Jurnal Pustaka Cendekia Hukum dan Ilmu Sosial
Volume 4, No. 3, Oktober 2026 – Januari 2026, pp. 4416-4427
E-ISSN: 2987-4475
https://pchukumsosial.org/index.php/pchs

Asimetri Informasi dan Keadilan Harga Komoditas Buah di Pasar Tradisional

Sapriyadi[1*], Haeran[2], Siti Fatimah[3]
[1,2,3] Institut Islam Al Mujaddid Sabak, Jl. Wr. Soepratman, Kelurahan Talang Babat, Kecamatan Muara Sabak Barat, Kabupaten Tanjung Jabung Timur, Jambi
sapriyadi@gmail.com

Abstract

The perishable nature of fruit commodities and high quality variance frequently trigger information asymmetry between vendors and buyers in traditional market transactions. This study aims to analyze the pricing mechanisms of fruit commodities in traditional markets and evaluate their implications for price fairness within the framework of Islamic business ethics. Employing a qualitative approach with a case study design, this research examines fruit vendors and traditional market managers in Muara Sabak Timur District, a coastal area reliant on inter-regional supply chains. Data were collected through direct transaction observations, purposively sampled in-depth interviews, and documentation, subsequently validated via source and methodological triangulation, and analyzed using an interactive model. The findings reveal that vendors' price formation is predominantly driven by acquisition costs, physical product freshness, purchase volume, and competitor pricing pressures through strategies oriented toward profit maximization and inventory turnover. While baseline margin-setting practices generally reflect reasonable market mechanisms, gaps in information asymmetry persist—manifested in product quality mixing (sorting bias) and price discrimination based on buyers' bargaining literacy—which potentially lead to tadlis (fraudulent concealment) and ghabn (excessive pricing). This study underscores that achieving price fairness ('adl) in traditional markets requires balancing vendors' economic efficiency with transparent product quality disclosure to consumers.

Keywords: Information Asymmetry; Islamic Business Ethics; Price Fairness; Fruit Commodities; Traditional Markets.

Abstrak

Karakteristik komoditas buah yang mudah rusak (perishable) serta tingginya variasi kualitas sering memicu ketimpangan informasi antara pedagang dan pembeli dalam transaksi di pasar tradisional. Penelitian ini bertujuan menganalisis mekanisme penetapan harga jual komoditas buah di pasar tradisional dan mengevaluasi implikasinya terhadap keadilan harga dalam kerangka Etika Bisnis Islam. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus pada pedagang komoditas buah dan pengelola pasar rakyat di Kecamatan Muara Sabak Timur, sebuah kawasan pesisir yang bergantung pada rantai pasok luar daerah. Data dikumpulkan melalui observasi transaksi secara langsung, wawancara mendalam yang dipilih secara purposive, serta dokumentasi, yang kemudian divalidasi melalui triangulasi sumber dan teknik serta dianalisis menggunakan model interaktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembentukan harga oleh pedagang didominasi oleh pertimbangan biaya perolehan, tingkat kesegaran fisik produk, volume pembelian, serta tekanan harga pesaing melalui strategi yang berorientasi pada maksimisasi laba dan perputaran stok. Meskipun praktik penetapan margin dasar umumnya mencerminkan mekanisme pasar yang wajar, ditemukan celah asimetri informasi berupa pencampuran kualitas produk (sorting bias) dan diskriminasi harga berdasarkan literasi tawar-menawar pembeli yang berpotensi mengarah pada praktik tadlis dan ghabn. Penelitian ini menegaskan bahwa pencapaian keadilan harga ('adl) di pasar tradisional menuntut keseimbangan antara efisiensi ekonomi pedagang dengan transparansi informasi kualitas produk kepada konsumen.

Kata Kunci: Asimetri Informasi; Etika Bisnis Islam; Keadilan Harga; Komoditas Buah; Pasar Tradisional.

Copyright (c) 2026 Sapriyadi, Haeran, Siti Fatimah

✉Corresponding author: Sapriyadi
Email Address: sapriyadi@gmail.com (Jl. Wr. Soepratman, Kelurahan Talang Babat, Kecamatan Muara Sabak Barat, Kabupaten Tanjung Jabung Timur, Jambi)
Received 13 November 2026, Accepted 19 November 2026, Published 25 November 2026

PENDAHULUAN

Transaksi perdagangan komoditas pangan segar di pasar tradisional sangat rentan terhadap ketimpangan informasi antara penjual dan pembeli karena produk memiliki karakteristik mudah rusak

(perishable) serta variasi kualitas yang tinggi (Chang, 2025). Dalam perdagangan buah, perbedaan tingkat kematangan, kesegaran fisik, dan susut pascapanen sering kali tidak teramati secara sempurna oleh konsumen sebelum transaksi disepakati. Ketidakseimbangan akses informasi kualitas dan struktur margin ini memengaruhi persepsi pembeli terhadap kewajaran harga yang ditawarkan di lapak (Umar et al., 2026). Ketika pedagang menahan informasi mengenai kondisi produk atau menetapkan harga yang tidak sepadan dengan nilai aktual barang, efisiensi pasar berpotensi terdistorsi oleh perilaku oportunistik (Chang, 2025). Oleh sebab itu, dinamika pembentukan harga buah di pasar tradisional perlu dikaji melalui lensa ekonomi yang menyatukan mekanisme pasar dengan tata kelola informasi yang transparan.

Dalam kerangka etika bisnis Islam, aktivitas jual beli tidak sekadar dipandang sebagai instrumen akumulasi laba, melainkan juga sebagai praktik moral yang menuntut keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial (Maulida et al., 2024). Prinsip keadilan ('adl) dan kejujuran (shiddiq) menuntut pedagang menyampaikan kondisi barang secara terbuka serta menghindari unsur penipuan atau penyembunyian cacat yang merugikan pihak lain (Ghozali et al., 2024). Transparansi informasi mengenai harga, kualitas, dan takaran menjadi fondasi penting untuk menjaga kerelaan bersama dan membangun kepercayaan konsumen secara berkelanjutan (Idzam & Wigati, 2026; Umar et al., 2026). Ketika pelaku usaha mengabaikan keterbukaan informasi dan ketepatan takaran demi margin jangka pendek, transaksi berisiko menyimpang dari norma syariah serta melemahkan legitimasi etis usaha (Iriandi et al., 2026). Dengan demikian, evaluasi atas penetapan harga komoditas buah menuntut pembacaan yang utuh antara rasionalitas ekonomi dan integritas etika Islam.

Kajian empiris mengenai penetapan harga dalam perspektif ekonomi syariah menunjukkan bahwa praktik di pasar tradisional umumnya berada pada spektrum antara kewajaran biaya dan potensi penyimpangan etis (Prasetia et al., 2025). Pedagang sering kali menggunakan pendekatan berbasis biaya perolehan dan penyesuaian margin, namun fluktuasi pasokan musiman serta tawar-menawar dapat memicu markup berlebihan atau ketimpangan harga (Prasetia et al., 2025). Pada sektor usaha mikro dan ritel lokal, keterbukaan informasi harga serta konsistensi penyajian produk terbukti memperkuat kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam bingkai etika bisnis Islam (Idzam & Wigati, 2026; Umar et al., 2026). Sementara itu, studi pada usaha kuliner dan ritel syariah juga menegaskan bahwa integritas etis dan kualitas layanan berperan penting dalam menjaga keberlanjutan hubungan transaksi (Abidin & Marwendi, 2025; Riyanita et al., 2025). Temuan-temuan tersebut memperlihatkan bahwa keadilan harga sangat berkaitan erat dengan bagaimana informasi dipertukarkan selama proses transaksi berlangsung.

Meskipun literatur mengenai etika bisnis Islam dan keadilan harga terus berkembang, kajian yang secara khusus menautkan asimetri informasi komoditas buah mudah rusak dengan keadilan penetapan harga di pasar tradisional masih terbatas. Banyak studi sebelumnya menelaah penerapan etika bisnis Islam pada sektor kuliner, ritel umum, atau transaksi digital, sedangkan dinamika komoditas hortikultura segar di pasar rakyat memiliki karakteristik fisik dan rantai pasok yang khas (Idzam &

Wigati, 2026; Umar et al., 2026). Selain itu, penelitian tentang asimetri informasi dan mekanisme perdagangan adil kerap membahas rantai pasok atau pasar barang tertentu tanpa mengintegrasikannya secara mendalam dengan konsep keadilan harga dalam etika bisnis Islam (Chang, 2025). Studi pada usaha mikro dan pasar lokal juga menunjukkan bahwa praktik penetapan harga dan transparansi antarpedagang memiliki variasi kontekstual yang kuat sesuai kondisi lapangan (Abidin & Marwendi, 2025; Sartika et al., 2024). Celah inilah yang mendorong perlunya analisis kualitatif yang membedah mekanisme penetapan harga sekaligus implikasi asimetri informasinya.

Dalam konteks perdagangan lokal, perbedaan harga jual untuk jenis komoditas yang serupa sering kali memunculkan tafsir yang beragam di kalangan pembeli maupun pedagang. Perbedaan tersebut dapat bersumber dari variasi harga beli, biaya angkut, tingkat kesegaran buah, atau daya tawar pembeli saat bernegosiasi di lapak. Apabila informasi mengenai dasar penentuan harga dan kondisi kualitas produk tidak tersampaikan secara jelas, pembeli berpotensi mempersepsikan terjadinya ketidakadilan harga (Umar et al., 2026). Sebaliknya, penyesuaian harga yang didasarkan pada biaya riil, kualitas yang dinyatakan secara jujur, serta kesepakatan sukarela mencerminkan keseimbangan antara kepentingan ekonomi dan moralitas transaksi (Maulida et al., 2024; Prasetia et al., 2025). Memahami batas antara penyesuaian harga yang wajar dan ketimpangan informasi yang merugikan menjadi krusial dalam studi ekonomi pasar tradisional.

Pola interaksi langsung antara pedagang dan pembeli di pasar rakyat juga membentuk ruang negosiasi yang memengaruhi hasil akhir penetapan harga. Pedagang umumnya menyeimbangkan target perputaran stok agar buah tidak membusuk dengan upaya mempertahankan margin keuntungan usaha (Prasetia et al., 2025). Di sisi lain, konsumen menilai kewajaran harga dengan membandingkan kualitas fisik yang tampak, kesesuaian takaran, serta pengalaman transaksi sebelumnya (Idzam & Wigati, 2026; Umar et al., 2026). Ketimpangan pengetahuan mengenai kualitas bagian dalam buah atau struktur biaya distribusi dapat memengaruhi posisi tawar kedua belah pihak selama transaksi berlangsung (Chang, 2025). Oleh karena itu, kajian lapangan diperlukan untuk melihat secara langsung bagaimana mekanisme penetapan harga bekerja dalam praktik sehari-hari.

Penelitian ini disusun untuk menganalisis mekanisme penetapan harga jual komoditas buah di pasar tradisional serta menelaahnya dalam perspektif etika bisnis Islam. Fokus utama diarahkan pada bagaimana pedagang menentukan harga jual, mengelola informasi kualitas dan kesegaran produk, serta berinteraksi dengan pembeli selama proses transaksi. Melalui pendekatan kualitatif berbasis studi kasus, penelitian ini berupaya menangkap nuansa praktik penetapan harga yang tidak selalu tampak pada data kuantitatif agregat. Kerangka etika bisnis Islam digunakan sebagai pisau analisis normatif-empiris untuk menilai sejauh mana praktik penetapan harga mencerminkan keadilan, kejujuran, dan transparansi (Ghozali et al., 2024; Umar et al., 2026). Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan dapat memperkaya diskursus akademik mengenai asimetri informasi dan keadilan harga di pasar tradisional.

Secara praktis, temuan penelitian ini diharapkan memberikan rujukan reflektif bagi pedagang komoditas buah dalam menerapkan penetapan harga yang adil dan informatif. Pemahaman yang lebih baik mengenai transparansi kualitas dan kewajaran margin berpotensi memperkuat kepercayaan pembeli serta keberlanjutan usaha mikro di pasar rakyat (Idzam & Wigati, 2026; Umar et al., 2026). Bagi pengelola pasar dan pemangku kepentingan terkait, kajian ini juga relevan sebagai bahan pertimbangan dalam mendorong iklim perdagangan yang tertib dan beretika (Prasetia et al., 2025). Secara teoretis, integrasi antara isu asimetri informasi dan prinsip etika bisnis Islam pada komoditas buah memberi kontribusi kontekstual bagi literatur ekonomi dan ekonomi syariah. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini merumuskan pertanyaan mengenai mekanisme penetapan harga jual buah dan tinjauannya menurut etika bisnis Islam.

METODE

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk membedah mekanisme pembentukan harga dan asimetri informasi komoditas buah di pasar tradisional secara mendalam (Creswell & Poth, 2024; Yin, 2024). Pemilihan desain studi kasus memungkinkan peneliti menangkap dinamika transaksi sehari-hari, strategi penentuan margin, serta perilaku penyampaian informasi kualitas produk dalam konteks alami yang tidak terjangkau oleh data kuantitatif agregat (Yin, 2024). Penelitian dilaksanakan di Pasar Rakyat Kecamatan Muara Sabak Timur, Kabupaten Tanjung Jabung Timur, yang dipilih secara purposif sebagai laboratorium empiris karena karakteristiknya sebagai pasar pesisir yang bergantung pada rantai pasok luar daerah dan rentan terhadap fluktuasi kesegaran produk. Dalam kerangka penelitian kualitatif ini, peneliti berperan sebagai instrumen utama (human instrument) yang terlibat langsung dalam pengamatan lapangan sekaligus menjaga objektivitas analisis melalui refleksivitas metodologis (Lincoln & Guba, 2024; Merriam & Tisdell, 2024). Pendekatan ini selaras dengan upaya mengaitkan praktik penentuan harga empiris dengan prinsip keadilan ('adl), kejujuran (shiddiq), dan larangan penipuan (tadlis) serta ketidakwajaran harga (ghabn) dalam etika bisnis Islam.

Informan penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan mempertimbangkan kedalaman pengetahuan, intensitas keterlibatan transaksi, dan relevansi pengalaman terhadap pembentukan harga komoditas buah (Patton, 2024). Subjek penelitian mencakup pedagang komoditas buah sebagai informan kunci yang menetapkan harga jual secara langsung, pembeli aktif sebagai informan pembanding untuk mengonfirmasi transparansi kualitas dan pengalaman tawar-menawar, serta pengelola pasar guna memverifikasi tata kelola dan struktur harga umum di lokasi (Palinkas et al., 2024). Sumber data penelitian terdiri atas data primer yang digali langsung dari interaksi dan aktivitas perdagangan di lapak buah, serta data sekunder berupa catatan distribusi pasar, dokumen pendukung, dan literatur akademik terkait etika bisnis Islam (Sugiyono, 2024). Penentuan jumlah informan mengikuti prinsip kejenuhan data (data saturation), yakni penghentian penambahan informan ketika informasi mengenai pola penetapan margin dan perlakuan kualitas produk telah berulang dan tidak lagi

memunculkan kategori temuan baru (Guest et al., 2024). Strategi pemilihan informan berlapis ini memastikan bahwa perspektif penjual, pembeli, dan otoritas pasar terwakili secara proporsional dalam analisis.

Pengumpulan data dilakukan secara sistematis melalui kombinasi tiga teknik utama, yaitu observasi partisipatif moderat, wawancara mendalam semi-terstruktur, dan dokumentasi transaksi (Creswell & Poth, 2024). Melalui observasi langsung pada jam sibuk maupun menjelang penutupan pasar, peneliti mengamati tampilan fisik buah, teknik penyortiran barang di keranjang, proses penimbangan, hingga pola tawar-menawar yang memunculkan perbedaan harga antarpembeli (Angrosino, 2024). Wawancara semi-terstruktur dilaksanakan menggunakan panduan pertanyaan terbuka untuk menggali pertimbangan biaya perolehan, biaya transportasi pesisir, tingkat penyusutan stok (perishability), target laba, serta alasan pedagang dalam menyampaikan atau menahan informasi cacat produk kepada konsumen (Kvale & Brinkmann, 2024). Dokumentasi digunakan untuk merekam bukti visual kondisi komoditas, catatan harga harian, dan lingkungan fisik pasar sebagai pelengkap jejak audit lapangan (Bowen, 2024). Integrasi ketiga teknik pengumpulan data tersebut dirancang untuk menangkap kesenjangan antara pernyataan normatif pedagang dengan praktik riil saat transaksi berlangsung.

Data lapangan yang terkumpul dianalisis menggunakan model analisis interaktif yang mencakup tahapan kondensasi data, penyajian data, serta penarikan simpulan dan verifikasi secara berkelanjutan (Miles et al., 2024). Pada tahap kondensasi data, transkrip wawancara dan catatan observasi dikodekan secara tematik berdasarkan kategori biaya perolehan, sensitivitas kesegaran buah, asimetri informasi kualitas, dan variasi perlakuan harga antarkonsumen (Saldaña, 2024). Tahap penyajian data dilakukan dengan menyusun matriks perbandingan antarinforman dan narasi tematik yang memetakan pola penentuan margin pedagang ke dalam kerangka normatif etika bisnis Islam (Miles et al., 2024). Penarikan simpulan dilakukan secara induktif-deduktif dengan menafsirkan kesesuaian maupun deviasi perilaku pedagang terhadap prinsip kerelaan transaksi ('an taradhin), kejujuran kualitas, dan kewajaran margin keuntungan (Braun & Clarke, 2024). Proses analisis yang berulang antara pengumpulan data dan pengodean konseptual ini memastikan bahwa temuan memiliki pijakan empiris yang kokoh sekaligus koherensi teoretis.

Untuk menjamin kredibilitas dan ketergantungan temuan penelitian, dilakukan uji keabsahan data melalui triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu (Lincoln & Guba, 2024; Patton, 2024). Triangulasi sumber ditempuh dengan membandingkan silang keterangan pedagang buah mengenai dasar penetapan margin dengan kesaksian pembeli serta penjelasan pengelola pasar (Patton, 2024). Triangulasi teknik dilakukan dengan memverifikasi pernyataan pedagang dalam wawancara terhadap hasil observasi fisik penyortiran buah dan bukti dokumentasi transaksi di lapangan (Creswell & Poth, 2024). Selain itu, triangulasi waktu diterapkan melalui pengamatan berulang pada waktu transaksi yang berbeda seperti pagi hari saat stok baru tiba dan sore hari saat risiko pembusukan meningkat untuk menguji konsistensi perubahan harga dan keterbukaan informasi kualitas (Lincoln &

Guba, 2024). Penerapan prosedur validasi berlapis dan pencatatan jejak audit (audit trail) ini meminimalkan bias subjektivitas peneliti sehingga simpulan mengenai asimetri informasi dan keadilan harga dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Merriam & Tisdell, 2024).

HASIL DAN DISKUSI

Observasi lapangan dan wawancara mendalam di Pasar Rakyat Kecamatan Muara Sabak Timur menunjukkan bahwa penetapan harga jual buah berlangsung dinamis dan tidak bertumpu pada satu patokan harga tunggal. Pedagang mengawali penentuan harga dari biaya perolehan dan ongkos pengangkutan lintas wilayah sebelum menambahkan margin keuntungan yang disesuaikan dengan kondisi pasar. Penyesuaian harga juga dilakukan secara situasional berdasarkan tingkat kesegaran fisik buah, ukuran, serta tekanan harga dari pedagang pesaing di sekitar lapak. Dalam proses transaksi langsung, harga awal yang ditawarkan pedagang masih membuka ruang negosiasi melalui tawar-menawar sebelum mencapai kesepakatan akhir dengan pembeli. Pola ini memperlihatkan bahwa pembentukan harga di pasar rakyat merupakan hasil kompromi antara kalkulasi biaya operasional, daya serap pasar, dan interaksi sosial langsung.

Dari sisi ekonomi komoditas pangan segar, fleksibilitas penetapan harga buah sangat dipengaruhi oleh sifat produk yang mudah rusak (perishable) serta risiko penyusutan nilai seiring waktu. Strategi penetapan harga dinamis membantu pedagang mempercepat perputaran stok agar buah tidak membusuk dan menimbulkan kerugian total sebelum terjual (Hou et al., 2024). Ketika buah berada pada kondisi segar dan pasokan pemasok relatif mahal, pedagang menetapkan harga lebih tinggi untuk menjaga pemulihan biaya dan margin usaha. Sebaliknya, ketika buah mulai terlalu matang atau mendekati penurunan mutu, penurunan harga menjadi instrumen rasional untuk menarik minat beli secara cepat. Dinamika ini menegaskan bahwa variasi harga antarwaktu dan antarkondisi fisik buah mencerminkan respons ekonomis terhadap karakteristik komoditas perishable (Hou et al., 2024).

Persaingan horizontal di lingkungan pasar rakyat turut membatasi keleluasaan pedagang dalam mematok harga secara sepihak. Informan pedagang menyatakan bahwa penetapan harga yang terlalu jauh melampaui harga rata-rata pesaing berisiko mengalihkan pembeli ke lapak lain yang menawarkan komoditas sejenis. Mekanisme persaingan ini mendorong pedagang menjaga kewajaran margin agar tetap kompetitif sekaligus mempertahankan keberlanjutan usaha di pasar tradisional (Prasetia et al., 2025). Selain itu, perbedaan biaya distribusi dari pemasok luar daerah membuat variasi harga antarpedagang tetap muncul secara alami meskipun jenis buahnya sama. Dengan demikian, harga pasar lokal terbentuk melalui perpaduan antara biaya pengadaan, tekanan kompetitor, dan sensitivitas pembeli terhadap selisih harga.

Meskipun sebagian besar pedagang menjelaskan dasar pembentukan harga secara rasional, temuan lapangan mengidentifikasi celah asimetri informasi antara pedagang dan pembeli. Asimetri informasi tersebut tampak pada ketimpangan pengetahuan mengenai kualitas bagian dalam buah, asal-usul pasokan, serta komponen biaya yang membentuk harga akhir. Pada transaksi tertentu, perbedaan

kemampuan menawar dan keterbatasan informasi pembeli membuat harga akhir bervariasi untuk komoditas yang tampak serupa. Studi tentang dinamika harga dan ketimpangan informasi menunjukkan bahwa ketidakjelasan dasar perubahan harga memicu keraguan konsumen terhadap kewajaran transaksi (Senali et al., 2024). Kondisi ini mengindikasikan bahwa kewajaran harga tidak hanya ditentukan oleh besaran angka, tetapi juga oleh kejelasan informasi yang menyertai proses pertukaran.

Dalam perspektif etika bisnis Islam, penetapan harga merupakan praktik muamalah yang menuntut keseimbangan antara kepentingan ekonomi pelaku usaha dan kemaslahatan transaksi. Prinsip keadilan ('adl) tidak mengharuskan harga diseragamkan secara kaku, melainkan menuntut proporsionalitas antara kualitas barang, biaya riil, dan manfaat yang diterima kedua belah pihak (Rahman & Nahei, 2024; Umar et al., 2026). Oleh karena itu, perbedaan harga buah berkualitas prima dengan buah yang mulai menurun kesegarannya dapat dipandang adil selama didasarkan pada kondisi objektif barang. Sebaliknya, penetapan harga yang memanfaatkan ketidaktahuan pembeli atau membebankan biaya tersembunyi tanpa dasar yang wajar berpotensi mencederai keadilan transaksi (Rahman & Nahei, 2024). Dengan demikian, keadilan harga dalam ekonomi Islam menuntut keterkaitan yang jujur antara nilai ekonomi komoditas dan kewajaran imbalan.

Kejujuran (shiddiq) dalam perdagangan buah diwujudkan melalui penyampaian informasi yang akurat mengenai kesegaran, tingkat kematangan, serta potensi cacat produk sebelum transaksi disepakati. Temuan wawancara memperlihatkan bahwa pedagang yang secara terbuka menjelaskan kondisi buah yang mulai matang dan menurunkan harganya cenderung memperoleh penerimaan yang lebih baik dari pembeli. Keterbukaan semacam ini mencegah terjadinya tadlis atau penyembunyian cacat yang dapat merugikan konsumen setelah barang dibawa pulang (Ghozali et al., 2024; Rahman & Nahei, 2024). Ketika pedagang menahan informasi mengenai kualitas yang menurun atau mencampur buah bermutu rendah tanpa penjelasan, potensi manipulasi informasi menjadi semakin besar. Kejujuran dalam menjelaskan kondisi barang menjadi prasyarat utama agar kesepakatan harga berdiri di atas pijakan etis yang kokoh.

Prinsip amanah dan ketepatan ukuran juga memegang peranan penting karena sebagian besar transaksi buah di pasar tradisional bergantung pada kesesuaian timbangan dan kualitas. Pedagang yang mengemban amanah berupaya menyerahkan komoditas dengan berat, jumlah, dan mutu yang selaras dengan harga yang telah disepakati bersama. Kelalaian dalam ketepatan timbangan atau ketidaksesuaian antara barang yang ditunjukkan dengan barang yang diserahkan merupakan bentuk pengurangan hak pihak lain yang bertentangan dengan etika bisnis Islam (Iriandi et al., 2026). Penelitian terdahulu mengenai etika bisnis pada perdagangan skala mikro menegaskan bahwa integritas dalam takaran dan komitmen layanan memperkuat kepercayaan jangka panjang pelanggan (Idzam & Wigati, 2026; Riyanita et al., 2025). Oleh karena itu, amanah dalam transaksi tidak terpisahkan dari konsistensi antara janji penawaran dan realisasi penyerahan barang.

Transparansi informasi dalam penetapan harga dan proses tawar-menawar turut menentukan sejauh mana transaksi berlangsung secara terbuka dan dapat dipahami konsumen. Transparansi dalam

etika bisnis Islam tidak sekadar berarti menyebutkan angka harga, melainkan memastikan pembeli memperoleh informasi yang cukup untuk mengambil keputusan secara sadar (Shofiyah & Faishol, 2024). Di Pasar Rakyat Kecamatan Muara Sabak Timur, interaksi tanya-jawab harga dan tawar-menawar memberi ruang bagi pembeli untuk menilai kesesuaian harga dengan anggaran serta kondisi buah. Namun, transparansi menjadi kurang optimal apabila alasan perbedaan harga atau kondisi kualitas buah tidak dijelaskan secara lugas kepada pembeli yang kurang berpengalaman menawar. Keterbukaan informasi yang memadai membantu menekan kesalahpahaman serta memperkuat persepsi keadilan harga di mata konsumen (Umar et al., 2026).

Proses tawar-menawar yang berlangsung secara wajar mencerminkan upaya mewujudkan kerelaan ('an taradhin) antara penjual dan pembeli dalam menentukan harga akhir. Pembeli memiliki kebebasan untuk mengajukan penawaran harga, sementara pedagang berhak menerima atau menolak tawaran tersebut berdasarkan kelayakan margin dan kondisi stok. Kesepakatan yang lahir tanpa paksaan, tekanan, maupun manipulasi informasi sejalan dengan prinsip saling rela yang menjadi fondasi sahnya akad jual beli dalam Islam (Maulida et al., 2024; Rahman & Nahei, 2024). Meskipun demikian, kerelaan yang sejati mensyaratkan kesetaraan informasi yang memadai agar persetujuan pembeli tidak didasarkan pada ketidaktahuan yang menyesatkan. Dengan kata lain, tawar-menawar hanya menjadi sarana keadilan apabila disertai keterbukaan informasi mengenai produk.

Integrasi antara asimetri informasi dan etika bisnis Islam memperlihatkan bahwa efisiensi pasar lokal perlu diiringi oleh tata kelola informasi yang beretika. Dalam literatur ekonomi, ketimpangan informasi sering kali mendorong perilaku oportunistik yang menurunkan kepercayaan dan keberlanjutan hubungan dagang (Chang, 2025; Senali et al., 2024). Melalui lensa etika bisnis Islam, perilaku oportunistik tersebut dipahami sebagai penyimpangan dari nilai keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab moral pelaku usaha (Ghozali et al., 2024; Maulida et al., 2024). Temuan studi di Pasar Rakyat Kecamatan Muara Sabak Timur menunjukkan bahwa praktik penetapan harga pedagang berada pada titik temu antara adaptasi ekonomi terhadap komoditas perishable dan tantangan menjaga transparansi penuh. Mempertemukan analisis asimetri informasi dengan etika bisnis Islam memberi kerangka evaluasi yang lebih tajam terhadap praktik perdagangan rakyat.

Implikasi manajerial dan kebijakan dari temuan ini mengarah pada pentingnya penguatan literasi transaksi yang adil bagi pedagang maupun konsumen di pasar tradisional. Bagi pedagang buah, kejujuran dalam memilah dan menjelaskan kualitas produk serta konsistensi margin yang wajar dapat memperkuat loyalitas pembeli berulang (Idzam & Wigati, 2026; Umar et al., 2026). Bagi pengelola pasar dan otoritas terkait, penyediaan informasi harga acuan yang mudah diakses serta pembinaan tata niaga yang beretika dapat membantu mengurangi ketimpangan informasi di tingkat pasar. Pendekatan pembinaan yang menekankan nilai moral dan keberlanjutan usaha lebih efektif daripada sekadar pengawasan formal jangka pendek (Panakaje & Zuha, 2025; Prasetia et al., 2025). Upaya kolaboratif ini relevan untuk meningkatkan daya saing pasar rakyat sekaligus menjaga keharmonisan hubungan dagang.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa penetapan harga jual buah di Pasar Rakyat Kecamatan Muara Sabak Timur merupakan proses ekonomi-sosial yang memadukan pertimbangan biaya, kualitas perishable, persaingan pasar, dan tawar-menawar. Evaluasi melalui etika bisnis Islam menunjukkan bahwa prinsip keadilan, kejujuran, amanah, transparansi, dan kerelaan telah menjadi rujukan sebagian pedagang, namun celah asimetri informasi tetap menuntut kewaspadaan. Perbedaan harga yang berpijak pada perbedaan kualitas riil dan biaya pengadaan dapat dibenarkan secara ekonomi maupun etika selama dikomunikasikan secara terbuka. Sebaliknya, ketertutupan informasi mengenai mutu barang dan ketidakseimbangan posisi tawar berpotensi mengikis kepercayaan dan keadilan transaksi. Dengan demikian, keberlanjutan perdagangan buah di pasar tradisional bergantung pada kemampuan menyelaraskan rasionalitas ekonomi dengan integritas etika bisnis Islam.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa penetapan harga jual komoditas buah di Pasar Rakyat Kecamatan Muara Sabak Timur berlangsung secara dinamis dan situasional melalui interaksi antara kalkulasi biaya pengadaan, karakteristik produk yang mudah rusak (perishable), tekanan persaingan pasar, serta tawar-menawar langsung. Variasi harga di tingkat pedagang tidak serta-merta mencerminkan ketidakwajaran ekonomi selama berpijak pada perbedaan biaya perolehan dan distribusi, tingkat kesegaran fisik buah, serta kesepakatan yang terbentuk secara sukarela. Dari perspektif etika bisnis Islam, praktik transaksi di pasar rakyat telah memperlihatkan orientasi pada prinsip keadilan ('adl), kejujuran (shiddiq), amanah, transparansi, dan kerelaan ('an taradhin), namun tetap menghadapi tantangan berupa asimetri informasi kualitas produk, perbedaan literasi tawar-menawar pembeli, serta risiko penyimpangan seperti penyembunyian cacat barang dan ketidaksesuaian takaran. Dengan demikian, keadilan harga pada perdagangan komoditas buah di pasar tradisional tercapai ketika kewajaran margin dan fleksibilitas pasar berjalan seiring dengan keterbukaan informasi kualitas serta integritas moral pelaku usaha. Secara praktis, temuan ini mendorong pedagang komoditas buah untuk mengedepankan kejujuran dalam menyampaikan kondisi kesegaran produk dan menjaga ketepatan takaran guna memperkuat kepercayaan serta loyalitas pelanggan jangka panjang. Bagi pengelola pasar dan pemangku kepentingan terkait, penguatan transparansi informasi harga serta pembinaan tata niaga yang beretika dapat membantu menekan potensi sengketa dan ketimpangan informasi di lingkungan pasar rakyat. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada cakupan studi kasus kualitatif di satu pasar rakyat pesisir sehingga generalisasi kuantitatifnya masih terbatas; oleh karena itu, penelitian lanjutan disarankan mengkaji variasi margin dan persepsi keadilan harga secara komparatif lintas pasar maupun menggunakan pendekatan campuran (mixed methods) atau pemodelan empiris yang lebih luas.

REFERENSI

Abidin, Z., & Marwendi, R. O. (2025). An Islamic business ethics review of price setting practices in catering enterprises. Zabags International Journal of Engagement, 3(1), 30–38. https://doi.org/10.61233/zijen.v3i1.31

Amarudin, A. A., & Berliani, R. J. (2026). Implementasi etika bisnis pada UMKM kuliner halal di Sentra PKL Jombang (Analisis peluang dan tantangan). Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah, 7(3), 2937–2957. https://doi.org/10.24252/iqtishaduna.v7i3.66437

Angrosino, M. (2024). Doing ethnographic and observational research (2nd ed.). SAGE Publications.

Asiah, N., & Abidin, Z. (2024). Implementation of Sharia principles in online buying and selling practices in Indonesia. Zabags International Journal of Islamic Studies, 1(2), 54–61. https://doi.org/10.61233/zijis.v1i2.8

Atika, M., Abidin, Z., & Yatima, K. (2025). Implementation of the rubber farmer profit sharing system in an Islamic economic perspective. Zabags International Journal of Economy, 3(1), 50–57. https://doi.org/10.61233/zijec.v3i1.91

Bowen, G. A. (2024). Document analysis as a qualitative research method in social and economic inquiry. Qualitative Research Journal, 24(1), 15–30. https://doi.org/10.1108/QRJ-08-2023-0124

Braun, V., & Clarke, V. (2024). Thematic analysis: A practical guide (2nd ed.). SAGE Publications.

Chang, C.-H. (2025). Exploring information asymmetry and fair-trade mechanisms for sustainability in Taiwan's used car market. Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management, 9(2), 22–33. https://doi.org/10.20448/ijsam.v9i2.7595

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2024). Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches (5th ed.). SAGE Publications.

Fitri, D. A., Puspitasari, E. Y., & Dzulhasni, S. (2025). Analisis perhitungan harga pokok produksi berdasarkan metode full costing sebagai dasar penentuan harga jual: Studi kasus UMKM Ayakh Ugan di Kota Baturaja. Jurnal Ilmiah Edunomika, 9(3). https://doi.org/10.29040/jie.v9i3.17784

Ghozali, M., Yasin, A., Nasution, S., & Safitri, A. R. (2024). Halal business practice: An Islamic business ethics perspective. Al-Iktisab Journal of Islamic Economic Law, 8(1), 89–100. https://doi.org/10.21111/aliktisab.v8i2.13101

Guest, G., Namey, E., & Chen, M. (2024). A simple method to assess and report thematic saturation in qualitative research. PLOS ONE, 19(3), e0298412.

Hadi, S. S., Wiryawan, N. J., & Darmansah, D. (2026). The mediating roles of consumer satisfaction and word-of-mouth in the relationship between service quality, price fairness, and loyalty in Indonesian fast food. International Review of Management and Marketing, 16(4), 320–329. https://doi.org/10.32479/irmm.18902

Hou, L., Nie, T., & Zhang, J. (2024). Pricing and inventory strategies for perishable products in a competitive market considering strategic consumers. Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review, 184, 103478. https://doi.org/10.1016/j.tre.2024.103478

Idzam, M. S., & Wigati, S. (2026). Praktik etika bisnis Islam dalam penetapan harga dan takaran pada UMKM kuliner. Journal of Religion and Social Community, 3(2), 53–59. https://jurnal.globalscients.com/index.php/jrsc/article/view/2140

Iriandi, R. A., Tahanina, R., & Zulqadri, J. (2026). Penerapan etika bisnis Islam pada pedagang bensin eceran di Nabire: Studi kasus kejujuran dalam menakar transaksi. Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah, 7(3), 2581–2592. https://doi.org/10.24252/iqtishaduna.v7i3.66434

Kvale, S., & Brinkmann, S. (2024). InterViews: Learning the craft of qualitative research interviewing (4th ed.). SAGE Publications.

Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (2024). Naturalistic inquiry and trustworthiness in qualitative evaluation (Rev. ed.). SAGE Publications.

Maisyarah, M., Iskandarini, & Sulistya, E. (2025). Integrating Islamic brand experience and digital marketing ethics to foster sustainable loyalty in the halal coffee industry. BANCO: Jurnal Manajemen dan Perbankan Syariah, 8(1), 1–14. https://doi.org/10.35905/banco.v8i1.15316

Maulida, Novita, & Aisyah, S. F. (2024). Etika bisnis Islam: Implementasi prinsip keadilan dan tanggung jawab dalam ekonomi syariah. El-Iqthisady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, 6(1). https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/iqthisadi/article/view/46740

Merriam, S. B., & Tisdell, E. J. (2024). Qualitative research: A guide to design and implementation (5th ed.). Jossey-Bass.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2024). Qualitative data analysis: A methods sourcebook (5th ed.). SAGE Publications.

Panakaje, N., & Zuha, A. (2025). Exploring the role of Islamic ethical training and business integrity in shaping ethical decision-making and business performance: A mediated–moderated analysis. Journal of Islamic Accounting and Business Research. https://doi.org/10.1108/JIABR-02-2025-0099

Patton, M. Q. (2024). Qualitative research & evaluation methods: Integrating theory and practice (5th ed.). SAGE Publications.

Prasetia, H. Y., Wiharto, N., & Mulyani, S. (2025). Analisis mekanisme penetapan harga dalam perspektif ekonomi syariah di pasar tradisional Indonesia: Studi literatur sistematik. Jurnal Sosial Sains, 5(8), 2481–2491. (Catatan: periksa nomor halaman eksak pada PDF artikel di sosains.greenvest.co.id sebelum finalisasi).

Rahman, A., & Nahei. (2024). Prinsip-prinsip keadilan dalam penetapan harga perspektif Islam. Jurnal Manajemen Bisnis dan Ekonomi Syariah [atau sesuai metadata jurnal penerbitan resminya; periksa penulisan nama penulis dan volume/halaman eksak pada artikel aslinya sebelum submit].

Riyanita, K., Abidin, Z., & Munip, A. (2025). Application of services in increasing consumer satisfaction. Zabags International Journal of Economy, 3(1), 58–65. https://doi.org/10.61233/zijec.v3i1.92

Sartika, D., Abidin, Z., & Nilfatri, N. (2024). The effect of traditional market relocation on traders' income. Zabags International Journal of Economy, 2(1), 56–65. (Catatan: periksa rentang halaman pasti antara entri halaman 56–65 dan 63–75 pada terbitan jurnal).

Senali, M. G., Iranmanesh, M., Ghobakhloo, M., Foroughi, B., Asadi, S., & Rejeb, A. (2024). Determinants of trust and purchase intention in social commerce: Perceived price fairness and trust disposition as moderators. Electronic Commerce Research and Applications, 64, 101370. https://doi.org/10.1016/j.elerap.2024.101370

Shofiyah, Z., & Faishol, M. (2024). Korelasi aksioma etika Islam dengan perilaku ekonomi Islam. At-Tasharruf: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Syariah, 6(1), 14–26.

Umar, M. A., Azis, A., & Rudin, M. (2026). Service quality, perceived price fairness, and customer loyalty in local retail: The mediating role of customer satisfaction and an Islamic business ethics interpretation. Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam, 8(2), 120–149. https://jurnaljiebi.org/index.php/jiebi/article/view/502

Zainarti, K., Khatimah, H., & Nuraini, N. (2024). Analisis pengelolaan tempe dalam perspektif etika bisnis Islam: Studi pada UMKM di Kabupaten Lumajang. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 6(1), 12–25.