.....	105
10. Hasil Rekapitulasi Wawancara Narasumber (Konsumen) Mengenai Dampak Implementasi Etika Bisnis di Pasar Pagi Silaberanti Kecamatan Jakabaring Kota Palembang.....	108
11. Dokumentasi Penelitian	111
12. Surat Keterangan Selesai Penelitian	113

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada zaman Rasulullah, agama Islam sudah mengajarkan bagaimana tata cara tentang pemasaran yang sesuai dengan syariat Islam, termasuk konsep dalam berbisnis. Dalam Islam, etika bisnis harus saling menguntungkan antara satu dengan yang lainnya. Islam juga mengarahkan untuk memberikan kualitas yang baik dan memberikan informasi yang sesuai dengan produk. Produk yang dilarang untuk diperjual belikan oleh Islam adalah produk yang belum jelas bagi pembeli. Lantaran, memiliki potensi terjadinya kasus ketidakadilan dan penipuan kepada salah satu pihak. Sehingga, jual beli produk yang belum jelas hukumnya menjadi haram (Hakim, 2020).

Dalam agama Islam, istilah yang memiliki arti yang berhubungan erat dengan etika bisnis ialah *khuluq*. Kata *khuluq* berasal dari kata *khaluq-khuluqan* yang memiliki arti *tabi''at*, kebiasaan, budi pekerti, keperwiraan, dan kesatriaan. Namun, apabila ditinjau lebih dalam lagi pada Al-Quran juga menggunakan beberapa istilah lain untuk mendeskripsikan mengenai nilai kebaikan yang dapat digunakan sebagai prinsip dalam etika bisnis (Djakfar, 2020).

Prinsip-prinsip etika bisnis tersebut dapat digunakan sebagai tolak ukur dalam melakukan aktivitas dalam berdagangnya apakah sudah sesuai dengan syariat Islam atau belum. Penerapan prinsip etika bisnis dapat dilakukan oleh pedagang supaya mereka lebih memahami tentang pentingnya prinsip tersebut. Karena pada zaman sekarang, masih banyak pedagang yang melakukan kegiatan dagangnya dengan asal-asalan memasarkan produknya yang semata-mata bertujuan untuk meraih keuntungan saja tanpa memperhatikan prinsip-prinsip etika bisnis (Amalia, 2019).

Kegiatan jual beli ialah salah satu kegiatan yang terjadi karena adanya transaksi antara pedagang dan konsumen mengenai suatu produk atau barang. Salah satu tempat yang digunakan untuk transaksi jual beli adalah pasar. Pada zaman sekarang, perkembangan ekonomi menjadi semakin pesat dan

menimbulkan persaingan dalam berbisnis. Dengan adanya persaingan yang tinggi, dapat membuat pelaku bisnis melakukan berbagai hal agar mendapatkan keuntungan. Namun, pelaku bisnis banyak yang mengabaikan etika bisnis semata-mata untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Misalnya, perilaku ketidakjujuran, pengurangan takaran dalam timbangan, penggunaan kualitas produk yang rendah, harga jual yang sangat tinggi terjadi di pasar. Perilaku tersebut dapat menyebabkan para konsumen tidak nyaman untuk membeli produk. Para konsumen seharusnya mendapatkan barang yang bagus dan sesuai dengan harganya. Apabila ada kekurangan, penjual harus memberitahunya kepada konsumen. Sehingga konsumen dapat membeli barang mana yang akan dibelinya (Nilava & Fauz, 2020).

Penjual yang memiliki kejujuran dalam memberikan informasi terkait dengan produk sangatlah diperlukan. Karena perilaku tersebut sudah dipraktikkan langsung oleh para nabi dan rasul yang terkenal dengan tingkat kejujurannya yang tinggi dalam berdagang. Suatu kelengkapan mengenai informasi produk yang dijual sangatlah penting agar calon konsumen dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan dari suatu produk tersebut. Hal tersebut menjadi salah satu faktor penentu bagi calon konsumen supaya dapat memilih produk mana yang akan dibeli. Oleh karena itu informasi produk menjadi suatu hal yang penting dan dibutuhkan bagi calon konsumen (Pangiuk, 2019).

Selain itu, pada proses transaksi pedagang dan konsumen harus memenuhi syarat jual beli serta dilakukan secara sukarela oleh kedua pihak sesuai dengan kesepakatan bersama. Pedagang dan konsumen diperbolehkan menentukan pilihannya sebelum disepakati oleh keduanya. Pedagang harus menjual produk dagangannya yang memiliki kualitas baik, bukan yang memiliki kualitas rendah dan pedagang harus berperilaku jujur atau tidak ada yang disembunyikan terhadap konsumen. Proses transaksi tersebut biasanya terjadi secara langsung di lokasi atau pasar.

Pasar merupakan wadah atau tempat yang digunakan sebagai aktivitas transaksi jual beli yang dilakukan secara langsung oleh dua orang atau lebih sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati sebelumnya dengan secara sukarela. Dengan perkembangan zaman yang semakin pesat, menjadikan persaingan semakin

tinggi terutama dalam bidang ekonomi. Para pedagang berlomba-lomba dalam melakukan penjualan produk untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari demi keberlangsungan hidup (Badroen, Mufraeni & Bashori, 2019).

Berdasarkan uraian diatas, ada beberapa pasar tradisional yang berada di Kota Palembang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Pasar Tradisional di Kota Palembang, 2025.

No	Kelurahan/Desa	Kecamatan	Kabupaten/Kota	Nama Pasar
1.	24 Ilir	Bukit Kecil	Palembang	Pasar Cinde
2.	Talang Semut	Bukit Kecil	Palembang	Pasar Soak Bato
3.	Bukit Lama	Ilir Barat 1	Palembang	Pasar Padang Selasa
4.	Talang Semut	Bukit Kecil	Palembang	Pasar Bukit Kecil
5.	28 Ilir	Ilir Barat 2	Palembang	Pasar Sekanak
6.	36 Ilir	Gandus	Palembang	Pasar Tangga Buntung
7.	Gandus	Gandus	Palembang	Pasar Gandus
8.	Ario Kemuning	Kemuning	Palembang	Pasar Km 5
9.	20 Ilir III	Ilir Timur 1	Palembang	Pasar Kamboja
10.	Sekip Jaya	Kemuning	Palembang	Pasar Kebon Semai
11.	20 Ilir II	Kemuning	Palembang	Pasar Sekip Ujung
12.	3 Ilir	Ilir Timur II	Palembang	Pasar Kuto
13.	3 Ilir	Ilir Timur II	Palembang	Pasar Lemabang
14.	16 Ilir	Ilir Timur 1	Palembang	Pasar 16 Ilir
15.	Sungai Lincih	Kalidoni	Palembang	Pasar Yada
16.	Kemangagung	Kertapati	Palembang	Pasar Kertapati
17.	$\frac{3}{4}$ Ulu	Seberang Ulu I	Palembang	Pasar $\frac{3}{4}$ Ulu
18.	9/10 Ulu	Jakabaring	Palembang	Pasar 10 Ulu
19.	Talang Kelapa	Alang-alang Lebar	Palembang	Pasar Talang Kelapa
20.	Mariana Ilir	Banyuasin	Banyuasin	Pasar Sematang Borang

Sumber : Perusahaan Umum Daerah Pasar Palembang Jaya, 2025.

Berdasarkan Tabel 1. Menunjukkan bahwa Pasar Pagi Silaberanti tidak termasuk dalam data pasar resmi yang dikelola oleh Perusahaan Umum Daerah Pasar Palembang Jaya. Ketiadaan pasar ini dalam data perusahaan pasar daerah mengindikasikan bahwa mekanisme pengawasan, regulasi, dan jaminan keamanan yang terstruktur mungkin tidak diterapkan secara menyeluruh di lokasi ini, menjadikan lingkungan perdagangannya lebih bergantung pada etika informal para pelaku bisnis. Kondisi ini sangat menarik untuk diteliti karena membuka peluang untuk memahami bagaimana etika bisnis dipertahankan atau dilanggar ketika intervensi kelembagaan minim, padahal etika yang baik khususnya kepercayaan publik merupakan aset krusial bagi keberlanjutan usaha di pasar manapun.

Pasar Pagi Silaberanti adalah temuan awal peneliti yang mengidentifikasi adanya praktik-praktik dagang yang dinilai tidak sesuai dengan etika bisnis. Dalam persaingan modern maupun tradisional, pelanggaran etika dapat merusak reputasi kolektif pasar dan menimbulkan kerugian jangka panjang bagi konsumen dan pedagang itu sendiri. Di pasar tradisional yang tidak tercantum dalam data resmi perusahaan daerah, risiko bahwa pasar tersebut belum memiliki sistem keamanan dan penjaminan etika yang memadai menjadi lebih tinggi. Hal ini dapat termanifestasi dalam berbagai isu, mulai dari ketidakjujuran dalam transaksi hingga kualitas produk yang meragukan. Pasar Pagi Silaberanti, dengan keramaian dan tantangan khas pasar rakyat, berfungsi sebagai laboratorium sosial ekonomi yang sempurna untuk mengamati dan mengumpulkan informasi mendalam mengenai bagaimana prinsip-prinsip etika bisnis seperti kejujuran, keadilan, saling menguntungkan, tanggung jawab, transparansi dan melakukan jual beli yang halal diimplementasikan dan berdampak pada pelaku usaha, khususnya penjual hasil pertanian.

Hasil penelusuran didapatkan beberapa informasi kelemahan produk yang dijual tidak transparan dan kurangnya kesopanan dalam tata bahasa yang digunakan. Beberapa diantaranya: Pertama, keluhan konsumen pembeli buah yang merasa dibohongi dengan pernyataan penjual yang tidak sesuai dengan kenyataan, menjual jeruk yang diyakini penjual manis namun kemudian semua asam ketika dibuka di rumah. Kedua, perlakuan penjual sayuran yang tidak beretika melalui

kesantunan dalam berkomunikasi dan ekspresi mimik wajah saat melayani konsumen. Pelanggaran etika bisnis ini berdampak buruk karena membuat konsumen tidak nyaman berbelanja, merusak nama baik pasar secara bersama, dan menyebabkan kerugian besar dalam jangka panjang untuk konsumen maupun pedagang. Sehingga implementasi etika bisnis menjadi sangat penting karena membawa dampak positif yang krusial bagi keberlanjutan usaha. Dampak positif utama dari penerapan etika bisnis adalah meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap kualitas, kuantitas, dan harga produk. Pelanggan akan lebih yakin dan loyal pada pengusaha yang mengikuti aturan etika, yang pada akhirnya menjamin kelangsungan hidup bisnis dalam jangka panjang dan membantu mengembangkan hubungan yang baik bagi pedagang dan konsumen. dampak implementasi etika bisnis di Pasar Pagi Silaberanti, yang meliputi semua akibat yang diperoleh baik oleh pedagang maupun konsumen. Dampak yang dikaji tidak hanya terbatas pada sisi positif, tetapi juga meliputi akibat negatif yang ditimbulkan oleh pelaku bisnis yang tidak menerapkan etika bisnis, yang dapat memengaruhi keberlanjutan bisnis serta hubungan antara pelaku bisnis tersebut. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai bagaimana penerapan etika bisnis dapat menghasilkan lingkungan transaksi yang lebih aman dan nyaman bagi konsumen, sekaligus mendorong evaluasi diri dan perbaikan praktik etika yang pada akhirnya mendukung keberlanjutan usaha bagi pelaku bisnis.

Oleh karena itu, penelitian di Pasar Pagi Silaberanti sangat krusial karena bertujuan mengungkap bagaimana etika bisnis diimplementasikan dan dampak yang ditimbulkannya pada pelaku bisnis, dalam situasi di mana jaminan kelembagaan atau keamanan formal dari perusahaan pasar tersebut belum tersedia. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan wawasan penting mengenai praktik etika di sektor perdagangan tradisional yang padat dan kompetitif, terutama yang beroperasi di luar kerangka regulasi formal. Dengan memfokuskan studi pada pasar ini, penelitian dapat menghasilkan gambaran yang lebih terperinci dan relevan mengenai praktik etika di sektor pertanian pasar tradisional, serta menyajikan rekomendasi yang bermanfaat bagi pedagang dan pemangku kepentingan untuk

mendorong keberlanjutan usaha dan meningkatkan kepercayaan pelanggan melalui implementasi etika bisnis yang lebih baik.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih jauh dengan melakukan suatu penelitian ilmiah yang diberi judul **“Implementasi Etika Bisnis Pada Pelaku Bisnis Di Pasar Pagi Silaberanti Kecamatan Jakabaring Kota Palembang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka didapat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana etika bisnis diimplementasikan oleh pelaku bisnis di Pasar Pagi Silaberanti Kecamatan Jakabaring Kota Palembang?
2. Apa saja dampak dari implementasi etika bisnis terhadap pelaku bisnis di Pasar Pagi Silaberanti Kecamatan Jakabaring Kota Palembang?

1.3 Tujuan dan Manfaat

Berdasarkan permasalahan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana etika bisnis diimplementasikan oleh pelaku bisnis di Pasar Pagi Silaberanti Kecamatan Jakabaring Kota Palembang.
2. Untuk mengetahui apa saja dampak dari implementasi etika bisnis terhadap pelaku bisnis di Pasar Pagi Silaberanti Kecamatan Jakabaring Kota Palembang.

Sementara manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti, bagian dari suatu proses belajar yang ditempuh sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Pertanian.
2. Bagi peneliti yang lain dapat dijadikan acuan terhadap pengembangan ataupun pembuatan penelitian yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Athala, I. R., & Ahmad, A. 2023. Implementasi Etika Bisnis Islam Di Kalangan Pedagang Pada Pasar Tradisional Kota Serbalewan. *Al-Multazam*, 3(2), 1–17.
- Ali, M. 1982. Penelitian Kependidikan Prosedur dan Strategi. Bandung: Angkasa.
- Amalia, F. 2019. Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil, *Jurnal Al-Iqtishad*.
- Amelia, A. A. 2020. Pasar Tradisional: Pilar Peradaban Yang Arif, Berbudaya Dan Kreatif Bagi Seluruh Generasi. *Talenta Conference Series: Energy and Engineering*. (<https://doi.org/10.32734/ee.v3i1.857>, diakses 5 Januari 2026).
- Andayani, U. dan Eliza, et. al, S. 2022. Konsep Dasar Etika Bisnis. In *Cendikia Mulia Mandiri: Vol. cet 1* (Issue April 2023).
- Anang, R. H., & Cipani, R. 2022. Studi Aktivitas Penyuluhan Pertanian Melalui Media Sosial Dalam Upaya Merubah Perilaku Petani Di Masa Pandemi Covid 19 di Kabupaten Banyuasin. *Societa: Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*.
- Anggraini, G., Amalia, D., Hermawan, F., & Ismiyati, D. 2017. Standarisasi Penataan Pasar Tradisional di Indonesia; Studi Kasus Revitalisasi Pasar di Kota Semarang. *Jurnal Karya Teknik Sipil*.
- Asma, N., Syafruddin., Tarigan, H., Khalida, L. R., Amelia, E., Susnita, T. A., Qodariah., Kamaludin, A., Indriyati., Prasetya, O., Arifin, H. M., Mafrudoh, L., Widyaningsih, N. L., Prihanto, Y. J. N., Kohar, A., Sutrischastini, A., Laan, R., & Widiastuti, N. (2024). *Etika bisnis dalam berbagai perspektif*. Klaten: Penerbit Lakeisha.
- Assauri, S. 2015. Manajemen Pemasaran, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Aviatri, P., & Nilasari, A. P. 2021. Analisis Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kelangsungan Perusahaan Dagang. *Accounthink : Journal of accounting and Finance*.
- Badroen, F., Mufraeni, M. A., & Bashori, A. D. 2015. Etika bisnis dalam Islam. Jakarta; Kencana Prenada Media Group.
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Detail metadata indikator statistik: Jumlah penduduk berdasarkan usia muda, usia produktif, dan usia tua*. BPS.
- Celina. 2008. Hukum Perlindungan konsumen. Jakarta: Sinar Garfika.
- Darmastuti, Ismi. 2022. Etika Bisnis; Konsep, Teori, dan Implementasi. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Djakfar, M. 2020. Etika Bisnis Islami Tataran Teoritis dan Praktis. Malang; UIN Malang Press.

- ESG. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Hakim, M. A. 2020. Sistem Operasional Pemasaran Syariah. Jakarta: Renainsan.
- Heidjrachman, Ranupandojo, dan Suad Husnan, 2000, "Manajemen Personalia", Edisi Keempat, BPFE UGM, Jogjakarta.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. 2014. Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook (3rd ed.). SAGE Publications.
- Miru, A dan Yodo, S. 2007. Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Moleong, Lexy J. 2018. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Rosdakarya.
- Mulyadi, 2015. Implementasi Organisasi, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Muslich. 2004. *Etika Bisnis Islami: Landasan Filosofis, Normatif, dan Substansi Implementatif*. Ekonisia.
- Nandika, R. C. 2018. Perlindungan Hukum Investor Terhadap Praktik Transaksi Semu Di Pasar Sekunder Indonesia. Skripsi, Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Nasution, H. F. (2021). Etika bisnis dan kualitas hubungan pedagang-pelanggan di pasar tradisional Kota Medan: Pendekatan relationship marketing. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 5(1), 44–60.
- Nilava, I & Fauzi, A. 2020. Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional Ngronggo Kota Kediri. *Jurnal At-Tamwil*, Vol. 2 No. 2.
- Pangiuk, A. 2019. Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam Penggunaan Timbangan Sembako Dalam Jual Beli (Studi Kasus Di Pasar Mendahara Ilir, Tanjabtim). *IJIEB: Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, Vol. 4 No. 1.
- Perusahaan Umum Daerah Pasar Palembang Jaya. 2025. Data Pasar Tradisional Palembang Tahun 2025. Perusahaan Umum Daerah Pasar Palembang Jaya, Palembang, Sumatera Selatan.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern Ekonomi (LPFE) Universitas Trisakti.
- Purnama, S & Sinaga, J. 2021. Pengantar Etika Bisnis. Jawa Barat: Unibi Press.
- Rahayu, S., & Kurniawan, H. 2023. Etika Bisnis dalam Perspektif Digitalisasi dan ESG. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Rohmah, S. 2013. Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam di Hotel Madani Syariah Yogyakarta, Skripsi. Yogyakarta: UIN Sunan kalijaga.

- Salim, P & Salim, Y. 1991. Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer. Jakarta: Modern English Press.
- Septiani, S., & Hadziq, M. F. 2023. Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Sistem Jual Beli: Studi Kasus Di Pasar Tradisional, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam.
- Sidabalok, J. 2010. Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Singgano, R. G., Lumintang, J., & Lesawengen, L. (2021). Usaha Pedagang Pasar Tradisional Dalam Mengatasi Dampak Covid-19 Di Kelurahan Bulagi I Kecamatan Bulagi Kabupaten Banggai Kepulauan. *Journal Ilmiah Society*, 1(1), 1–10. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jurnalilmiahsociety/article/view/37136>, diakses 14 Desember 2025).
- Soekanto, S. (2017). *Sosiologi: Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Susanti, E. 2017. Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Usaha Mebel di CV. Jati Karya Palembang. Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Raden Fatah Palembang.
- Taufik, Mhd. Dan Isril. 2013. Implementasi Peraturan Daerah Badan Permusyawaratan Desa. Jurnal Kebijakan Publik, Volume 4, Nomor 2.
- Ulyati N.F. 2015. Strategi Pemasaran Pedagang Pasar Tradisional Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Wati, R., & Dini, I. G. 2025. Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Melakukan Transaksi Di Pasar Tradisional. Studi Kasus Di Pasar Pagi Prumdam Kota Bengkulu. *Dinamika : jurnal manajemen sosial ekonomi*.
- Widodo. 2011. Kamus Ilmiah Populer. Jogjakarta: Absolut.
- Zulham. 2013. Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Kencana.