

PENGUATAN ETIKA PEDAGANG SAYURAN MELALUI EDUKASI EKONOMI ISLAM DI PASAR TRADISIONAL DESA TIRTOSARI

Muharir*¹, Melia Frastuti², Nadia Khoirunnisa³, Sindi Wulandari⁴

^{1'2'3'4} Universitas Indo Global Mandiri, Palembang

Penulis korespondensi: Muharir, muharir@stebisigm.ac.id

Abstrak

Praktik perdagangan di Pasar Tradisional Desa Tirtosari masih dihadapkan pada berbagai permasalahan, seperti kurangnya keterbukaan harga, pengurangan timbangan, dan persaingan antarpedagang yang belum berjalan secara sehat. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis berbasis ekonomi Islam belum terlaksana secara optimal dalam aktivitas perdagangan sehari-hari. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat pemahaman dan penerapan nilai-nilai ekonomi Islam pada pedagang sayuran melalui edukasi, pelatihan, dan pendampingan secara langsung. Metode pelaksanaan dilakukan melalui observasi lapangan, penyuluhan, pembinaan, serta monitoring dengan pendekatan partisipatif. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pedagang mengenai pentingnya kejujuran dalam timbangan, keterbukaan harga, dan tanggung jawab dalam berdagang. Perubahan perilaku juga terlihat dari mulai berkurangnya praktik kecurangan, meningkatnya kualitas pelayanan kepada konsumen, serta membaiknya hubungan sosial antarpedagang. Pembentukan forum pedagang turut mendukung terciptanya komunikasi dan kerja sama yang lebih baik dalam menjaga penerapan etika bisnis berbasis ekonomi Islam secara berkelanjutan. Kegiatan ini memberikan dampak positif dalam membangun praktik perdagangan yang lebih adil, jujur, dan berorientasi pada keberlanjutan usaha di pasar tradisional.

Kata Kunci: Etika Bisnis, Ekonomi Islam, Pedagang Sayuran, Pasar Tradisional, Pengabdian Masyarakat

Abstract

Trading practices in the Tirtosari Village Traditional Market still face various challenges, such as a lack of price transparency, reduced weights, and unhealthy competition among traders. These conditions indicate that the application of Islamic economic-based business ethics has not been optimally implemented in daily trading activities. This community service activity aims to strengthen the understanding and application of Islamic economic values among vegetable traders through education, training, and direct mentoring. The implementation method is field observation, outreach, coaching, and monitoring using a participatory approach. The results of the activity indicate an increase in traders' understanding of the importance of honesty in weighing, price transparency, and responsibility in trading. Behavioral changes are also evident in a decrease in fraudulent practices, an increase in the quality of customer service, and improved social relations among traders. The establishment of a trader forum also supports better communication and cooperation in maintaining the sustainable application of Islamic economic-based business ethics. This activity has had a positive impact on building fairer, more honest, and more sustainable trading practices in the traditional market.

Keywords: Business Ethics, Islamic Economics, Vegetable Traders, Traditional Market, Community Service

PENDAHULUAN

Pasar tradisional adalah salah satu aspek penting dalam perekonomian Indonesia, terutama di tingkat desa. Pasar tradisional berfungsi sebagai penghubung antara produsen lokal dan konsumen, di mana transaksi terjadi secara langsung dan produk-produk lokal dapat diperdagangkan dengan harga yang relatif lebih murah dibandingkan dengan pasar modern. Namun, meskipun pasar tradisional memiliki peran vital dalam ekonomi lokal, banyak pasar tradisional yang menghadapi permasalahan terkait dengan penerapan etika bisnis yang sesuai dengan ajaran agama. Manipulasi harga, penimbunan barang, ketidakjujuran dalam transaksi, dan ketidakadilan dalam distribusi keuntungan sering kali terjadi, yang merugikan konsumen dan menghambat perkembangan pasar itu sendiri. Banyak pedagang pasar tradisional lebih mementingkan keuntungan jangka pendek tanpa mempertimbangkan keberlanjutan pasar dan kesejahteraan konsumen. (Hasil et al., 2025) menyebutkan bahwa pedagang sering kali terjebak dalam persaingan yang tidak sehat dan tidak memperhatikan prinsip-prinsip etika yang diajarkan dalam ekonomi Islam. Praktik-praktik seperti penimbunan barang, manipulasi harga, dan ketidakjujuran dalam transaksi memperburuk keadaan pasar tradisional dan menciptakan ketidakadilan yang merugikan semua pihak yang terlibat.

Dalam konteks ekonomi Islam, bisnis tidak hanya dilihat sebagai cara untuk meraih keuntungan duniawi, tetapi juga sebagai sarana untuk meraih keberkahan hidup dengan menjalankan prinsip-prinsip moral yang terkandung dalam Al-Qur'an dan Hadis. Etika bisnis Islam mengajarkan bahwa setiap transaksi harus dilakukan dengan memperhatikan kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial, sehingga menciptakan manfaat yang seimbang bagi semua pihak yang terlibat. (Keislaman et al., 2021) menjelaskan bahwa dalam ekonomi Islam, bisnis yang tidak dilandasi oleh prinsip etika dapat menimbulkan ketidakadilan dan kerugian, baik bagi pedagang maupun konsumen. Oleh karena itu, penting bagi pedagang untuk memahami dan menerapkan prinsip-prinsip ini dalam kegiatan ekonomi mereka. Ibnu Khaldun, dalam pandangannya tentang ekonomi Islam, menekankan bahwa perdagangan yang tidak dilandasi dengan etika akan merusak tatanan pasar, menciptakan ketidakadilan yang merugikan semua pihak yang terlibat (Zahrani et al., 2025).

Penerapan etika bisnis Islam dituntut untuk beradaptasi dengan era digital melalui syariah digital entrepreneurship, yakni model kewirausahaan yang mengintegrasikan prinsip-prinsip syariah dengan teknologi modern untuk menciptakan bisnis yang adil, beretika, dan sesuai nilai-nilai Islam. Tantangan lain yang tidak bisa diabaikan adalah persaingan dengan pasar modern dan platform digital. Konsumen saat ini mulai mengutamakan kenyamanan, kepastian harga, dan standar kualitas. Jika pedagang sayuran di Pasar Tirtosari tidak berbenah, posisi mereka bisa semakin terdesak (Khoiriyah Amni Harahap, n.d.). Pendekatan ini tidak hanya menawarkan solusi transparan dan berkelanjutan yang mengedepankan keadilan sosial, tetapi juga menjadikan transparansi serta kejujuran sebagai kunci utama dalam membangun kepercayaan konsumen di tengah pesatnya perkembangan informasi. Digitalisasi dalam bisnis syariah ini pada akhirnya membuka peluang besar dengan mempercepat proses transaksi, meningkatkan transparansi, serta memfasilitasi ekspansi pasar global yang lebih efisien melalui e-commerce. Meskipun demikian, proses transformasi ini masih dihadapkan pada berbagai kendala, seperti kurangnya literasi masyarakat terkait teknologi digital, ketatnya persaingan dengan model bisnis konvensional yang lebih mapan yang menuntut adaptasi serta inovasi cepat, hingga

tantangan dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap keamanan transaksi pada platform digital itu sendiri (Farah Qalbia, 2024).

Namun, meskipun ajaran etika bisnis Islam sudah tercantum dengan jelas dalam sumber-sumber agama, dalam praktiknya banyak pedagang pasar tradisional yang terjebak dalam persaingan yang tidak sehat. Banyak pedagang yang lebih fokus pada keuntungan jangka pendek tanpa memperhatikan keberlanjutan pasar dan kesejahteraan konsumen. (Hidayati & Hamid, 2022) mencatat bahwa pedagang pasar tradisional sering kali tidak menerapkan prinsip-prinsip etika Islam, sehingga mereka lebih mengutamakan keuntungan pribadi dan mengabaikan kesejahteraan konsumen dan keberlanjutan pasar.

Untuk mengatasi masalah ini, pendidikan ekonomi Islam menjadi sangat penting. Solusi utama yang diberikan bertujuan untuk memperkenalkan dan memperkuat prinsip-prinsip ekonomi Islam kepada para pedagang sayuran, agar mereka dapat menjalankan bisnis yang lebih transparan, adil, dan berkelanjutan (Study et al., 2025). Pendidikan ini dapat membantu pedagang untuk memahami dan mengimplementasikan prinsip-prinsip kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial dalam setiap transaksi mereka. (Koni, 2017) menyatakan bahwa dengan penerapan etika bisnis Islam yang tepat, pedagang dapat menghindari praktik-praktik merugikan seperti penipuan dan manipulasi harga, yang akan menciptakan pasar yang lebih sehat dan berkelanjutan. Dengan adanya pelatihan berbasis ekonomi Islam, pedagang dapat mempelajari cara mengelola bisnis mereka secara lebih adil dan transparan, yang pada akhirnya akan memperbaiki kualitas pasar secara keseluruhan (Utilitarianisme & Stuart, 2023).

Hal serupa terjadi di Pasar Desa Tirtosari, yang meskipun memiliki peran penting dalam perekonomian lokal, juga menghadapi tantangan besar terkait dengan penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam transaksi bisnis sehari-hari. Di Pasar Desa Tirtosari, banyak pedagang yang terjebak dalam praktik-praktik penimbunan barang, penetapan harga yang tidak adil, dan pengurangan timbangan, yang jelas bertentangan dengan prinsip kejujuran dan keadilan dalam ekonomi Islam. Oleh karena itu, sangat penting untuk memastikan bahwa setiap transaksi yang dilakukan di pasar, termasuk di Pasar Desa Tirtosari, dilaksanakan dengan mengikuti prinsip etika bisnis yang benar, yang mengedepankan keadilan sosial.

Sebagai bagian dari upaya memperbaiki kondisi pasar, Pasar Desa Tirtosari telah memulai program pendidikan ekonomi Islam untuk para pedagang. Pelatihan ini bertujuan untuk mengedukasi pedagang mengenai penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam perdagangan sehari-hari. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang etika bisnis Islam, pedagang diharapkan dapat menghindari praktik-praktik tidak etis yang merugikan, serta menciptakan pasar yang lebih adil, sehat, dan berkelanjutan. Program ini juga berfokus pada penguatan posisi tawar pedagang, dengan tujuan mengurangi ketergantungan mereka pada tengkulak yang sering kali merugikan pedagang dalam hal harga.

METODE PELAKSANAAN

Metode kegiatan ini menggabungkan pendekatan partisipatif dan pendampingan langsung, yang memastikan bahwa pedagang tidak hanya memahami teori tentang etika bisnis Islam, tetapi juga dapat mempraktikkannya dalam kehidupan sehari-hari (Damayanti, 2024). Melalui monitoring yang rutin dan evaluasi lapangan, keberlanjutan penerapan prinsip-prinsip tersebut dapat dijaga. Program ini juga mengintegrasikan

pelatihan manajerial yang membantu pedagang dalam mengelola usaha mereka dengan lebih efisien dan meningkatkan daya saing mereka di pasar.

Metode yang diterapkan dalam kegiatan ini adalah memberikan penyuluhan mengenai implementasi literasi ekonomi Islam di Pasar Desa Tirtosari. Kegiatan ini dilakukan dalam tiga tahap: persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi.

1. Persiapan. Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan identifikasi masalah yang dihadapi pedagang di Pasar Desa Tirtosari, dengan fokus pada penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi. Tim melakukan observasi lapangan untuk menilai kondisi pasar dan melakukan koordinasi dengan pihak terkait, seperti Kepala Pasar dan tokoh agama, untuk mendapatkan dukungan dan mempersiapkan program.
2. Pelaksanaan. Tahap ini meliputi beberapa kegiatan inti:
 - a. Penyuluhan dan pelatihan kepada pedagang mengenai prinsip-prinsip kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial dalam berbisnis, yang dilakukan melalui seminar, diskusi, dan pendampingan langsung (Muharir & Haryono, 2023).
 - b. Pemberdayaan pedagang dengan pelatihan manajerial, seperti pencatatan keuangan dan strategi pemasaran untuk meningkatkan efisiensi usaha mereka.
 - c. Pembentukan koperasi syariah untuk meningkatkan kerjasama antar pedagang dan menjaga stabilitas harga.
 - d. Pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran produk untuk memperluas jangkauan pasar dan tetap menjaga prinsip etika Islam.
3. Evaluasi dan Monitoring. Setelah kegiatan pelatihan, tim melakukan monitoring lapangan untuk memastikan bahwa pedagang mempraktikkan prinsip etika yang telah diajarkan. Evaluasi dilakukan melalui diskusi kelompok dan feedback dari pedagang untuk mengevaluasi penerapan prinsip-prinsip tersebut dan memberikan bimbingan lebih lanjut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Pasar Desa Tirtosari menunjukkan capaian yang cukup komprehensif, tidak hanya pada aspek peningkatan pengetahuan, tetapi juga pada perubahan perilaku ekonomi pedagang serta penguatan aspek sosial kelembagaan di lingkungan pasar. Kegiatan diawali dengan observasi lapangan dan wawancara langsung dengan pedagang sayuran. Pada tahap ini, tim memperoleh gambaran bahwa praktik perdagangan yang berlangsung masih belum sepenuhnya mencerminkan prinsip etika bisnis. Beberapa pedagang masih melakukan pengurangan timbangan, belum terbuka dalam menyampaikan harga, serta kurang memperhatikan kualitas barang yang dijual. Selain itu, pola persaingan yang terjadi cenderung tidak terkelola dengan baik, sehingga memunculkan praktik persaingan yang kurang sehat.

Kegiatan Observasi dan Wawancara dengan Pedagang Sayuran Kegiatan ini memperlihatkan interaksi langsung antara tim pengabdian dan pedagang dalam menggali informasi terkait praktik jual beli sehari-hari. Melalui pendekatan ini, diperoleh data faktual yang menjadi dasar dalam penyusunan materi edukasi dan strategi pendampingan.

kegiatan tersebut dapat dilihat pada gambar 1





Gambar 1 Kegiatan Saat Interview dan observasi Lapangan Para Pedagang Sayur.

Selanjutnya, kegiatan dilanjutkan dengan penyuluhan dan pembinaan kepada pedagang. Materi yang disampaikan tidak hanya berfokus pada konsep etika bisnis secara umum, tetapi juga mengintegrasikan nilai-nilai ekonomi Islam seperti kejujuran (*ṣidq*), amanah, keadilan (*‘adl*), serta larangan praktik kecurangan dalam transaksi. Pendekatan yang digunakan bersifat kontekstual, dengan mengaitkan materi langsung pada kondisi yang dialami pedagang sehari-hari.

Pada tahap ini terlihat adanya keterlibatan aktif peserta dalam mengikuti kegiatan. Pedagang tidak hanya mendengarkan materi, tetapi juga terlibat dalam diskusi, menyampaikan pengalaman, serta mengidentifikasi permasalahan yang mereka hadapi dalam aktivitas perdagangan. kegiatan tersebut dapat dilihat pada gambar 2



Gambar 2 Kegiatan Presentasi dan Pembinaan Pedagang Sayuran.

Setelah kegiatan edukasi, dilakukan pendampingan langsung di lapangan sebagai bentuk implementasi dari materi yang telah diberikan. Pendampingan ini berfungsi untuk memastikan bahwa pemahaman yang diperoleh dapat diterapkan secara nyata dalam

aktivitas jual beli. Berdasarkan hasil observasi lanjutan selama proses pendampingan, terdapat beberapa capaian yang dapat diidentifikasi, antara lain:

1. Peningkatan pemahaman pedagang mengenai pentingnya kejujuran dalam timbangan, keterbukaan harga, dan menjaga kualitas barang dagangan. Peningkatan tersebut terlihat dari kemampuan pedagang dalam menjelaskan kembali materi yang telah disampaikan selama kegiatan penyuluhan serta adanya perubahan sikap dalam aktivitas perdagangan sehari-hari. Beberapa pedagang mulai menyampaikan harga barang secara terbuka kepada konsumen, menggunakan timbangan secara lebih transparan di hadapan pembeli, serta lebih memperhatikan kondisi dan kualitas sayuran yang dijual. Respons aktif pedagang selama sesi diskusi dan pendampingan menunjukkan bahwa materi yang diberikan dapat dipahami dengan baik dan sesuai dengan kondisi perdagangan yang mereka hadapi. Penerapan praktik perdagangan yang lebih terbuka dan jujur tersebut menjadi indikator bahwa kegiatan edukasi dan pendampingan memberikan pengaruh positif terhadap pemahaman pedagang dalam menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam di pasar tradisional..
2. Perubahan perilaku ekonomi terlihat dari mulai berkurangnya praktik pengurangan timbangan serta meningkatnya kesadaran pedagang dalam memberikan pelayanan yang lebih baik kepada konsumen. Hasil observasi lapangan selama proses pendampingan menunjukkan bahwa sebagian pedagang mulai menggunakan timbangan secara lebih terbuka di hadapan pembeli dan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk melihat langsung proses penimbangan barang. Pedagang juga mulai menyampaikan harga secara jelas tanpa adanya perbedaan harga antar konsumen. Perubahan lainnya terlihat dari sikap pedagang yang lebih ramah, lebih responsif terhadap pertanyaan konsumen, serta lebih memperhatikan kualitas dan kebersihan sayuran yang dijual. Kondisi tersebut menunjukkan adanya perubahan perilaku perdagangan menuju praktik usaha yang lebih jujur, transparan, dan berorientasi pada kepuasan konsumen sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam.
3. Perbaikan hubungan sosial antar pedagang terlihat dari meningkatnya komunikasi dan kerja sama selama kegiatan berlangsung. Hasil observasi lapangan menunjukkan bahwa pedagang mulai menjalin interaksi yang lebih baik dibandingkan sebelumnya yang cenderung individual dan kompetitif. Beberapa pedagang terlihat saling membantu dalam menjaga lapak ketika pedagang lain sedang melayani pembeli atau meninggalkan tempat sementara waktu. Diskusi yang dilakukan selama pendampingan juga mendorong pedagang untuk saling bertukar informasi terkait harga dan kualitas barang dagangan sehingga persaingan yang terjadi menjadi lebih sehat. Kondisi lain yang menunjukkan adanya perubahan hubungan sosial terlihat dari berkurangnya perselisihan kecil antar pedagang terkait perebutan pelanggan maupun penetapan harga. Suasana pasar menjadi lebih kondusif karena pedagang mulai memiliki kesadaran bahwa kerja sama dan hubungan baik antar sesama pedagang dapat menciptakan lingkungan usaha yang lebih nyaman dan berkelanjutan.
4. Munculnya kesadaran akan nilai keberkahan dalam usaha terlihat dari perubahan pola pikir pedagang yang mulai memahami bahwa kegiatan berdagang tidak hanya bertujuan memperoleh keuntungan semata, tetapi juga harus dilakukan dengan cara yang jujur dan bertanggung jawab. Hasil diskusi dan pendampingan menunjukkan bahwa beberapa pedagang mulai menyadari pentingnya menjaga kepercayaan konsumen sebagai bagian dari nilai moral dalam berdagang. Pedagang juga mulai menghindari praktik yang dapat merugikan pembeli, seperti menyembunyikan kualitas barang atau mengurangi timbangan demi memperoleh keuntungan lebih. Kesadaran

tersebut diperkuat dengan munculnya pemahaman bahwa keuntungan yang diperoleh melalui cara yang jujur akan memberikan ketenangan, menjaga hubungan baik dengan konsumen, serta mendukung keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Perubahan sikap ini menunjukkan bahwa nilai-nilai ekonomi Islam mulai dipahami dan diterapkan dalam aktivitas perdagangan sehari-hari di lingkungan pasar tradisional.

Selain perubahan pada tingkat individu, kegiatan ini juga menghasilkan luaran penting berupa pembentukan forum pedagang sayuran. Forum ini berfungsi sebagai wadah komunikasi, koordinasi, serta sarana untuk saling mengingatkan dalam menerapkan etika bisnis dan nilai ekonomi Islam secara berkelanjutan. Dapat dilihat pada gambar 3



Gambar 3 Foto Bersama Kegiatan Pembinaan Pedagang Sayuran

Dokumentasi ini menggambarkan kebersamaan antara tim pengabdian dan pedagang sebagai mitra kegiatan. Selain sebagai bentuk penutup kegiatan, foto ini juga merepresentasikan adanya komitmen bersama dalam melanjutkan praktik etika bisnis yang telah diperkenalkan.

Dari sisi sosial, terbentuknya forum pedagang memberikan dampak positif berupa meningkatnya solidaritas dan komunikasi antar pedagang. Sementara itu, dari sisi ekonomi, meskipun peningkatan pendapatan belum dapat diukur secara signifikan dalam jangka pendek, terdapat indikasi awal berupa meningkatnya kepercayaan konsumen. Hal ini terlihat dari adanya pelanggan yang mulai kembali berbelanja secara rutin serta meningkatnya kenyamanan dalam proses transaksi (Fratama et al., 2025). Secara keseluruhan, hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa program pengabdian berhasil menanamkan pemahaman sekaligus mendorong praktik dasar etika bisnis berbasis nilai ekonomi Islam. Perubahan yang terjadi masih bersifat bertahap, namun telah menunjukkan arah yang positif sebagai fondasi bagi keberlanjutan usaha yang lebih sehat, adil, dan berdaya saing.

Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa permasalahan utama yang dihadapi pedagang tidak hanya berkaitan dengan keterbatasan pengetahuan mengenai etika bisnis, tetapi juga dipengaruhi oleh kebiasaan perdagangan yang telah berlangsung dalam waktu cukup lama. Praktik seperti pengurangan timbangan, ketidakjelasan harga, dan persaingan yang kurang sehat sebelumnya dianggap sebagai hal yang biasa dalam aktivitas pasar tradisional. Kondisi tersebut menyebabkan rendahnya kesadaran pedagang

terhadap pentingnya membangun kepercayaan konsumen melalui perilaku perdagangan yang jujur dan adil.

Pendekatan edukasi berbasis ekonomi Islam terbukti lebih mudah diterima oleh pedagang karena sesuai dengan kondisi sosial dan religius masyarakat Desa Tirtosari. Materi yang disampaikan melalui pendekatan kontekstual membuat pedagang lebih memahami hubungan antara aktivitas perdagangan dengan nilai moral dan tanggung jawab sosial dalam Islam. Pemahaman ini mendorong munculnya kesadaran baru bahwa aktivitas berdagang tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga berkaitan dengan nilai keberkahan dan tanggung jawab terhadap konsumen maupun sesama pedagang. Perubahan perilaku pedagang yang mulai terlihat setelah kegiatan berlangsung menunjukkan bahwa proses edukasi dan pendampingan memiliki pengaruh terhadap pola pikir dan praktik ekonomi masyarakat pasar (Septiani, 2023). Pedagang mulai menunjukkan keterbukaan dalam penetapan harga, menjaga kualitas barang dagangan, serta memberikan pelayanan yang lebih baik kepada konsumen. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Ibnu Khaldun yang menjelaskan bahwa kejujuran dan keadilan dalam perdagangan merupakan dasar penting dalam menciptakan stabilitas ekonomi dan kepercayaan sosial di lingkungan masyarakat. Penerapan etika bisnis Islam dapat meningkatkan loyalitas konsumen karena konsumen merasa lebih aman dan nyaman dalam melakukan transaksi (Rahman, 2024).

Aspek sosial juga mengalami perubahan melalui terbentuknya forum pedagang sayuran sebagai media komunikasi dan koordinasi antar pedagang. Keberadaan forum tersebut membantu menciptakan hubungan sosial yang lebih kooperatif dibandingkan sebelumnya. Pedagang mulai menyadari bahwa persaingan usaha tidak harus dilakukan dengan cara saling menjatuhkan, tetapi dapat diarahkan pada persaingan yang sehat melalui peningkatan kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen (Titin Agustin Nengsih, 2024). Kondisi ini menunjukkan bahwa penguatan nilai ekonomi Islam tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi, tetapi juga berpengaruh terhadap terbentuknya solidaritas sosial di lingkungan pasar tradisional.

Pendampingan langsung di lapangan menjadi faktor penting dalam mendukung keberhasilan program karena pedagang tidak hanya menerima materi secara teoritis, tetapi juga memperoleh contoh penerapan secara nyata dalam aktivitas perdagangan sehari-hari. Proses pendampingan membantu pedagang untuk lebih mudah menginternalisasi nilai-nilai kejujuran, amanah, dan tanggung jawab sosial. dalam praktik usaha mereka (Fazerin et al., 2025). Pendekatan partisipatif yang digunakan dalam kegiatan ini juga membuat pedagang lebih aktif terlibat dalam proses perubahan perilaku sehingga hasil yang dicapai tidak hanya bersifat sementara. Beberapa kendala masih ditemukan selama pelaksanaan kegiatan, terutama terkait keterbatasan waktu pendampingan dan belum meratanya perubahan perilaku pada seluruh pedagang. Sebagian pedagang masih membutuhkan proses adaptasi untuk meninggalkan kebiasaan lama yang telah berlangsung cukup lama dalam aktivitas perdagangan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perubahan perilaku ekonomi masyarakat memerlukan proses yang berkelanjutan serta dukungan dari berbagai pihak, baik pemerintah desa, pengelola pasar, maupun tokoh masyarakat setempat.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini memperlihatkan bahwa edukasi etika bisnis berbasis ekonomi Islam memiliki potensi besar dalam memperkuat keberlanjutan pasar tradisional. Peningkatan pemahaman pedagang, perubahan perilaku ekonomi, serta membaiknya hubungan sosial antar pedagang menjadi indikator awal bahwa pembinaan

berbasis nilai Islam dapat menjadi salah satu strategi dalam meningkatkan daya saing pasar tradisional di tengah perkembangan pasar modern dan digitalisasi perdagangan.

SIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Pasar Desa Tirtosari berhasil memberikan dampak positif bagi pedagang sayuran, baik dari segi pengetahuan maupun praktik usaha sehari-hari. Melalui edukasi etika bisnis dan penguatan nilai ekonomi Islam, pedagang memperoleh pemahaman baru tentang pentingnya kejujuran, keterbukaan harga, serta pelayanan yang ramah sebagai dasar membangun kepercayaan konsumen. Pemahaman ini mendorong perubahan perilaku pedagang, yang ditunjukkan dengan berkurangnya praktik curang, meningkatnya solidaritas antar pedagang, serta terciptanya suasana pasar yang lebih harmonis.

Selain perubahan perilaku individu, kegiatan ini juga menghasilkan pembentukan forum pedagang sebagai wadah komunikasi dan kerja sama untuk menjaga keberlanjutan penerapan nilai-nilai yang telah diperoleh. Meskipun peningkatan ekonomi dalam bentuk pendapatan pedagang belum terlihat secara signifikan dalam jangka pendek, namun kepercayaan konsumen yang mulai tumbuh menjadi modal penting untuk keberlanjutan usaha ke depan. Secara keseluruhan, kegiatan ini dapat disimpulkan telah berhasil menanamkan fondasi etika bisnis berbasis nilai Islam pada pedagang sayuran, sekaligus memperkuat aspek sosial dan kelembagaan pedagang. Dengan keberlanjutan program melalui forum yang terbentuk, diharapkan tercipta pasar yang lebih jujur, berdaya saing, dan memberikan keberkahan bagi seluruh pelaku usaha maupun konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Damayanti. (2024). Perilaku Pedagang Sayur-Mayur di Pasar Panjang Bonggoeya Kota Kendari (Tinjauan Etika dalam Transaksi Ekonomi Islam).
- Farah Qalbia, 2M. Reza Saputra. (2024). Transformasi Digital dan Kewirausahaan Syariah di Era Modernitas : Peluang dan Tantangan dalam Ekonomi Syariah di Indonesia. 2(2).
- Fazerin, M., Elmi, M., & Sauqi, M. (2025). Etika Bisnis Islam Pada Pasar Tradisional Dalam Perspektif Hadits. 3(2), 53–67.
- Fratama, T., Samad, D., Adi, C., Analysis, A., Business, I., Among, E., Traders, M., Urban, C., Society, M., City, T., Churches, T., Under, L., Attribution-sharealike, C. C., & License, I. (2025). An Analysis Of Islamic Business Ethics Among Muslim Traders Within The Contemporary Urban Muslim. <https://doi.org/10.32332/akademika.v30i1.9981>
- Hasil, P., Koga, P., & Lampung, B. (2025). Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang dalam Perspektif Ekonomi Islam. 2(1), 2259–2270.
- Hidayati, S., & Hamid, A. M. (2022). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Tingkat Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional (Studi Kasus Pada Pasar Desa Kapas Bojonegoro). 5(1), 20–38.
- Keislaman, J. P., Vol, K., Bisnis, E., Prespektif, D., Islam, E., Muis, B., Pascasarjana, M., Sunan, U. I. N., Yogyakarta, K., Dalam, A. S. W. T., Swt, A., Swt, A., Qur, A., Baqarah, A., Kunci, K., Islam, B., Syariah, E., & Islam, F. (2021). Etika Bisnis Dalam Prespektif Ekonomi Islam. 5(1), 32–44.

- Khoiriyah Amni Harahap. (n.d.). Peran Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang.
- Koni, W. (2017). Etika Bisnis Dalam Ekonomi Islam. 75–89.
- Muharir, M., & Haryono, S. (2023). Konsep Utilitarianisme Jhon Stuart Mill Relevansinya Terhadap Behavioral Economics. *Ekonomica Sharia: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Ekonomi Syariah*, 9(1), 109–122. <https://doi.org/10.36908/esha.v9i1.765>
- Rahman, S. N. L. dan A. (2024). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional Ploso Kabupaten Jombang. 2(2), 245–253.
- Septiani, M. F. H. (2023). Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Sistem Jual Beli : Studi Kasus di Pasar Tradisional. 9(03), 4060–4066.
- Study, A. C., Haer, B., & Akhmad, T. (2025). Implementation of Islamic Business Ethics in Traditional Market : 1(1), 1–19.
- Titin Agustin Nengsih. (2024). Analisis Persaingan Harga Di Pasar Tradisional Dalam Etika Bisnis Islam. 2(1).
- Utilitarianisme, K., & Stuart, J. (2023). Konsep utilitarianisme jhon stuart mill relevansinya terhadap behavioral economics. 9, 109–122.
- Zahrani, G. A., Bilqis, L., Mulyanti, Y., Marlina, L., Siliwangi, U., Siliwangi, U., & Siliwangi, U. (2025). Analisis Pemikiran Ibnu Khaldun tentang Etika Perdagangan (Studi Kasus Kecurangan Takaran Minyakita). 26–38.