

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum UKM Mart

1. Sejarah Singkat Berdirinya UKM Mart

UKM Mart Koperasi Bina Warga Sejahtera merupakan suatu wadah yang menyediakan produk-produk asli hasil produksi rumahan, baik dari warga Teluk Pucung maupun warga luar Teluk Pucung. Selain produk, UKM Mart juga menyediakan layanan jasa seperti perpanjangan STNK, cuci dan perbaikan *AC*, jual dan instalasi *CCTV*, instalasi internet, serta desain dan percetakan.

Perencanaan pendirian UKM Mart telah dilakukan sejak tahun 2018 dan pembangunannya dimulai sekitar bulan Agustus 2020. UKM Mart dibuka secara resmi dan mulai beroperasi sejak hari Ahad tanggal 8 November 2020. Pembukaan secara resmi tersebut dilakukan oleh Forum Komunikasi Rukun Warga (FKRW) bersama LPM, BKM, dan Lurah Teluk Pucung, yang diresmikan oleh Wakil Wali Kota Bekasi, yaitu Bapak Dr. Triadhianto Tjahyono.

UKM Mart diketuai oleh Bapak Rachmat Adiwibowo sebagai Koordinator Bidang Pengembangan Koperasi dan UKM sekaligus sebagai Ketua Koperasi Bina Warga Sejahtera. Adapun Bapak Fauzan M. Syarih sebagai Pengawas Koperasi Bina Warga Sejahtera Teluk Pucung Bekasi

Utara yang bertugas mengawasi program kerja pengurus di UKM Mart. Jumlah Anggota Koperasi Bina Warga Sejahtera pada akhir tahun 2020 adalah 44 orang.

2. Visi dan Misi

Visi : UKM berdaya membantu Bangsa

Misi : Menghadirkan Produk UKM di Negeranya dan Dunia

3. Produk dan Jasa UKM Mart

Produk yang disediakan oleh UKM Mart adalah produk-produk hasil produksi rumahan (*home made*) yang bisa dijadikan sebagai buah tangan khas Bekasi. Produk-produk UKM Mart ini merupakan produk-produk yang jarang sekali ditemukan di tempat lain, karena produknya khusus buatan warga anggota binaan UKM Mart Koperasi Bina Warga Sejahtera. Jenis produknya berupa makanan ringan atau cemilan, bumbu masakan, minuman serbuk, minuman dingin, *softener*, masker, konektor masker, hingga berbagai macam kaos kaki.

UKM Mart juga menyediakan produk-produk pendamping berupa makanan, minuman, dan bahan-bahan sembako lain yang tidak dibuat oleh para anggota binaan UKM Mart dan produk-produk tersebut sering dijumpai di toko-toko lainnya. Selain produk, UKM Mart juga menyediakan layanan jasa berupa perpanjangan STNK, cuci dan perbaikan AC, jual dan instalasi CCTV, instalasi internet, serta desain dan percetakan.

Lokasi UKM Mart yang berada di depan Kantor Imigrasi dan di samping Kantor Kelurahan Teluk Pucung, membuat UKM Mart memanfaatkan situasi

tersebut dengan menyediakan pelayanan *print* dan *photo copy* serta penjualan materai untuk memenuhi kebutuhan para konsumen dan meningkatkan pendapatan.

Berikut adalah jumlah keseluruhan jenis produk dan layanan jasa UKM Mart hingga bulan Juli 2021.

- 1) Kuliner : 144 UKM
- 2) Jasa : 20 UKM
- 3) Kerajinan Tangan : 3 UKM
- 4) Fashion/Pakaian : 18 UKM
- 5) Lainnya : 25 UKM
- 6) *Start up* (memulai) : 3 orang

Dan hingga bulan November 2021, jumlah produk dan layanan jasa di UKM Mart sudah mencapai 245 UKM.

4. Tujuan UKM Mart

Tujuan didirikannya UKM Mart adalah sebagai etalase dari produk-produk UKM yang diproduksi oleh UKM di lingkungan Teluk Pucung dan kota Bekasi pada khususnya, sebagai media marketing atau penjualan produk UKM.

5. Manfaat UKM Mart

Manfaat didirikannya UKM Mart adalah dapat membantu UKM untuk memasarkan produknya. Selain untuk tempat berjualan, UKM Mart juga sebagai *basecamp* atau tempat untuk pelatihan UKM, seperti *sharing*, pelatihan kewirausahaan, kelas *online*, dan lain-lain.

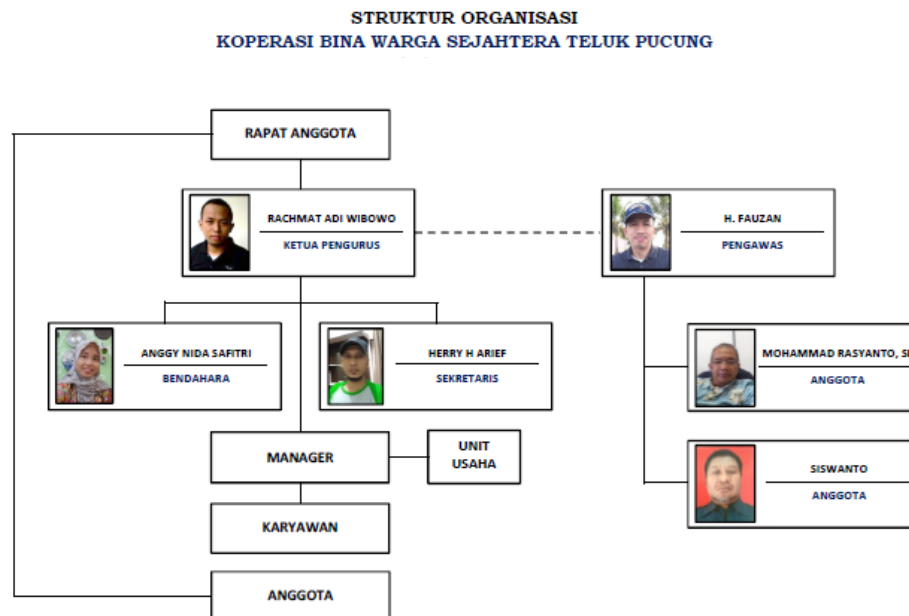
6. Kegiatan

Kegiatan di UKM Mart bermacam-macam. Selain jual beli, terdapat juga kegiatan seperti pembuatan NIB, pembuatan IUMK, pembuatan *e-commerce* (*Shopee-food*, *Grab-food*, *Go-food*, dan lain-lain). Di UKM Mart ini juga dilaksanakan kegiatan seperti *workshop* dan *cooking class*, sehingga UKM Mart ini sebagai tempat bertemunya UKM dengan para *stakeholder* yang akan membantu para UKM untuk menjalankan dan mengembangkan usahanya.

Salah satu kegiatan yang dilakukan oleh UKM Mart berkaitan dengan etika bisnis Islam adalah Jumat Berkah, yakni kegiatan sosial yang dilakukan setiap satu pekan sekali tepatnya di hari Jumat. Dalam kegiatan ini, UKM Mart membagikan makanan dan minuman gratis kepada para warga di sekitar Lingkungan RW yang ada di Teluk Pucung. Dana yang dikeluarkan diperoleh dari donasi para warga dan *entrepreneur* Teluk Pucung dan Kota Bekasi.

Selain itu, UKM Mart juga telah bekerja sama dengan ACT (Aksi Cepat Tanggap) dengan menghadirkan program Poster Digital (PosDig) untuk meningkatkan promosi produk-produk UMKM. Pada program ini, beberapa para anggota binaan memberikan donasi dari sebagian hasil usahanya kepada ACT yang kemudian disalurkan kembali dalam bentuk paket pangan, obat-obatan, dan perlengkapan darurat untuk korban bencana di Indonesia dalam program Aksi Bantu Indonesia.

7. Struktur Organisasi



Gambar 4.1
Struktur Organisasi

Susunan Organisasi Koperasi Bina Warga Sejahtera Periode 2018 – 2023

- | | |
|-----------------------|---|
| I. Pembina | : Lurah Teluk Pucung |
| II. Penasehat | : 1. Muhammad A. R.
2. Sutanto
3. Zainal Arifin |
| III. Pengurus | |
| Ketua | : Rachmat Adiwibowo |
| Sekretaris | : Herry Haveliady Arief |
| Bendahara | : Anggy Nida Safitri |
| IV. Pengawas | |
| Ketua | : Fauzan M. Syarih |
| Anggota | : 1. Mohammad Rosyanto
2. Siswanto |
| V. Koordinator Bidang | : |
| Fita Dwi Prananti | (Pendaftaran Mitra dan Anggota) |
| Dheta Arlinta | (Produk UKM) |
| Andika Lukman | (Produk Pendamping) |

Angga Saputra (Aplikasi)

VI. Karyawan

1. Penanggung Jawab Toko : Nina Puspita Sari
2. *Delivery Service* : Wendri, Irwan, Anwar

B. Profil Informan

Dalam penelitian ini, informan yang diwawancarai peneliti sebanyak 30 orang konsumen UKM Mart Koperasi Bina Warga Sejahtera Teluk Pucung Bekasi. Semua konsumen yang diwawancarai di UKM Mart tersebut, memiliki profil sebagai berikut.

Tabel 1.1 Profil Informan

No.	Nama Konsumen	Jenis Kelamin	Usia (tahun)	Agama	Pekerjaan
1.	Dinda Kartika Putri	Perempuan	16	Islam	Pelajar
2.	Ade Nurjanah	Perempuan	29	Islam	Ibu Rumah Tangga
3.	Mardiyanti Hastuti	Perempuan	51	Islam	IRT dan Guru Privat
4.	Yusuf Rantetasik	Laki-laki	51	Islam	Pegawai Swasta
5.	M. Nur Fikri	Laki-laki	21	Islam	Mahasiswa
6.	Darwan	Laki-laki	27	Islam	Pegawai Swasta
7.	Ari Anto	Laki-laki	46	Islam	Pegawai Swasta
8.	Yudi	Laki-laki	43	Islam	Marketing
9.	Hilman W. Kusumah	Laki-laki	35	Islam	Pegawai Swasta
10.	Tri Handayani	Perempuan	41	Islam	Ibu Rumah Tangga

11.	Neny Meilany	Perempuan	43	Islam	Wiraswasta
12.	M. Ibnu	Laki-laki	22	Islam	Mahasiswa
13.	Iwan Saputra	Laki-laki	41	Islam	Pegawai Swasta
14.	Muthiah Nafiatin	Perempuan	16	Islam	Pelajar
15.	Nurfadillah	Perempuan	16	Islam	Pelajar
16.	Defita Nabila A.	Perempuan	16	Islam	Pelajar
17.	Wandi Rahman	Laki-laki	37	Islam	Wiraswasta
18.	Aisyah Humairah	Perempuan	17	Islam	Pelajar
19.	Syafa Durotul Azizah	Perempuan	16	Islam	Pelajar
20.	Handoko Haryono	Laki-laki	52	Islam	Pegawai Swasta
21.	Ma'rup	Laki-laki	42	Islam	Pegawai Swasta
22.	Aan Sunengsih	Perempuan	45	Islam	Wirausaha
23.	Siska S.	Perempuan	40	Islam	Ibu Rumah Tangga
24.	Acim	Laki-laki	42	Islam	Pegawai Swasta
25.	Sri Rahayu	Perempuan	53	Islam	Ibu Rumah Tangga
26.	Lutfia Aini	Perempuan	20	Islam	Mahasiswa
27.	Ferro Mesara	Laki-laki	44	Islam	Pegawai Swasta
28.	Agus Pranoto	Laki-laki	39	Islam	Pendidik

29.	Nining Ratna Ningsih	Perempuan	48	Islam	Pegawai Swasta
30.	Hasan Abdurrahman	Laki-laki	33	Islam	Wiraswasta

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 30 informan terdapat 15 orang perempuan dan 15 orang laki-laki. Usia para informan cukup beragam, di antaranya informan usia 16-17 tahun sebanyak 6 orang, usia 20-29 tahun sebanyak 5 orang, usia 33-39 tahun sebanyak 4 orang, usia 40-49 tahun sebanyak 11 orang, dan usia 51-53 tahun sebanyak 4 orang. Dari 30 informan tersebut, semuanya beragama Islam. Pekerjaan informan pun dari berbagai kalangan, yakni 6 orang pelajar, 3 orang mahasiswa, 4 orang ibu rumah tangga, 1 orang ibu rumah tangga sekaligus sebagai guru privat, 10 orang pegawai swasta, 1 orang marketing, 3 orang wiraswasta, 1 orang wirausaha, dan 1 orang pendidik.

C. Deskripsi Data

1. Analisis Persepsi Konsumen Tentang Penerapan Etika Bisnis Islam pada Praktik Jual Beli di UKM Mart Koperasi Bina Warga Sejahtera Teluk Pucung Bekasi

Pada hasil penelitian yang dilakukan peneliti di lapangan dengan mewawancarai para informan, yakni sebanyak 30 konsumen UKM Mart Koperasi Bina Warga Sejahtera Teluk Pucung Bekasi, diperoleh banyak informasi mengenai persepsi konsumen pada praktik jual beli di UKM Mart Koperasi Bina Warga Sejahtera Teluk Pucung Bekasi.

Persepsi menurut Jalaludin Rakhmat merupakan pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan

menyimpulkan informasi dan penafsiran pesan. Persepsi adalah suatu proses yang dilakukan oleh manusia dalam memandang, mengamati, dan menanggapi sesuatu. Persepsi juga merupakan proses seseorang dalam memilih, mengatur, dan menginterpretasikan stimulus yang diterimanya.¹

a. Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam di UKM Mart Koperasi Bina Warga Sejahtera Teluk Pucung Bekasi dalam Persepsi Konsumen

Bisnis merupakan salah satu upaya seseorang dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Dalam menjalankan suatu bisnis adanya aturan-aturan yang harus diketahui dan dijalankan terutama bagi seorang Muslim yang harus menjalankan bisnisnya sesuai dengan etika bisnis Islam. Pada hal ini, UKM Mart merupakan salah satu bisnis berupa minimarket yang bernuansa Islami.² Oleh karena itu, UKM Mart perlu mengetahui dan menerapkan bisnisnya sesuai dengan ajaran-ajaran Islam. Berikut adalah hasil penelitian pada lima prinsip etika bisnis Islam yang dijalankan oleh UKM Mart.

1) Kesatuan (*At-Tauhid/Unity*)

Kesatuan terefleksikan dalam konsep *tauhid* dengan memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan Muslim, baik dalam bidang agama, sosial, dan ekonomi.³ Aspek-aspek kehidupan Muslim menurut bidangnya, antara lain sebagai berikut.

¹ Herlinawati, dkk., *Persepsi Masyarakat Terhadap Perfilman Indonesia...*, hlm. 13.

² Wawancara dengan Bapak Handoko Haryono, Konsumen UKM Mart.

³ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam...*, hlm. 45

a) Agama (Ibadah)

Pada aspek kehidupan Muslim dalam bidang agama diartikan sebagai kepatuhan, tunduk, dan berserah diri atas perintah dan kehendak Allah *Subhanahu wa Ta'ala*. Perintah Allah *Subhanahu wa Ta'ala* yang menjadi kewajiban bagi setiap Muslim adalah beribadah kepada-Nya dengan menjalankan serta mengutamakan *shalat* lima waktu termasuk ketika menjalankan bisnis.

Dari hasil observasi peneliti, diketahui bahwa jam operasional UKM Mart dimulai sekitar pukul 08.00-17.00 WIB yang mengartikan bahwa terdapat dua waktu *shalat* wajib di dalamnya, yakni *shalat* Zuhur dan Asar. Dalam menjalankan dua *shalat* wajib ini, pegawai UKM Mart melihat kondisi UKM Mart dahulu, jika kondisinya ramai dengan para pembeli maka dirinya akan mengutamakan para pembeli daripada melaksanakan *shalat* wajib tepat waktu. Hal tersebut dikarenakan tidak ada yang menjaga UKM Mart untuk melayani para pembeli selain dirinya. Namun, jika terdapat siswa atau mahasiswa yang sedang melakukan praktik kerja lapangan di sana maka mereka akan bergantian dalam menjaga dan melayani para pembeli atau konsumen selama yang lain melaksanakan *shalat*.⁴

⁴ Wawancara dengan Ibu Nina Puspita Sari, Admin UKM Mart.

Pada hasil wawancara kepada 30 orang konsumen, diketahui sebanyak sembilan orang konsumen pernah mendatangi dan berbelanja ketika azan sedang berkumandang yang menandakan waktu *shalat* wajib telah tiba. Adapun sisanya sebanyak enam orang konsumen yang mengatakan jarang dan 15 orang konsumen mengatakan tidak pernah mengunjungi atau berbelanja pada kondisi tersebut.

Sehubungan dengan hal di atas, sebanyak 23 orang konsumen mengatakan bahwa UKM Mart telah menjalankan bisnisnya berdasarkan pada prinsip kesatuan, seperti menghentikan seluruh aktivitasnya ketika azan berkumandang dan menjalankan *shalat* wajib tepat waktu.⁵ Dari 23 orang konsumen di antaranya adalah sembilan orang konsumen mengatakan bahwa ketika azan sedang berkumandang biasanya UKM Mart sedang beristirahat dan menutup tokonya dahulu, 11 orang konsumen mengatakan akan menjalankan *shalat* dahulu, dan tiga orang konsumen mengatakan akan menunggu pegawai UKM Mart membuka tokonya kembali. Sedangkan pada tujuh orang konsumen lain, mereka mengatakan bahwa dirinya pernah berbelanja di UKM Mart ketika azan berkumandang dan mereka tetap dilayani oleh pegawainya.⁶

⁵ Wawancara dengan BM, ISS, BA, ISR, LA, BFM, BAP, dan INRN, Konsumen UKM Mart.

⁶ Wawancara dengan Bapak Hasan Abdurrahman, Konsumen UKM Mart.

b) Sosial (Tolong-Menolong)

UKM Mart didirikan sebagai wadah bagi para pelaku UMKM menitipkan produknya untuk dijual kembali dengan tujuan untuk mengembangkan dan memajukan UMKM-UMKM di daerah Teluk Pucung Bekasi dan sekitarnya.⁷ Selain itu dengan bergabungnya para pelaku UMKM tersebut, mereka telah membantu orang-orang yang membutuhkan dengan menyisihkan sebagian rezekinya secara rutin setiap hari Jumat yang disebut kegiatan Jumat Berkah.

Pada hasil wawancara kepada 30 orang konsumen, sebanyak empat orang konsumen mengatakan alasannya tertarik mendatangi UKM Mart karena ingin ikut berpartisipasi dalam mengembangkan dan memajukan usaha para pelaku UMKM yang tergabung di dalamnya.⁸ Dari 30 orang konsumen tersebut, terdapat 13 orang konsumen tidak mengetahui adanya kegiatan Jumat Berkah yang dilakukan oleh UKM Mart.⁹ Bagi 17 orang konsumen yang mengetahui bahkan ada yang tergabung di dalamnya, menilai bahwa kegiatan tersebut adalah kegiatan yang bagus dan bermanfaat karena dapat menyisihkan rezekinya untuk membantu orang yang membutuhkan.¹⁰ Hal ini

⁷ Wawancara dengan Bapak Rachmat Adiwibowo, Koordinator Bidang Pengembangan Koperasi dan UKM serta Ketua Koperasi Bina Warga Sejahtera.

⁸ Wawancara dengan IMH, IAS, dan ISR, Konsumen UKM Mart.

⁹ Wawancara dengan Bapak Handoko Haryono, Konsumen UKM Mart.

¹⁰ Wawancara dengan AH, SDA, BM, IAS, ISS, LA, dan BFM, Konsumen UKM Mart.

merupakan salah satu etika bisnis yang sesuai dengan syariat Islam.¹¹

c) Ekonomi (Ijab Kabul)

Salah satu rukun jual beli dalam Islam adalah adanya ijab kabul bagi penjual dan pembeli, baik secara lisan maupun perbuatan dengan kesepakatan kedua belah pihak tersebut. Seperti yang dikatakan oleh Rozalinda di dalam bukunya, bahwa jual beli adalah transaksi tukar menukar uang dengan barang berdasarkan suka sama suka menurut cara yang ditentukan syariat, baik dengan ijab dan kabul yang jelas, atau tanpa mengucapkan ijab dan kabul, seperti yang berlaku pada pasar swalayan.¹²

Menurut Bapak Rachmat Adiwibowo selaku Koordinator bidang Pengembangan Koperasi dan UMKM sekaligus Ketua Koperasi Bina Warga Sejahtera, dirinya mengatakan bahwa belum mengetahui tentang praktik jual beli yang sesuai etika bisnis Islam dan hanya memahami jika konsumen telah menyerahkan uang untuk membeli maka konsumen tersebut akan menerima barang.¹³ Produk yang dijual adalah produk yang dititipkan oleh para pelaku UKM sekitar yang tergabung menjadi anggota binaan, jadi sistem jual beli yang dilakukan

¹¹ Wawancara dengan Bapak Agus Pranoto, Konsumen UKM Mart.

¹² Rozalinda, *Fikih Ekonomi Syariah...*, hlm. 63-64.

¹³ Wawancara dengan Bapak Rachmat Adiwibowo, Koordinator Bidang Pengembangan Koperasi dan UKM serta Ketua Koperasi Bina Warga Sejahtera.

menggunakan sistem konsinyasi atau titip jual, yakni pelaku UKM menitipkan produknya untuk dijual kembali di UKM Mart, jika produk tersebut laku terjual maka uangnya akan dibayarkan setiap akhir bulan sesuai harga yang disepakati di awal.¹⁴

Sama halnya dengan yang dikatakan oleh beberapa konsumen dari hasil wawancara bahwa dirinya dan UKM Mart telah menerapkan etika bisnis Islam karena kondisi barangnya ada dan terlihat semua, akad-akad dan harganya jelas, serta membayar sesuai dengan harganya, baik tunai maupun menggunakan QRIS. Dengan melihat harga yang tertera berarti konsumen sudah sepakat dengan harga tersebut.¹⁵

2) Keseimbangan (*Al-'Adalah/Equilibrium*)

a) Kesesuaian Harga

Pada harga produknya, UKM Mart memberikan harga yang sama kepada setiap konsumen karena harga produknya adalah harga tetap yang tidak dapat ditawar lagi. Mengenai produk yang dititipkan, Bapak Rachmat Adiwibowo hanya mengetahui jenis produknya, kemasan produknya, pembuatannya, penyajiannya, dan cara penyimpanannya ketika para pelaku

¹⁴ *Ibid.*

¹⁵ Wawancara dengan DKP, IMH, BYR, MNF, BD, ITH, MN, dan BFM, Konsumen UKM Mart.

UKM akan menitipkan produknya tanpa memeriksa kebenaran atau kesesuaiannya.¹⁶

Menurut konsumen dari hasil wawancara peneliti, sebanyak 26 orang konsumen mengatakan bahwa harga yang ditawarkan terjangkau dan sudah sesuai dengan produknya karena produk-produk yang ditawarkan adalah produk-produk berbahan alami tanpa bahan pengawet sehingga lebih sehat untuk dikonsumsi.¹⁷ Dari bahan yang berkualitas tersebut pasti harganya juga lebih tinggi daripada bahan yang instan.¹⁸ Selain itu, produk-produk tersebut dikemas dengan kemasan yang bagus dan menarik yang tidak kalah saing dengan produk kemasan lain sehingga harga jualnya pun lebih tinggi.¹⁹

Sama halnya dengan jasa yang ditawarkan oleh UKM Mart, salah satu konsumen pengguna jasa tersebut berupa perpanjangan STNK dirinya mengatakan bahwa hasilnya lancar dan harga yang diberikan tidak terlalu mahal karena disesuaikan dengan lingkungannya.²⁰ Bahkan beberapa konsumen mengatakan bahwa harga yang ditawarkan oleh UKM Mart lebih murah daripada minimarket lainnya.²¹ Namun, terdapat tiga orang konsumen yang merasa bahwa harga yang ditawarkan

¹⁶ Wawancara dengan Bapak Rachmat Adiwibowo, Koordinator Bidang Pengembangan Koperasi dan UKM serta Ketua Koperasi Bina Warga Sejahtera.

¹⁷ Wawancara dengan DKP, BYR, dan MNF, Konsumen UKM Mart.

¹⁸ Wawancara dengan Ibu Siska S., Konsumen UKM Mart.

¹⁹ Wawancara dengan MNF, ITH, dan AH, Konsumen UKM Mart.

²⁰ Wawancara dengan Ibu Sri Rahayu, Konsumen UKM Mart.

²¹ Wawancara dengan Ibu Ade Nurjanah dan Bapak Yusuf Rantetasik, Konsumen UKM Mart.

terlalu tinggi daripada produk-produk serupa di tempat lain.²² Salah satu konsumen mengatakan bahwa seharusnya harga yang ditawarkan oleh UKM Mart lebih terjangkau dan memasyarakat.²³ Adapun satu orang konsumen yang belum bisa menilai kesesuaian harga dengan produk atau jasa yang ditawarkan.

b) Pelayanan

Berdasarkan hasil observasi peneliti, pegawai UKM Mart telah melayani konsumen dengan perlakuan yang sama kepada setiap konsumennya dan tidak membedakan antara konsumen yang satu dengan konsumen lainnya. Pegawai UKM Mart telah memberikan pelayanan dan respon terbaik yang bukan hanya diberikan kepada konsumen saja, tetapi juga kepada orang-orang yang hanya sedang beristirahat dan meneduh di depan UKM Mart. Tidak jarang pegawainya mempersilakan orang-orang tersebut untuk masuk dan beristirahat di dalam UKM Mart.

Sehubungan dengan hasil wawancara kepada 30 orang konsumen yang mengatakan persepsi serupa, yakni sebanyak 27 orang konsumen mengatakan bahwa pegawai UKM Mart telah melayani dan menyambut dengan baik, 19 orang konsumen mengatakan ramah, lima orang konsumen mengatakan sopan dan santun, dan empat orang konsumen mengatakan pegawainya

²² Wawancara dengan MNF, BHWK, dan BHA, Konsumen UKM Mart.

²³ Wawancara dengan Bapak Hilman W. Kusumah, Konsumen UKM Mart.

dapat menjelaskan produk yang tidak diketahui oleh konsumen. Sehingga empat orang konsumen mengatakan secara langsung bahwa dirinya puas dengan pelayanan yang diberikan dan tidak merasa dirugikan karena telah membeli produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

c) Pemberian Hak Konsumen

Keseimbangan menuntut agar tidak boleh ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya.²⁴ Pada hal ini, menurut hasil wawancara kepada 30 orang konsumen UKM Mart terdapat dua orang konsumen pernah merasa dirugikan ketika melakukan praktik jual beli di UKM Mart. Kerugian yang dirasakan salah satu konsumen adalah waktu, disebabkan ketika ingin belanja di UKM Mart, tetapi tidak ada pegawai yang menjaga dan melayani hingga dirinya pulang dan tidak jadi membeli. Sedangkan pada salah satu konsumen lain, dirinya mengaku merasa dirugikan karena UKM Mart tidak menyediakan uang kecil untuk kembalian. Sehingga dirinya harus merelakan uang kembaliannya tersebut.

Di sisi lain, terdapat 28 orang konsumen mengaku belum pernah merasa dirugikan, bahkan dua orang konsumen di antaranya merasa diuntungkan ketika belanja di UKM Mart. Hal tersebut dikarenakan UKM Mart telah menyediakan produk

²⁴ Sri Widyastuti, *Implementasi Etika Islam Dalam Dunia Bisnis...*, hlm. 132.

yang didapatkan dengan mudah, dekat, cepat, nyaman, dan sesuai kebutuhan.

3) Kehendak Bebas (*Hurriyatul Iradah/Free Will*)

a) Menentukan Keuntungan

Setiap menjalankan suatu bisnis pasti bertujuan untuk mendapatkan keuntungan baik berupa materi maupun nonmateri, bagi diri sendiri maupun bagi orang lain. Dalam mendapatkan keuntungan materi, Islam memberikan kebebasan kepada para pelaku usaha pada penentuan harga dan besarnya keuntungan yang didapat dan tidak memberikan batasan selama tidak melanggar aturan-aturan atau ajaran Islam.

Bapak Rachmat Adiwibowo mengatakan bahwa harga produk di UKM Mart dan keuntungannya beragam bergantung pada jenis produk dan modal yang dikeluarkannya. Jika produk-produk itu berasal dari para pelaku UKM sekitar yang jarang ditemukan di tempat lain dan belum dikenal khalayak ramai, maka dirinya mengaku dapat memasang harga dengan bebas karena konsumen belum mengetahui harga sebenarnya. Keuntungan yang didapat dimulai dari 15% sampai dengan 30% dari modal yang dikeluarkannya. Keuntungan tersebut diambil sesuai dengan kebutuhan mereka, yakni sebesar 5% untuk admin, 10% untuk pajak, dan sisanya 15% untuk operasional. Sedangkan pada produk pendamping dari pabrik dijual dengan

harga yang sesuai dengan harga pada umumnya karena sifat produk tersebut hanya pelengkap dan untuk harganya pun sudah diketahui oleh banyak orang karena mudah dijumpai di minimarket lainnya.²⁵

Pada hasil wawancara kepada konsumen, ada yang mengatakan bahwa dalam mengambil keuntungan tidak ada batasannya.²⁶ Namun, ada beberapa konsumen lain yang mengatakan bahwa dalam mengambil keuntungan tidak boleh terlalu tinggi.²⁷ Bahkan ada salah satu konsumen yang mengatakan bahwa tidak boleh mengambil keuntungan melebihi 20% dari harga beli.²⁸

b) Kebebasan Konsumen

Dalam membeli produk, setiap konsumen bebas memilih produk apa saja sesuai keinginan dan kebutuhan mereka. UKM Mart telah menyediakan keranjang belanja agar para konsumen dapat dengan mudah membawa produk yang mereka pilih.²⁹ Jika konsumen merasa bingung dan kesulitan dalam memilih produk, maka akan diarahkan oleh pegawainya sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Pengarahan yang diberikan berupa edukasi tentang produk-produk UKM Mart. Jika konsumen

²⁵ Wawancara dengan Bapak Rachmat Adiwibowo, Koordinator Bidang Pengembangan Koperasi dan UKM serta Ketua Koperasi Bina Warga Sejahtera.

²⁶ Wawancara dengan Ibu Mardiyanti Hastuti, Konsumen UKM Mart.

²⁷ Wawancara dengan Ibu Neny Meilany, Konsumen UKM Mart.

²⁸ Wawancara dengan Bapak Iwan Saputra, Konsumen UKM Mart.

²⁹ *Ibid.*

tidak tertarik, maka pegawai UKM Mart memberikan kebebasan dan tidak memaksa konsumen untuk membelinya.³⁰ Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Suhrawardi K. Lubis dan Farid Wajdi, bahwa jual beli haruslah memenuhi syarat yang salah satunya adalah dilakukan dengan kehendak sendiri dan bukan karena adanya paksaan.³¹

Pada 30 orang konsumen, semua konsumen mengaku merasa bebas dan nyaman belanja di UKM Mart karena dapat memilih produk yang diinginkan tanpa diawasi oleh pegawainya.³² Namun, jika kita tidak mengetahui dan membutuhkan bantuan maka pegawai UKM Mart akan membantu dalam menjelaskan produk-produknya secara rinci.³³

Adapun 30 orang konsumen yang mengaku merasa bebas dan nyaman, diantaranya 21 orang konsumen karena pelayanan yang diberikan, sembilan orang konsumen karena fasilitasnya, tiga orang konsumen karena produknya, dua orang konsumen karena sudah sering belanja di UKM Mart dan sudah akrab, dan dua orang konsumen sisanya tidak mengatakan alasannya secara spesifik.

Selain itu, UKM Mart telah memberikan kebebasan dalam melakukan pembayaran, diantaranya dengan cara tunai, transfer

³⁰ Wawancara dengan Ibu Nina Puspita Sari, Admin UKM Mart.

³¹ Suhrawardi K. Lubis dan Farid Wajdi, *Hukum Ekonomi Islam...*, hlm. 143-146.

³² Wawancara dengan Ibu Neny Meilany, Konsumen UKM Mart.

³³ Wawancara dengan DKP, IMH, ITH, INM, MN, N, DNA, ISR, dan BHA, Konsumen UKM Mart.

melalui rekening, atau dengan metode QRIS yang caranya dengan *scan barcode* rekening lalu uang tersebut langsung masuk ke rekening milik koperasi.³⁴ Serupa dengan pernyataan beberapa konsumen yang mengatakan bahwa pembayaran di UKM Mart dapat dilakukan secara tunai maupun menggunakan QRIS.³⁵

4) Tanggung Jawab (*Al-Mas'uliyah/Responsibility*)

Dengan adanya kebebasan yang diberikan dalam menentukan harga produk atau besarnya keuntungan yang diperoleh, para pelaku usaha harus mempertanggungjawabkan tindakannya tersebut. Adapun bentuk tanggung jawabnya antara lain sebagai berikut.

a) Penentuan Harga

Dalam hasil observasi, peneliti menemukan masalah yang ditimbulkan dari penentuan harga dengan perhitungan persentase yang ditetapkan oleh UKM Mart. Penentuan harga tersebut menghasilkan nominal angka yang ganjil sehingga sulit untuk para konsumen membayarnya dengan uang yang pas. Kesulitan tersebut pun dirasakan oleh pegawai UKM Mart yang kurang menyediakan uang pecahan kecil untuk kembalian pada saat transaksi jual beli. Hal ini menyebabkan kurangnya uang kembalian yang diterima konsumen atau konsumen

³⁴ Wawancara dengan Bapak Rachmat Adiwibowo, Koordinator Bidang Pengembangan Koperasi dan UKM serta Ketua Koperasi Bina Warga Sejahtera.

³⁵ Wawancara dengan Ibu Mardiyanti Hastuti dan Bapak Yusuf Rantetasik, Konsumen UKM Mart.

menggantinya menjadi suatu produk yang belum tentu dibutuhkannya, baik sesuai dengan besarnya nominal kembalian atau dengan penambahan uang kembali.

Menurut Bapak Rachmat Adiwibowo, para konsumen menanggapi dengan baik akan hal tersebut dan tidak ada konsumen yang merasa marah karena jika uang kembalian yang diberikan kurang maka mereka mengikhlaskannya. Dirinya pun mengaku telah menyediakan pembayaran dengan penggunaan QRIS sebagai solusi untuk meminimalisasi masalah tersebut. Sehingga uang yang diterima sesuai dengan harga produknya.³⁶

Serupa dengan yang dikatakan oleh pegawai UKM Mart yang melakukan transaksi dengan konsumen secara langsung, bahwa dirinya tidak selalu memiliki uang kecil untuk kembalian karena banyaknya terjadi perputaran uang dan biasanya setiap konsumen membayar dengan nominal uang yang besar seperti Rp100.000,- atau Rp50.000,-. Bahkan tidak jarang uang nominal besar tersebut diterima pegawai ketika baru membuka tokonya. Jadi dirinya mengaku akan menawarkan produk lain atau menanyakan kepada konsumennya tentang jumlah uang kembalian yang tersedia. Jika konsumen memberikan dan mengikhlaskan sisa uang kembaliannya maka dirinya akan menerimanya. Namun, jika konsumen tidak bersedia maka

³⁶ Wawancara dengan Bapak Rachmat Adiwibowo, Koordinator Bidang Pengembangan Koperasi dan UKM serta Ketua Koperasi Bina Warga Sejahtera.

pegawai tersebut akan menawarkan produk pengganti atau menukar uang tersebut ke tempat lain.³⁷

Berdasarkan hasil wawancara kepada konsumen, diketahui bahwa 23 orang konsumen merasa tidak ada masalah dengan penggantian uang kembalian menjadi suatu produk atau didonasikan.³⁸ Hal ini dikarenakan para konsumen tersebut telah memberikan izin dan sekalian beramal.³⁹ Sehingga delapan orang konsumen mengatakan tidak masalah jika sudah meminta izin dan konsumen pun mengizinkan. Namun, terdapat lima orang konsumen lain yang merasa kecewa dan kurang menyetujui tindakan tersebut karena adanya kemungkinan untuk membelanjakan kembali uang kembalian tersebut.⁴⁰ Sehingga UKM Mart harus menyediakan uang kecil untuk kembalian karena uang kembalian tersebut memang harus dikembalikan dalam bentuk uang dan bukan berbentuk produk lain.⁴¹ Sedangkan pada dua orang konsumen sisanya, mereka tidak mengetahui tindakan tersebut di UKM Mart dan tidak memberikan persepsinya tentang tindakan tersebut.

b) Kondisi Produk

³⁷ Wawancara dengan Ibu Nina Puspita Sari, Admin UKM Mart.

³⁸ Wawancara dengan DKP, MNF, MN, BHH, BM, IAS, BA, LA, dan INRN, Konsumen UKM Mart.

³⁹ Wawancara dengan IMH, BD, ISS, dan BFM, Konsumen UKM Mart.

⁴⁰ Wawancara dengan IAN, BY, dan BHA, Konsumen UKM Mart.

⁴¹ Wawancara dengan Ibu Ade Nurjanah, Konsumen UKM Mart.

Menurut pengakuan pegawai UKM Mart, dirinya selalu memeriksa produk-produknya setiap dua hari sekali. Namun, jika terdapat produk makanan atau minuman yang tidak layak konsumsi seperti rusak, baik rasa maupun kemasan atau sudah melewati masa kedaluwarsanya, maka pegawai UKM Mart akan mengembalikannya 100% dari harga yang dibayar konsumen.⁴²

Mengenai tanggung jawab UKM Mart terutama pada pegawai UKM Mart, para konsumen mengatakan bahwa pegawai UKM Mart memiliki tanggung jawab yang baik seperti 13 orang konsumen yang mengatakan tanggung jawab pada pelayanannya, tiga orang konsumen mengatakan pada produk, dua orang konsumen pada harga, dan 13 orang konsumen tidak mengatakan secara spesifik. Di antaranya seperti menerangkan dan memberikan label harga produk di rak secara rapi, sesuai dengan harga yang di kasir, selalu memperhatikan keinginan konsumen, produk yang tersedia tidak kedaluwarsa, barang yang diberikan sesuai dengan pemesanan, jika barang yang diterima rusak maka akan diganti dengan yang baik, dan diberikan bukti pembelian berupa struk pembelian.⁴³

Pada pemberian struk belanja tersebut, sebanyak 17 orang konsumen mengatakan bahwa dirinya selalu mendapatkan struk setelah belanja di UKM Mart. Namun menurut sembilan orang

⁴² Wawancara dengan Ibu Nina Puspita Sari, Admin UKM Mart.

⁴³ Wawancara dengan DKP, MNF, BD, BY, BHA, BIS, BFM, BAA, MN, N, dan BM, Konsumen UKM Mart.

konsumen, mereka tidak selalu mendapatkan struk belanja dan empat orang konsumen lainnya mengaku tidak pernah mendapatkan struk belanja setelah belanja di UKM Mart.⁴⁴ Hal tersebut bisa dikarenakan mesin pencetak struk sedang rusak atau stok kertas struk yang sedang habis.⁴⁵

5) Kebenaran (*Haqiqatan/Truth*) berupa Kebajikan dan Kejujuran (*Ihsan/Benevolence* dan *Amanah/Honesty*)

a) Kebenaran Tentang Produk

Dalam menerapkan prinsip etika bisnis Islam, pegawai UKM Mart mengatakan bahwa jujur merupakan hal yang paling utama.⁴⁶ Dirinya mengaku telah menerapkan prinsip kejujuran seperti halnya menjual produk sesuai dengan harganya, menawarkan uang kembalian yang tidak bisa dikembalikan dengan suatu produk, menyortir produk berdasarkan kehalalannya dengan adanya logo halal pada kemasannya, memberikan informasi produk berdasarkan pengetahuan dan pengalamannya sendiri.⁴⁷

Jika konsumen memilih produk yang kemungkinan telah rusak bahkan tidak layak konsumsi karena waktu penitipan yang sudah lama dan belum diambil oleh produsennya, maka pegawai UKM Mart akan memberikan informasi tersebut dan

⁴⁴ Wawancara dengan MNF, MI, BIS, BWR, ISS, INRN, dan BHA, Konsumen UKM Mart.

⁴⁵ Wawancara dengan Bapak Hilman W. Kusumah dan Ibu Tri Handayani, Konsumen UKM Mart.

⁴⁶ Wawancara dengan Ibu Nina Puspita Sari, Admin UKM Mart.

⁴⁷ *Ibid.*

mengarahkan pada produk lain yang masih bagus dan layak konsumsi.

Sehubungan pada hasil wawancara peneliti kepada 30 orang konsumen, di antaranya ada yang mengatakan bahwa UKM Mart telah menjual produk sesuai dengan harganya yang tertera di rak, mengomunikasikan uang kembalian yang tidak bisa dikembalikan karena tidak memiliki uang pecahan kecil, menjelaskan produknya secara rinci, menunjukkan kualitas produk yang baik, dan memberitahukan kepada konsumen jika kualitas produknya sudah kurang baik.⁴⁸

b) Kebenaran Tentang Iklan

Mayoritas penjual masih melakukan kebohongan dengan memposting foto produk yang tidak sesuai dengan produk asli yang mereka jual kepada konsumen.⁴⁹ Berbeda dengan iklan produk UKM Mart di media sosial seperti Instagram dan Tiktok yang telah memposting foto produknya menggunakan produk asli.⁵⁰

Serupa dengan hasil wawancara kepada konsumen bahwa empat orang konsumen telah mengetahui dan pernah menjadi konsumen UKM Mart via *online*, 14 orang konsumen belum

⁴⁸ Wawancara dengan MNF, N, dan ITH, Konsumen UKM Mart.

⁴⁹ Rianti, "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Pada Marketplace Lazada", *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, Vol. 1, No. 1, (2021), hlm. 13.

⁵⁰ Wawancara dengan Bapak Rachmat Adiwibowo, Koordinator Bidang Pengembangan Koperasi dan UKM serta Ketua Koperasi Bina Warga Sejahtera.

pernah serta tidak mengetahuinya, dan 12 orang konsumen sisanya belum pernah menjadi konsumen via *online* tetapi mengetahuinya. Berdasarkan hasil wawancara kepada konsumen pula, diketahui bahwa sebanyak 15 orang konsumen mengatakan iklan dan foto produk yang ada di media sosial UKM Mart sudah dideskripsikan sesuai dengan produk aslinya. Hal tersebut dibuktikan dengan penglihatannya secara langsung pada produk di toko dan penerimaan produk setelah memesannya.⁵¹ Sedangkan pada 15 orang konsumen sisanya, mengaku tidak mengetahui dan memperhatikan iklan dan foto produk di media sosial UKM Mart.

b. Proses Persepsi Konsumen

Terdapat tiga proses yang biasa dialami oleh seorang konsumen dalam membentuk suatu persepsi pada kegiatan jual beli, baik secara sadar maupun tidak sadar, yakni sebagai berikut.

1) Seleksi Persepsi

Seleksi persepsi merupakan proses awal dalam terbentuknya persepsi konsumen. Dalam proses ini, konsumen memilah stimulus-stimulus yang diterimanya melalui pancaindra. Seperti yang dikemukakan oleh Etta Mamang Sangadji dan Sopiah bahwa seleksi terdiri atas dua proses, yakni perhatian dan persepsi selektif.⁵²

⁵¹ Wawancara dengan Bapak Iwan Saputra, Konsumen UKM Mart.

⁵² Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen...*, hlm. 69.

Perhatian dapat dipengaruhi oleh faktor pribadi dan stimulus itu sendiri.⁵³ Perhatian konsumen terbentuk karena adanya penerimaan pada pancaindra konsumen tersebut. Pada hasil penelitian yang telah dipaparkan, telah diketahui bahwa stimulus yang diterima konsumen cukup beragam. Stimulus yang diterima berupa keadaan tempat, lokasi, produk, kepemilikan, pelayanan, dan iklan yang ditampilkan.

Pada pancaindra penglihatan, konsumen menggunakan penglihatannya dalam menyeleksi stimulus yang diterimanya. Pada 13 orang konsumen, mereka mengatakan alasannya mendatangi UKM Mart karena tempat dan lokasi UKM Martnya, seperti tertarik dan merasa penasaran terhadap UKM Mart setelah melihat tempat atau toko UKM Mart ini dari luar.⁵⁴ Timbulnya perhatian kepada sebagian konsumen lain disebabkan karena konsumen tersebut sedang mengurus keperluannya di UKM Mart dan tempat sekitarnya, seperti keperluan di Kantor Imigrasi, Kantor Kelurahan, mengambil uang di ATM UKM Mart, atau hanya sedang lewat saja.⁵⁵

Terdapat 17 orang konsumen tertarik karena produk yang ditawarkan oleh UKM Mart. Adapun perhatian konsumen terhadap produk UKM Mart diantaranya sebagai berikut.

- a) Produk-produk tersebut dibutuhkan oleh konsumen⁵⁶

⁵³ Herlinawati, dkk., *Persepsi Masyarakat Terhadap Perfilman Indonesia...*, hlm. 14.

⁵⁴ Wawancara dengan DKP, MN, BHH, dan BA, Konsumen UKM Mart.

⁵⁵ Wawancara dengan IMH, BD, BAA, BHWK, MI, BIS, ISS, LA, dan INRN, Konsumen UKM Mart.

⁵⁶ Wawancara dengan Bapak Darwan dan Aisyah Humairah, Konsumen UKM Mart.

- b) Banyaknya pilihan karena variasi produk yang beragam, lengkap, inovatif, kemasannya yang menarik, dan tidak kalah saing dengan produk-produk kemasan lainnya⁵⁷
- c) Harga produk terjangkau sesuai dengan kualitasnya⁵⁸
- d) Alami, tidak mengandung bahan pengawet, tidak kedaluwarsa⁵⁹
- e) Penataannya rapi dan bersih⁶⁰
- f) Halal, terdapat logo dan sertifikat halalnya⁶¹
- g) Sudah diseleksi, sterilisasinya terjamin, tidak sembarangan⁶²
- h) Produknya baru dan termasuk bidang usaha yang berasal dari para pelaku UKM di sekitar wilayahnya⁶³

Stimulus lain yang menimbulkan perhatian sebagian konsumen berasal dari indra pendengarannya. Terdapat tiga orang konsumen menyatakan bahwa dirinya tertarik mendatangi UKM Mart karena adanya informasi atau ajakan yang mereka dapatkan dari teman atau orang lain untuk mendatangi UKM Mart.⁶⁴ Salah satu informasinya bahwa produk UKM Mart dapat dijadikan sebagai oleh-oleh khas Jawa Barat terutama Kota Bekasi.⁶⁵ Setiap konsumen pun

⁵⁷ Wawancara dengan BAA, BHWK, ITH, dan INM, Konsumen UKM Mart.

⁵⁸ Wawancara dengan BAA, AH, SDA, dan ISR, Konsumen UKM Mart.

⁵⁹ Wawancara dengan Bapak Yusuf Rantetasik dan M. Nur Fikri, Konsumen UKM Mart.

⁶⁰ Wawancara dengan MN, LA, dan BHA, Konsumen UKM Mart.

⁶¹ Wawancara dengan IMH, MI, dan DNA, Konsumen UKM Mart.

⁶² Wawancara dengan Bapak Ari Anto, Konsumen UKM Mart.

⁶³ Wawancara dengan IAN, BFM, dan BAP, Konsumen UKM Mart.

⁶⁴ Wawancara dengan MN, N, dan DNA, Konsumen UKM Mart.

⁶⁵ Wawancara dengan Muthiah Nafiatin dan Nurfadillah, Konsumen UKM Mart.

mendapatkan pengarahan dan penjelasan informasi mengenai produk-produk UKM Mart dari pegawainya langsung, jika terdapat produk yang tidak diketahuinya.⁶⁶

Selain itu, sebagian konsumen pun mendapatkan perhatian pada indra pengecapnya dengan merasakan produk yang ada di UKM Mart. Sebanyak tiga orang konsumen yang menyatakan bahwa produk-produk makanan dan minuman yang tersedia di UKM Mart memiliki cita rasa yang enak dan lebih sehat.⁶⁷

Pada indra peraba, sebagian konsumen mengatakan bahwa UKM Mart telah memberikan fasilitas yang baik pada ruangan UKM Mart karena bersih dari debu disertai dengan penyediaan AC di dalamnya. Hal tersebut membuat suasana menjadi sejuk dan nyaman bagi para konsumen.⁶⁸ Selain itu, UKM Mart juga menyediakan tempat berupa kursi dan meja di depan UKM Mart, sehingga konsumen dapat beristirahat sejenak dan menikmati makanan atau minuman yang telah dibelinya.⁶⁹

Berdasarkan hasil wawancara mengenai proses seleksi konsumen, dapat disimpulkan bahwa perhatian konsumen dapat berasal dari faktor internal dan faktor eksternal konsumen. Pada kedua faktor tersebut dihasilkan dari stimulus terhadap pancaindra

⁶⁶ Wawancara dengan DKP, IMH, MNF, BD, ITH, INM, MN, N, DNA, ISR, dan BHA, Konsumen UKM Mart.

⁶⁷ Wawancara dengan DKP, INM, dan BHA, Konsumen UKM Mart.

⁶⁸ Wawancara dengan ITH, MN, N, BWR, BA, BFM, dan BAP, Konsumen UKM Mart.

⁶⁹ Wawancara dengan Bapak Acim, Konsumen UKM Mart.

konsumen yang meliputi pancaindra penglihatan, pendengaran, pengecap, dan peraba.

2) Pengorganisasian Persepsi

Pengorganisasian persepsi merupakan proses kedua setelah proses seleksi. Pada stimulus yang diseleksi para konsumen tersebut, diorganisasikan atau dikelompokkan menjadi informasi yang dapat menentukan persepsi konsumen. Berdasarkan hasil wawancara kepada 30 orang konsumen, sebanyak lima orang konsumen mengaku belum mengetahui praktik jual beli yang sesuai etika bisnis Islam,⁷⁰ 12 orang konsumen yang hanya mengetahui sebagian saja,⁷¹ 13 orang konsumen sudah mengetahui,⁷² bahkan 26 orang konsumen sudah menerapkan dalam kehidupannya termasuk ketika membeli produk atau jasa di UKM Mart.⁷³ Sedangkan dua orang konsumen lain hanya menerapkan sebagian saja dan dua orang konsumen sisanya belum menerapkannya.

Dalam Islam melarang adanya suatu transaksi yang dapat merugikan satu sama lain. Islam mengajarkan bahwa dalam melakukan transaksi jual beli harus mengandung keberkahan didalamnya.⁷⁴ Pada hasil seleksi konsumen terhadap stimulus yang diterimanya ketika melakukan praktik jual beli di UKM Mart,

⁷⁰ Wawancara dengan IAN, BD, BAA, dan BY, Konsumen UKM Mart.

⁷¹ Wawancara dengan MNF, ITH, MI, BHH, dan LA, Konsumen UKM Mart.

⁷² Wawancara dengan DKP, BYR, INM, BIS, dan ISS, Konsumen UKM Mart.

⁷³ Wawancara dengan IMH, BD, BY, IAS, ISR, BFM, dan BHA, Konsumen UKM Mart.

⁷⁴ Lailatul Fitriani, dkk., "Implementasi Konsep Etika Bisnis Islam Dalam Jual Beli Online", *AL Maqashid: Journal of Economics and Islamic Business*, Vol. 1 No. 2 (2021), hlm. 66.

terdapat 14 orang konsumen mengatakan bahwa UKM Mart telah menerapkan praktik jual beli tersebut sesuai dengan etika bisnis Islam,⁷⁵ dua orang konsumen mengatakan hanya sebagian saja, dua orang konsumen lain mengatakan belum mengetahui apakah sudah menerapkan atau belum, dan sisanya adalah 12 orang konsumen yang tidak memberikan persepsinya tentang hal ini.

Selain itu pada hasil seleksi stimulus di atas, sebanyak tiga orang konsumen pernah merasa dirugikan ketika melakukan praktik jual beli di UKM Mart⁷⁶ dan 27 orang konsumen lain tidak pernah merasa dirugikan, bahkan dua orang konsumen di antaranya ada yang merasa diuntungkan.⁷⁷

3) Interpretasi Persepsi

Pada proses persepsi konsumen yang terakhir adalah interpretasi persepsi. Interpretasi persepsi konsumen merupakan tindakan yang dilakukan seorang konsumen sesuai dengan persepsinya, baik berdasarkan pengalaman, penilaian, kepribadian, dan tujuan konsumen tersebut.⁷⁸ Sehubungan dengan hal ini, semua 30 orang konsumen yang telah diwawancarai oleh peneliti, mengatakan bahwa akan mendatangi dan berbelanja di UKM Mart kembali. Hal tersebut sesuai dengan hasil seleksi dan pengorganisasian persepsi setiap konsumen di atas.

⁷⁵ Wawancara dengan DKP, BAA, INM, BIS, BAP, dan BHA, Konsumen UKM Mart.

⁷⁶ Wawancara dengan IAN, BHWK, dan BHA, Konsumen UKM Mart.

⁷⁷ Wawancara dengan Bapak Yusuf Rantetasik, Konsumen UKM Mart.

⁷⁸ Wawancara dengan BYR, MI, BHH, dan ISS, Konsumen UKM Mart.

**c. Persepsi Konsumen pada Praktik Jual Beli di UKM Mart
Koperasi Bina Warga Sejahtera Teluk Pucung Bekasi**

Data hasil penelitian ini diperoleh melalui wawancara peneliti kepada para konsumen yang dijadikan informan, yakni sebanyak 30 orang konsumen UKM Mart. Wawancara yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen tentang penerapan etika bisnis Islam pada praktik jual beli di UKM Mart Koperasi Bina Warga Sejahtera Teluk Pucung Bekasi. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah instrumen utama berupa peneliti dan instrumen pendukung berupa pedoman wawancara. Adapun hasil wawancara peneliti kepada 30 orang konsumen UKM Mart adalah sebagai berikut.

Informan yang pertama bernama Dinda Kartika Putri. Sebagai konsumen, dirinya mengatakan baru pertama kali mendatangi UKM Mart. Dia tertarik mendatangi UKM Mart karena tempatnya strategis dan penasaran dengan UKM Mart ini. Menurutnya pegawai UKM Mart telah memberikan pelayanan yang baik, ramah, dan mampu menjelaskan produk-produknya kepada konsumen. Selain itu, pegawai tersebut selalu memperhatikan keinginan setiap konsumennya sehingga konsumen dapat membeli produk sesuai dengan keinginannya. Baginya, produk-produk UKM Mart adalah produk yang berkualitas, tidak mengandung bahan pengawet, lebih sehat, harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitasnya, dan rasanya enak. Praktik jual beli yang diketahuinya berdasarkan etika bisnis Islam adalah jujur dan tidak curang dalam proses pembayarannya,

seperti yang telah diterapkan oleh UKM Mart. Dirinya tidak ada masalah pada penggantian uang kembalian menjadi suatu produk atau didonasikan, karena telah mengikhlaskannya.⁷⁹

Informan yang kedua adalah Ibu Ade Nurjanah. Dirinya telah mendatangi UKM Mart kurang lebih sebanyak tujuh kali. Alasannya mendatangi UKM Mart karena produknya adalah produk lokal yang diproduksi oleh UKM-UKM sekitar sehingga dapat membantu perekonomian di sekitar juga. Baginya, produk yang ditawarkan bagus, inovatif, dan kualitasnya sesuai dengan harganya, bahkan lebih murah. Pelayanan yang diberikan mendekati pelayanan prima, sopan, komunikatif, dan bertanggung jawab. Dirinya merasa bebas dan nyaman saat belanja di UKM Mart seperti rumahnya sendiri. Pengetahuannya mengenai praktik jual beli yang sesuai etika bisnis Islam masih samar-samar dan dirinya ragu untuk menjawabnya. Pada iklan UKM Mart yang terdapat di media sosial dirinya mengira hanyalah sebuah promosi dan bukan untuk jual beli secara *online*. Menurutny, foto di media sosial tersebut bagus dan sesuai dengan produknya. Mengenai penggantian uang kembalian menjadi suatu produk atau didonasikan, dirinya merasa kecewa karena walaupun kembaliannya sedikit, tetap harus dikembalikan dan harus berbentuk uang, bukan dengan permen atau segala macamnya.⁸⁰

⁷⁹ Wawancara dengan Dinda Kartika Putri, Konsumen UKM Mart, pada tanggal 4 Desember 2021, di UKM Mart Koperasi Bina Warga Sejahtera, Teluk Pucung, Bekasi.

⁸⁰ Wawancara dengan Ibu Ade Nurjanah, Konsumen UKM Mart, pada tanggal 6 Desember 2021, di UKM Mart Koperasi Bina Warga Sejahtera, Teluk Pucung, Bekasi.

Informan yang ketiga adalah Ibu Mardiyanti Hastuti. Dirinya sudah beberapa kali mendatangi UKM Mart. Terkadang ikut kegiatan dan pelatihan yang diadakan oleh UKM Mart sekaligus membeli produknya. Awalnya hanya ingin melihat dan belanja saja. Namun setelah itu, dirinya selalu belanja setiap kali datang ke UKM Mart. Selain itu, dirinya berkeinginan untuk ikut meramaikan supaya UKM Mart dapat berkembang, maju, dan bermanfaat bagi banyak orang. Baginya pegawai UKM Mart telah menyambut dan melayani konsumen dengan bagus, ramah, bertanggung jawab, serta mengenalkan dan mencarikan produk yang belum diketahui oleh konsumen. Dirinya pun bebas belanja di sana karena dapat memilih sendiri produk yang diinginkan. Sepengetahuannya mengenai praktik jual beli yang sesuai etika bisnis Islam adalah tidak ada batasan dalam mendapatkan keuntungan. Dalam kehalalan produknya, terdapat sertifikat halal dan UKM Mart juga sudah mengusahakannya. Menurutny, dirinya dan UKM Mart telah menerapkan etika bisnis Islam tersebut karena barangnya sudah tersedia dan terlihat semua, akad-akad dan harganya jelas, serta membayar sesuai dengan harganya, baik tunai maupun menggunakan QRIS. Dengan melihat harga yang tertera berarti konsumen sudah sepakat dengan harga tersebut. Pada penggantian uang kembalian biasanya mereka meminta izin dahulu, jika dirinya mengizinkan berarti baginya tidak ada masalah dan tidak perlu mengetahui akan disalurkan kemana karena sudah berniat untuk

menyumbangkan dan juga sudah melimpahkan kepada mereka. Jika hal tersebut tidak benar maka menjadi urusan yang dilimpahkan.⁸¹

Informan yang keempat adalah Bapak Yusuf Rantetasik. Dirinya sudah sering bahkan hampir setiap hari mendatangi UKM Mart. Alasannya karena tertarik dengan produknya serta pelayanannya yang ramah, sopan, santun, bersahabat, bermasyarakat, komunikasinya bagus, memberikan harga yang sesuai, produknya tidak *expired*, dan pertanggungjawabannya penuh dari produsen ke konsumen. Pengetahuannya mengenai UKM Mart adalah produknya bermacam-macam, kualitasnya bagus karena produknya alami, tidak memakai bahan pengawet, harganya sesuai, terjangkau, dan lebih murah daripada di luar sana. Dirinya juga merasa nyaman karena tidak dibatasi dan boleh memilih apa saja, pembayarannya bisa *cash* tanpa debit dari rekening. Oleh karena itu, dirinya mengatakan akan sering mendatangi UKM Mart kembali jika ada produk yang dibutuhkan. Praktik jual beli yang sesuai etika bisnis Islam menurutnya seperti produknya harus halal dan sesuai dengan harganya. Dirinya merasa diuntungkan oleh UKM Mart karena tersedianya barang yang dibutuhkan dengan cepat, dekat, nyaman, dan kembaliannya diberi sesuai dengan nominalnya.⁸²

Informan yang kelima adalah M. Nur Fikri. Dirinya sudah beberapa kali mendatangi UKM Mart, kurang lebih sekitar sepuluh kali. Alasannya

⁸¹ Wawancara dengan Ibu Mardiyanti Hastuti, Konsumen UKM Mart, pada tanggal 6 Desember 2021, di UKM Mart Koperasi Bina Warga Sejahtera, Teluk Pucung, Bekasi.

⁸² Wawancara dengan Bapak Yusuf Rantetasik, Konsumen UKM Mart, pada tanggal 6 Desember 2021, di UKM Mart Koperasi Bina Warga Sejahtera, Teluk Pucung, Bekasi.

karena UKM Mart ini tempatnya strategis dan nyaman untuk dikunjungi. Pelayanan yang diberikan sangat baik dan sangat ramah kepada pembeli. Dirinya merasa sangat nyaman belanja di UKM Mart karena pegawainya dapat memberikan informasi terkait produk-produknya dan label harga di rak sesuai dengan harga di kasir. Produk yang ditawarkan tidak kalah saing dengan produk-produk kemasan lainnya. Hal ini dikarenakan produk-produk UKM Mart tidak memakai bahan pengawet. Namun, persepsinya tentang harga yang ditawarkan dinilai masih agak mahal, kemungkinan disebabkan penggunaan bahan yang tidak instan tersebut. Menurutnya, praktik jual beli yang sesuai etika bisnis Islam salah satunya adalah terdapat label halal pada setiap produknya. Dirinya mengetahui jual beli UKM Mart via *online*, tetapi belum pernah bertransaksi secara *online*. Kesesuaian iklannya kurang lebih sesuai dengan produk aslinya. Penggantian uang kembalian menjadi suatu produk atau didonasikan, baginya tidak ada masalah. Sementara pada pemberian struk pembelian, dirinya tidak selalu diberikan.⁸³

Informan yang keenam adalah Bapak Darwan. Dirinya sudah mendatangi UKM Mart sekitar empat sampai dengan lima kali. Alasannya karena terdekat dengan tempat dia bekerja dan tersedianya barang yang dibutuhkan. Menurutnya, pegawai UKM Mart telah melayani dengan ramah, baik, sopan, memuaskan, bertanggung jawab, menerangkan harganya, serta kembalian dan struknya sesuai. Dirinya

⁸³ Wawancara dengan M. Nur Fikri, Konsumen UKM Mart, pada tanggal 6 Desember 2021, di UKM Mart Koperasi Bina Warga Sejahtera, Teluk Pucung, Bekasi.

merasa bebas dan nyaman karena bisa langsung masuk dan dilayani dengan baik. Pengetahuannya mengenai praktik jual beli yang sesuai dengan etika bisnis Islam belum terlalu memahami. Sehingga tidak mengetahui apakah UKM Mart telah menerapkannya atau belum. Sebagai umat Islam, dirinya mengatakan hanya membeli produk jika terdapat label halalnya. Jika produk tersebut tidak terdapat label halalnya maka perlu dipertanyakan dahulu dan tidak langsung membelinya. Mengenai harga yang ditawarkan dinilai masih relatif terjangkau dan sesuai dengan produknya. Baginya tidak ada masalah dalam mendonasikan uang kembalian karena sekalian beramal.⁸⁴

Informan yang ketujuh adalah Bapak Ari Anto. Dirinya sudah lebih dari satu kali mendatangi UKM Mart. Alasannya karena harganya cukup bersaing, murah, kualitas produk cukup baik, lengkap, nyaman, dekat dengan kantornya, dan pelayanan yang diberikan sudah baik. Pegawai UKM Mart pun cukup bertanggung jawab, ramah, dan dapat membuat nyaman konsumen ketika belanja di UKM Mart. Sebagai konsumen, dirinya kurang memahami praktik jual beli yang sesuai dengan etika bisnis Islam. Menurutnya, sistem yang digunakan koperasi dalam praktik jual beli adalah bagi hasil dari anggota untuk anggota sehingga dirinya merasa UKM Mart sudah menerapkan etika bisnis Islam. Sementara dirinya merasa belum menerapkan etika bisnis Islam karena masih banyak tempat belanja yang konvensional dan dia mengikutinya. Dirinya

⁸⁴ Wawancara dengan Bapak Darwan, Konsumen UKM Mart, pada tanggal 7 Desember 2021, di UKM Mart Koperasi Bina Warga Sejahtera, Teluk Pucung, Bekasi.

menyarankan untuk lebih memperbanyak produk lokal daripada produk luar negeri agar lebih dikenal luas dan setiap produk harus tercantum label halal dari MUI. Akan tetapi, untuk industri rumahan tidak semua yang mendaftarkan produknya ke MUI atau ke Badan Pemeriksaan Obat dan Makanan (BPOM). Baginya, produk-produk yang tersedia di UKM Mart sudah diseleksi, sterilisasinya terjamin, dan tidak sembarangan. Oleh karena itu, dirinya percaya saja pada produk UKM Mart karena tidak mungkin mereka menipu. Dirinya juga tidak masalah mengenai penggantian uang kembalian menjadi suatu produk atau didonasikan selama disalurkan ke tempat yang tepat. UKM Mart telah menyediakan struk pembelian dan dirinya pernah diberikan bukti pembelian tersebut.⁸⁵

Informan yang kedelapan adalah Bapak Yudi. Dirinya sudah sering mendatangi UKM Mart dikarenakan promo yang diberikan dan adanya kebutuhan. Baginya, pegawai UKM Mart telah melayani konsumen dengan sangat baik, ramah, murah senyum, dan bertanggung jawab. Produk di UKM Mart pun banyak yang menarik dan sesuai dengan harganya. Selama ini, dirinya tidak mengetahui praktik jual beli yang sesuai dengan etika bisnis Islam. Dirinya hanya mengetahui UKM Mart saja dan menurutnya UKM Mart seperti jual beli pada umumnya. Namun ketika membeli produk, dirinya pasti melihat produknya dan harus tercantum logo halal dari MUI. Jadi, walaupun halal tetapi tidak ada logo MUI-nya maka dirinya tidak akan membeli produk tersebut. Sementara

⁸⁵ Wawancara dengan Bapak Ari Anto, Konsumen UKM Mart, pada tanggal 7 Desember 2021, di UKM Mart Koperasi Bina Warga Sejahtera, Teluk Pucung, Bekasi.

itu, jika menyukai dan membutuhkan produknya maka dia akan membelinya tanpa melihat harganya terlebih dahulu. Persepsinya mengenai iklan, biasanya teori dan praktik jauh berbeda, tetapi untuk foto produk UKM Mart yang selama ini dia lihat dinilai sudah sesuai dengan produk aslinya. Dirinya kurang menyetujui dalam menggantikan uang kembalian menjadi suatu produk, tetapi jika didonasikan maka itu sebuah kerelaan dan merasa lebih baik didonasikan daripada diganti menjadi suatu produk, karena tidak seberapa nominalnya. Seharusnya struk selalu diberikan, namun dirinya tidak ada masalah jika tidak diberikan.⁸⁶

Informan yang kesembilan adalah Bapak Hilman W. Kusumah. Dirinya sering mendatangi UKM Mart yang dalam sehari bisa sekali atau dua kali. Alasannya karena dekat dengan Kantor Kelurahan dan banyak pilihan produknya. Pelayanan yang diberikan pegawai cukup ramah, nyaman karena bebas memilih, kembaliannya sesuai dan sudah amanah, hanya saja kurang konsisten dalam jam operasionalnya. Namun untuk harga produk, baginya cukup mahal dan tinggi, seharusnya UKM Mart lebih memasyarakat dan terjangkau. Dirinya mengetahui iklan UKM Mart via *online*, menurutnya foto produknya cukup sesuai dengan produk aslinya. Dirinya pernah merasa dirugikan ketika menunggu kasir yang sedang mengurus suatu urusan dan tidak ada yang menggantikan untuk melayani. Dalam mendonasikan uang kembalian, baginya harus jelas untuk apa donasi tersebut. Terkadang dirinya merasa dirugikan karena

⁸⁶ Wawancara dengan Bapak Yudi, Konsumen UKM Mart, pada tanggal 9 Desember 2021, di UKM Mart Koperasi Bina Warga Sejahtera, Teluk Pucung, Bekasi.

hal itu, jadi seharusnya dikembalikan dahulu, dibicarakan, jika disetujui maka boleh didonasikan karena barangkali konsumen ingin memberikan atau menambah nominal donasi yang tidak sesuai dengan uang kembalian saja. Dirinya selalu diberikan struk pembelian, namun terkadang tidak diberikan karena struknya sedang habis.⁸⁷

Informan yang kesepuluh adalah Ibu Tri Handayani. Dirinya sudah sering mendatangi UKM Mart karena banyaknya kuliner dan produk yang tersedia, menarik, tempatnya nyaman, ber-AC, serta pelayanannya juga bagus, ramah, *humble*, dan memberi tahu produk-produknya yang bagus. Dirinya mengaku sedikit mengetahui tentang praktik jual beli yang sesuai dengan etika bisnis Islam. Di antaranya seperti jual beli yang halal, jujur, dan harga di rak sesuai dengan yang di kasir. Pendapatnya dalam mendonasikan uang kembalian untuk keperluan yang dapat dipertanggungjawabkan maka tidak masalah, tetapi jika menyimpang maka dirinya kurang menyetujuinya. Pemberian struk pembelian pun tergantung pada mesinnya, jika sedang rusak tidak diberikan, dan dirinya pun memaklumi dan tidak ada masalah karena kendala tersebut.⁸⁸

Informan yang kesebelas adalah Ibu Neny Meilany. Dirinya sudah lebih dari tiga kali mendatangi UKM Mart karena cita rasa produknya enak, harganya bersaing, tidak terlalu mahal, kualitas produk juga bagus dan bervariasi. Pelayanan pegawainya baik, bagus, dapat menjelaskan

⁸⁷ Wawancara dengan Bapak Hilman W. Kusumah, Konsumen UKM Mart, pada tanggal 10 Desember 2021, di UKM Mart Koperasi Bina Warga Sejahtera, Teluk Pucung, Bekasi.

⁸⁸ Wawancara dengan Ibu Tri Handayani, Konsumen UKM Mart, pada tanggal 10 Desember 2021, di UKM Mart Koperasi Bina Warga Sejahtera, Teluk Pucung, Bekasi.

produk-produknya, dan bertanggung jawab karena setiap belanja selalu diberikan struk pembelian. Ketika belanja di UKM Mart, dirinya merasa bebas melihat dan memilih produk tanpa harus ditunggu atau diawasi. Pengetahuannya tentang praktik jual beli yang sesuai dengan etika bisnis Islam adalah seperti belanja sesuai dengan kebutuhan, penjualannya tidak mengambil keuntungan terlalu besar, jadi UKM Mart mungkin sudah menerapkannya. Bagi hasilnya juga menggunakan sistem konsinyasi. Dirinya belum pernah belanja di UKM Mart via *online*, namun mengetahuinya. Baginya, foto yang digunakan sesuai dengan produk aslinya. Dalam mendonasikan uang kembalian pemanfaatannya harus jelas dan jika dijadikan suatu produk pun tidak ada masalah.⁸⁹

Informan yang kedua belas bernama M. Ibnu. Dirinya mengatakan hampir setiap hari mendatangi UKM Mart, baik hanya untuk membeli produk berupa makanan dan minuman atau hanya sekedar mengambil uang di ATM. Persepsinya pada pelayanan yang diberikan dinilai biasa saja, standar, sesuai SOP, namun menyenangkan dan bertanggung jawab. Ketika berbelanja, dirinya merasa bebas dan nyaman karena sudah akrab dengan pegawainya yang *humble*. Dirinya mengatakan sedikit mengetahui tentang praktik jual beli yang sesuai etika bisnis Islam, seperti kehalalannya. Menurutnya, semua produk yang dijual oleh UKM Mart halal dan sesuai antara kualitas, kuantitas, dan harganya. Dirinya belum pernah melakukan jual beli di UKM Mart secara *online*, tetapi

⁸⁹ Wawancara dengan Ibu Neny Meilany, Konsumen UKM Mart, pada tanggal 10 Desember 2021, di UKM Mart Koperasi Bina Warga Sejahtera, Teluk Pucung, Bekasi.

mengetahuinya dan baginya foto produk sesuai dengan produk aslinya. Mengenai penggantian uang kembalian menjadi suatu produk atau didonasikan, dirinya sering mengalami hal tersebut dan mengikhlaskannya saja. Pada pemberian struk pembelian, dirinya mengatakan tidak pernah diberikan dan dia juga tidak pernah memintanya.⁹⁰

Informan yang ketiga belas adalah Bapak Iwan Saputra. Dirinya mengatakan sering mendatangi UKM Mart. Alasannya karena dirinya melihat UKM Mart lebih membantu dan dekat dari lokasi kerjanya. Ketika berbelanja, dirinya merasa nyaman sekali karena produknya lengkap serta pelayanan yang diberikan cukup baik, ramah, dan menyenangkan. Menurutnya, pegawai UKM Mart sangat bertanggung jawab, seperti barang yang diberikan sesuai dengan pemesanan. Akan tetapi pada struk pembelian, dirinya tidak selalu diberikan. Sepengetahuannya tentang praktik jual beli yang sesuai etika bisnis Islam salah satunya adalah dalam mendapatkan keuntungan dari penjualan hanya sebesar 20%, tidak boleh lebih, dan melayani konsumen dengan sebaik-baiknya. Selain itu, karena dia seorang Muslim maka dia merasa harus membeli produk yang halal. Baginya, UKM Mart telah menerapkan hal tersebut dan dapat mempertanggungjawabkan semua produknya. Persepsinya tentang penggantian uang kembalian menjadi

⁹⁰ Wawancara dengan M. Ibnu, Konsumen UKM Mart, pada tanggal 10 Desember 2021, di UKM Mart Koperasi Bina Warga Sejahtera, Teluk Pucung, Bekasi.

suatu produk atau didonasikan dinilai hal yang normal, selama tidak ada yang dirugikan maka dirinya tidak merasa dirugikan.⁹¹

Informan yang keempat belas bernama Muthiah Nafiatin. Dirinya baru pertama kali mendatangi UKM Mart. Alasannya karena penasaran ketika melewati dan melihat UKM Mart seperti supermarket tetapi bangunannya kecil, dan terdapat produk yang berasal dari Jawa Barat. Baginya, pelayanan yang diberikan ramah, baik, tidak banyak tingkah, serta memberi tahu dan menjelaskan apa yang kita butuhkan. Berbelanja di UKM Mart dirasa nyaman dan bebas karena tempatnya ber-AC, dingin, tidak berdebu, dan tatanan produknya rapi. Dirinya mengetahui praktik jual beli yang sesuai etika bisnis Islam, seperti terdapat label halal atau logo MUI pada produknya. Menurutnya, UKM Mart telah menerapkan etika bisnis Islam tersebut, seperti amanah dan pembayarannya sesuai dengan harga yang ada di rak. Kualitas produknya dinilai bagus dan harganya juga standar. Mengenai penggantian uang kembalian, dirinya ditawarkan barang yang baru atau dapat didonasikan dan baginya itu tidak masalah. Setelah berbelanja, dirinya pun diberikan struk pembelian.⁹²

Informan yang kelima belas bernama Nurfadillah. Dirinya baru pertama kali mendatangi UKM Mart. Alasannya karena tertarik ingin mengunjungi UKM Mart yang didengarnya banyak oleh-oleh khas

⁹¹ Wawancara dengan Bapak Iwan Saputra, Konsumen UKM Mart, pada tanggal 24 Desember 2021, di UKM Mart Koperasi Bina Warga Sejahtera, Teluk Pucung, Bekasi.

⁹² Wawancara dengan Muthiah Nafiatin, Konsumen UKM Mart, pada tanggal 24 Desember 2021, di UKM Mart Koperasi Bina Warga Sejahtera, Teluk Pucung, Bekasi.

Bekasi. Baginya, UKM Mart telah memberi fasilitas yang bagus berupa *AC* di dalam ruangnya. Selain itu, pegawainya telah melayani dengan ramah, bagus, menarik, tanggung jawabnya bagus, serta menjelaskan produk-produknya secara rinci yang halal dan layak diperjualbelikan. Persepsinya tentang produk-produk UKM Mart dinilai kualitasnya standar, harganya rata-rata, dan tergantung pada produknya. Foto pada iklan UKM Mart pun dinilai bagus dan sesuai dengan produk aslinya. Ketika meminta uang kembalian, dirinya diberikan struknya dan mendonasikan sesuai dengan keinginan konsumen.⁹³

Informan yang keenam belas bernama Defita Nabilah A. Dirinya baru pertama kali mendatangi UKM Mart. Alasannya tertarik karena mendapat saran dari temannya. Menurutnya, pegawai UKM Mart memberikan pelayanan yang ramah, menjelaskan produk yang konsumen inginkan, dan ketika dirinya memiliki uang kelebihan ditanya mau dikembalikan atau tidak. Dirinya pun merasa nyaman, karena ruangnya adem, bersih, dan sejuk. Praktik jual beli yang sesuai etika bisnis Islam menurutnya adalah membeli produk-produk yang halal. Sebagaimana UKM Mart yang semua produknya baik, halal, harganya terjangkau, standar, dan sesuai dengan kualitas dan kuantitasnya.⁹⁴

Informan yang ketujuh belas adalah Bapak Wandu Rahman. Dirinya mengaku sering mendatangi UKM Mart. Baginya, pegawai UKM Mart

⁹³ Wawancara dengan Nurfadillah, Konsumen UKM Mart, pada tanggal 24 Desember 2021, di UKM Mart Koperasi Bina Warga Sejahtera, Teluk Pucung, Bekasi.

⁹⁴ Wawancara dengan Defita Nabilah A., Konsumen UKM Mart, pada tanggal 24 Desember 2021, di UKM Mart Koperasi Bina Warga Sejahtera, Teluk Pucung, Bekasi.

telah melayaninya dengan bagus, ramah, dan bertanggung jawab. Tempatnya yang nyaman dan tersedianya produk yang dicari menjadi alasannya sering mendatangi UKM Mart. Selain itu, menurutnya produk UKM Mart kualitasnya bagus dan harganya sesuai dengan barangnya. Salah satu praktik jual beli yang sesuai etika bisnis Islam adalah jujur. Menurutnya penggantian uang kembalian menjadi suatu produk atau didonasikan adalah hal yang wajar, sehingga dirinya tidak merasa dirugikan. Sementara pada bukti pembelian, dirinya tidak selalu diberikan struk pembelian.⁹⁵

Informan yang kedelapan belas bernama Aisyah Humairah. Dirinya sering mendatangi UKM Mart. Alasannya karena tersedianya produk yang dibutuhkan dan harganya lumayan terjangkau. Pelayanan yang diberikan dinilai ramah dan bertanggung jawab. Produk UKM Mart baginya harganya pas, kualitas produk dan kemasannya bagus, serta iklan yang ditampilkan sesuai dengan produk aslinya. Dirinya kurang mengetahui dan belum pernah mengalami penggantian uang kembalian menjadi suatu produk atau didonasikan. Pada bukti pembelian, dia mengatakan bahwa akan diberikan jika konsumen memintanya. Pada kegiatan Jumat Berkah, dirinya menilai baik karena membantu orang yang membutuhkan sehingga orang-orang yang kurang mampu merasa terbantu.⁹⁶

⁹⁵ Wawancara dengan Bapak Wandu Rahman, Konsumen UKM Mart, pada tanggal 28 Maret 2022, di UKM Mart Koperasi Bina Warga Sejahtera, Teluk Pucung, Bekasi.

⁹⁶ Wawancara dengan Aisyah Humairah, Konsumen UKM Mart, pada tanggal 28 Maret 2022, di UKM Mart Koperasi Bina Warga Sejahtera, Teluk Pucung, Bekasi.

Informan yang kesembilan belas bernama Syafa Durotul Azizah. Dirinya sudah sering mendatangi UKM Mart. Alasannya karena produknya yang bagus dan harganya pas. Pelayanan yang diberikan pun bagus, ramah, dan bertanggung jawab, sehingga merasa nyaman ketika belanja. Iklan yang ditampilkan sesuai dengan produk aslinya dan kualitasnya pun sesuai dengan harganya. Dirinya mengaku belum pernah berbelanja di UKM Mart ketika azan berkumandang. Pada kegiatan Jumat Berkah, dia mengetahuinya dan dinilai baik karena membantu satu sama lain.⁹⁷

Informan yang kedua puluh adalah Bapak Handoko Haryono. Dirinya baru pertama kali mendatangi UKM Mart. Dengan alasan karena dirinya seorang Muslim dan UKM Mart ini dinilainya Islami. Dirinya merasa bebas berbelanja di UKM Mart karena pegawainya ramah dan tanggung jawabnya bagus. Pengetahuannya tentang praktik jual beli yang sesuai etika bisnis Islam sedikit. Pada produk UKM Mart dinilai sudah sesuai antara kualitas, kuantitas, dan harganya. Begitu pula pada iklannya yang sesuai dengan produk aslinya. Dirinya tidak merasa ada masalah dengan penggantian uang kembalian menjadi suatu produk atau didonasikan. Dirinya pun belum mengetahui tentang kegiatan Jumat Berkah di UKM Mart.⁹⁸

⁹⁷ Wawancara dengan Syafa Durotul Azizah, Konsumen UKM Mart, pada tanggal 28 Maret 2022, di UKM Mart Koperasi Bina Warga Sejahtera, Teluk Pucung, Bekasi.

⁹⁸ Wawancara dengan Bapak Handoko Haryono, Konsumen UKM Mart, pada tanggal 29 Maret 2022, di UKM Mart Koperasi Bina Warga Sejahtera, Teluk Pucung, Bekasi.

Informan yang kedua puluh satu adalah Bapak Ma'rup. Dirinya sudah beberapa kali mendatangi UKM Mart dengan alasan ingin berbelanja saja. Pada pelayanannya dinilai bagus, ramah, dan bertanggung jawab. Baginya, produk yang ditawarkan sudah sesuai antara kualitas, kuantitas, dan harganya. Dalam mendonasikan uang kembalian, dirinya merasa tidak ada masalah dan selalu diberikan struk pembelian. Dirinya jarang berbelanja di UKM Mart ketika azan berkumandang karena biasanya pada kondisi tersebut pegawainya sedang istirahat. Dirinya pun menilai bahwa kegiatan Jumat Berkah sangat bagus.⁹⁹

Informan yang kedua puluh dua adalah Ibu Aan Sunengsih. Dirinya sudah sering sekali mendatangi UKM Mart. Dikarenakan UKM Mart ini milik bersama, sehingga dirinya merasa harus memajukannya dengan saling membeli produk UKM sesama. Pegawainya dinilai bagus, *the best*, asyik, dan sulit mencari pegawai yang seperti ini. Dirinya pun merasa bebas berbelanja di UKM Mart karena sudah familiar seperti keluarga sendiri. Dirinya sudah mengetahui praktik jual beli yang sesuai etika bisnis Islam dan dirasa sudah menerapkannya. Mengenai jual beli secara *online*, belum pernah dilakukannya karena selalu mendatangi UKM Mart secara langsung. Namun, pada iklannya dia menilai sesuai dengan produk aslinya. Menurutnya tidak ada masalah dengan penggantian uang kembalian. Dirinya tidak pernah mendatangi UKM Mart ketika azan

⁹⁹ Wawancara dengan Bapak Ma'rup, Konsumen UKM Mart, pada tanggal 31 Maret 2022, di UKM Mart Koperasi Bina Warga Sejahtera, Teluk Pucung, Bekasi.

berkumandang karena dirinya tidak pernah keluar rumah sebelum azan selesai. Namun menurutnya jika berada pada kondisi tersebut, apapun kegiatannya harus berhenti dahulu. Sementara itu, dirinya mengetahui dan tergabung di dalam kegiatan Jumat Berkah. Baginya kegiatan tersebut positif dan bagus.¹⁰⁰

Informan yang kedua puluh tiga adalah Ibu Siska S. Dirinya mengatakan baru pertama kali mendatangi UKM Mart. Alasannya karena ingin pergi ke ATM, jadi sekalian berbelanja. Pelayanan yang diberikan pegawai dinilai baik sekali dan bertanggung jawab. Oleh karena itu, dirinya mengatakan akan mendatangi kembali. Pada saat ini, dirinya sudah menerapkan praktik jual beli yang sesuai etika bisnis Islam, tetapi belum sepenuhnya. Mengenai produknya, dia belum mencobanya tetapi dapat menilai bahwa produknya terlihat enak dan harganya sesuai, dilihat pada bahan yang digunakannya. Dirinya belum mengetahui dan belum pernah berbelanja di UKM Mart secara *online* karena menurutnya UKM Mart kurang melakukan promosi dan sosialisasi. Pada penggantian uang kembalian menjadi suatu produk atau didonasikan, menurutnya tidak ada masalah jika konsumennya ikhlas tetapi harus izin dahulu dan adanya komunikasi sebelumnya. Ketika berbelanja, dirinya tidak menerima struk pembelian dari pegawainya. Dirinya mengatakan akan membolehkan pegawainya untuk melaksanakan *shalat* atau menutup tokonya dahulu ketika azan telah berkumandang. Pada kegiatan Jumat Berkah dirinya

¹⁰⁰ Wawancara dengan Ibu Aan Sunengsih, Konsumen UKM Mart, pada tanggal 31 Maret 2022, di UKM Mart Koperasi Bina Warga Sejahtera, Teluk Pucung, Bekasi.

mengatakan bahwa sebenarnya jika ingin bersedekah boleh kapan saja, tetapi lebih baik di hari Jumat, karena ada hadisnya, lebih berkah, dan lebih bagus untuk mencari pahala.¹⁰¹

Informan yang kedua puluh empat adalah Bapak Acim. Dirinya mengatakan sering mendatangi UKM Mart sekitar sebulan sekali. Alasannya karena UKM Mart tempatnya nyaman dan bagus. Menurutnya, pelayanan yang diberikan bagus, ramah, dan bertanggung jawab. Dirinya merasa bebas dan nyaman berbelanja di UKM Mart, karena dapat menjadi tempat beristirahat dan berteduh ketika cuaca sedang panas. Produk yang ditawarkan pun lengkap, kualitasnya bagus, dan harganya juga murah. Terkadang dirinya mendonasikan uang kembaliannya dan tidak ada masalah dengan hal itu. Dirinya mengatakan selalu menerima struk pembelian. Ketika azan berkumandang, dirinya akan menunggu karena biasanya pegawainya sedang istirahat dan *shalat*.¹⁰²

Informan yang kedua puluh lima adalah Ibu Sri Rahayu. Dirinya sering mendatangi UKM Mart karena harga produknya tidak terlalu tinggi, terjangkau, dan membantu usaha-usaha kecil lainnya agar berkembang. Dirinya mengatakan bebas memilih produk yang diinginkan serta pelayanannya bagus, baik, respon, profesional, dan menjelaskan produk yang tidak dipahami oleh konsumen. Praktik jual beli yang sesuai etika bisnis Islam menurutnya adalah memakai produk-produk yang halal

¹⁰¹ Wawancara dengan Ibu Siska S., Konsumen UKM Mart, pada tanggal 31 Maret 2022, di UKM Mart Koperasi Bina Warga Sejahtera, Teluk Pucung, Bekasi.

¹⁰² Wawancara dengan Bapak Acim, Konsumen UKM Mart, pada tanggal 31 Maret 2022, di UKM Mart Koperasi Bina Warga Sejahtera, Teluk Pucung, Bekasi.

saja. Dirinya mengaku sudah pernah menggunakan jasa UKM Mart, yakni perpanjangan STNK. Hasil pada jasa tersebut lancar dan harganya disesuaikan dengan lingkungannya. Selain itu, dirinya pun sudah pernah berbelanja di UKM Mart via *online*, dan menurutnya iklan yang ditampilkan tidak jauh berbeda dari produk aslinya. Baginya, dalam menggantikan uang kembalian menjadi suatu produk atau didonasikan, penjual harus menanyakan dan mengomunikasikan dahulu kepada pembelinya, sehingga sesuai dengan kesepakatan. Jika dirinya berbelanja ketika azan berkumandang maka pegawainya akan menjalankan ibadah dahulu secara bergantian. Dirinya pun mengetahui dan pernah mengikuti kegiatan Jumat Berkah di UKM Mart, baginya kegiatan tersebut bagus karena bisa merangkul masyarakat dan lingkungan yang kekurangan.¹⁰³

Informan yang kedua puluh enam bernama Lutfia Aini. Dirinya sering mendatangi UKM Mart. Menurutnya pegawainya telah melayani dengan ramah, bertanggung jawab dan peduli dengan produk-produknya yang tertata rapi, sehingga memudahkan dalam mencarinya. Dirinya sedikit mengetahui tentang praktik jual beli yang sesuai dengan etika bisnis Islam. Dia kurang mengetahui dan kurang bisa menilai kesesuaian antara kualitas, kuantitas, dan harga dari produk UKM Mart. Pendapatnya berdasarkan pengalaman dalam bertransaksi via *online* bahwa iklan UKM Mart menarik dan sesuai dengan produk aslinya. Dirinya tidak masalah tentang penggantian uang kembali dengan suatu

¹⁰³ Wawancara dengan Ibu Sri Rahayu, Konsumen UKM Mart, pada tanggal 1 April 2022, di UKM Mart Koperasi Bina Warga Sejahtera, Teluk Pucung, Bekasi.

produk atau didonasikan. Dalam belanja di UKM Mart, dirinya jarang melakukannya ketika azan berkumandang dan ketika pada kondisi tersebut maka dirinya akan menunggu dahulu dan beristirahat. Baginya kegiatan Jumat Berkah itu baik dan lebih meringankan.¹⁰⁴

Informan yang kedua puluh tujuh adalah Bapak Ferro Mesara. Dirinya sudah mendatangi UKM Mart sekitar tiga atau empat kali. Alasannya untuk mengetahui produk-produk baru karena UKM Mart ini kebanyakan produk yang berasal dari wilayah sekitar. Baginya, pelayanan yang diberikan baik, sopan, santun, ramah, dan jika ada barang yang rusak maka diganti dengan yang baik. Dirinya pun merasa bebas, nyaman, dan aman berbelanja di UKM Mart karena ruangnya sejuk dan tidak perlu khawatir kehilangan sesuatu. Sebagai konsumen, dirinya menerapkan praktik jual beli dengan tidak membeli barang-barang yang tidak halal. Persepsinya tentang produk UKM Mart dinilai belum lengkap karena hanya untuk mengembangkan UMKM dan untuk jasa cukup banyak seperti perpanjangan STNK dan perbaikan AC. Dirinya pun belum bisa menilai tentang kesesuaian antara harga, kualitas, dan kuantitasnya. Pada penggantian uang kembalian, dirinya mengatakan jika pembeli mengizinkan maka dirinya merasa tidak ada masalah. Ketika azan berkumandang, maka dirinya dan pegawai UKM Mart akan melaksanakan *shalat* dahulu. Kegiatan Jumat Berkah dinilai dapat membantu dan meringankan orang lain karena hanya dengan uang dua

¹⁰⁴ Wawancara dengan Lutfia Aini, Konsumen UKM Mart, pada tanggal 1 April 2022, di UKM Mart Koperasi Bina Warga Sejahtera, Teluk Pucung, Bekasi.

ribu bisa menjadi makanan untuk membantu orang yang membutuhkan. Jadi, selain membantu para UMKM, UKM Mart juga dapat membantu orang yang membutuhkan.¹⁰⁵

Informan yang kedua puluh delapan adalah Bapak Agus Pranoto. Dirinya sudah mendatangi UKM Mart kurang lebih sebanyak dua kali. Alasannya karena produknya baru dan termasuk bidang usaha di wilayahnya. Mengenai pelayanannya, dia menilai pegawainya dapat membaur serta menerima dan menyambut konsumen dengan baik. Dirinya merasa nyaman karena ruangnya ber-AC. Praktik jual beli yang diterapkan oleh UKM Mart dinilai telah sesuai dengan etika bisnis Islam karena semua produknya halal serta kualitas dan kuantitasnya sesuai dengan harganya. Pada jual beli *online* di UKM Mart, dirinya pernah melakukannya dan sesuai dengan produk aslinya. Pada uang kembalian pun dikembalikan sesuai dengan nominalnya. Ketika azan berkumandang, baik pegawai maupun konsumennya akan melakukan *shalat* dahulu, setelah itu kembali lagi ke UKM Mart. Persepsinya tentang kegiatan Jumat Berkah dinilai bagus dan sesuai dengan syariat Islam karena telah menyisihkan rezekinya.¹⁰⁶

Informan yang kedua puluh sembilan adalah Ibu Nining Ratna Ningsih. Dirinya baru pertama kali mendatangi UKM Mart. Alasannya karena mau mengurus paspor, jadi dirinya sekalian berbelanja di UKM

¹⁰⁵ Wawancara dengan Bapak Ferro Mesara, Konsumen UKM Mart, pada tanggal 2 April 2022, di UKM Mart Koperasi Bina Warga Sejahtera, Teluk Pucung, Bekasi.

¹⁰⁶ Wawancara dengan Bapak Agus Pranoto, Konsumen UKM Mart, pada tanggal 2 April 2022, di UKM Mart Koperasi Bina Warga Sejahtera, Teluk Pucung, Bekasi.

Mart. Baginya, produknya bagus serta penjaganya ramah dan baik. Dirinya mengatakan tidak ada masalah dengan penggantian uang kembalian menjadi suatu produk atau didonasikan. Dirinya juga mengatakan tidak diberikan struk pembelian. Ketika azan berkumandang, dirinya mengatakan harus menghormatinya dan beristirahat dahulu.¹⁰⁷

Informan yang ketiga puluh adalah Bapak Hasan Abdurrahman. Dirinya baru pertama kali mendatangi UKM Mart. Alasannya karena ketika melewati UKM Mart, dia penasaran dengan produk yang dijual oleh UKM Mart. Pelayanannya dinilai baik, ramah, sopan, menjelaskan produk yang tidak diketahui oleh konsumen, dan sangat bertanggung jawab karena dirinya tidak melihat produk yang kedaluwarsa serta penataannya yang rapi. Dirinya mengetahui beberapa praktik jual beli yang sesuai etika bisnis Islam, seperti tidak menimbun barang dan jual beli produk yang berlogo halal MUI. Menurutnya, dia dan UKM Mart sudah menerapkannya. Pada produk UKM Mart, dirinya mengatakan bahwa rasanya enak, namun untuk harganya cukup mahal. Dirinya mengaku telah merasa dirugikan karena masalah uang kembalian yang tidak dikembalikan. Menurutnya pada hukum muamalah suatu toko termasuk minimarket harus menyediakan uang recehan untuk kembalian karena barangkali pembelinya membutuhkan uang tersebut untuk dibelanjakan kembali. Selain itu, dirinya pun mengatakan tidak diberikan struk pembelian ketika berbelanja di UKM Mart. Dirinya mengaku telah

¹⁰⁷ Wawancara dengan Ibu Nining Ratna Ningsih, Konsumen UKM Mart, pada tanggal 6 April 2022, di UKM Mart Koperasi Bina Warga Sejahtera, Teluk Pucung, Bekasi.

berbelanja di UKM Mart ketika azan berkumandang. Begitu pula pada konsumen yang datang setelahnya dan mereka tetap dilayani oleh pegawainya.¹⁰⁸

2. Persepsi Konsumen Tentang Penerapan Etika Bisnis Islam pada Praktik Jual Beli di UKM Mart Koperasi Bina Warga Sejahtera Teluk Pucung Bekasi

Berdasarkan hasil data yang peneliti peroleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, maka dapat diketahui persepsi konsumen tentang penerapan etika bisnis Islam pada praktik jual beli di UKM Mart Koperasi Bina Warga Sejahtera Teluk Pucung Bekasi sebagai berikut.

a. Kesatuan (*At-Tauhid/Unity*)

1) Agama (Ibadah)

Pada hasil wawancara kepada 30 orang konsumen, diketahui bahwa konsumen mempersepsikan praktik jual beli di UKM Mart belum sepenuhnya menerapkan prinsip kesatuan (*at-tauhid/unity*) pada bidang agama (ibadah). Hal ini karena hanya sebanyak 23 orang konsumen yang mengatakan UKM Mart telah menerapkan prinsip ini, yakni dengan menghentikan seluruh aktivitas bisnisnya ketika azan berkumandang dan menjalankan shalat wajib tepat waktu. Sedangkan pada tujuh orang konsumen lainnya mengatakan bahwa UKM Mart tetap melayani konsumen ketika azan sedang berkumandang.

¹⁰⁸ Wawancara dengan Bapak Hasan Abdurrahman, Konsumen UKM Mart, pada tanggal 8 April 2022, di UKM Mart Koperasi Bina Warga Sejahtera, Teluk Pucung, Bekasi.

2) Sosial (Tolong-menolong)

Pada bidang sosial (tolong-menolong), sebanyak empat orang konsumen mengatakan bahwa UKM Mart telah mengembangkan dan memajukan usaha para pelaku UMKM yang tergabung di dalamnya. Dari hasil penelitian, terdapat 17 orang konsumen yang mengetahui adanya kegiatan Jumat Berkah yang dilakukan oleh UKM Mart bahkan ada yang tergabung di dalamnya. Mereka menilai kegiatan tersebut adalah kegiatan yang bagus dan bermanfaat karena dapat menyisihkan rezekinya untuk membantu orang yang membutuhkan. Hal ini merupakan salah satu etika bisnis yang sesuai dengan syariat Islam. Sedangkan pada 13 orang konsumen sisanya tidak mengetahui adanya kegiatan Jumat Berkah yang dilakukan oleh UKM Mart, sehingga mereka tidak dapat memberikan persepsinya.

3) Ekonomi (Ijab Kabul)

Sementara hanya sebanyak delapan orang konsumen yang mengatakan secara langsung bahwa UKM Mart telah menerapkan prinsip kesatuan pada bidang ekonomi (ijab kabul), karena kondisi barangnya ada dan terlihat semua, akad-akad dan harganya jelas, serta membayar sesuai dengan harganya, baik tunai maupun menggunakan QRIS. Dengan melihat harga yang tertera berarti konsumen sudah sepakat dengan harga tersebut. Sedangkan pada 22 orang konsumen lainnya tidak memberikan persepsinya tentang ini.

Jadi, dapat peneliti simpulkan bahwa konsumen mempersepsikan praktik jual beli di UKM Mart belum sepenuhnya menerapkan prinsip kesatuan (*at-tauhid/unity*) pada bidang agama (ibadah), karena masih terdapat konsumen yang mengaku bahwa UKM Mart tetap melayani konsumen ketika azan sedang berkumandang yang mengartikan bahwa UKM Mart mendahulukan kepentingan bisnisnya daripada kepentingan ibadahnya.

Sementara pada bidang sosial (tolong-menolong) lebih banyak yang mengetahui dan pernah tergabung di dalam kegiatan Jumat Berkah yang dilakukan oleh UKM Mart, daripada yang tidak mengetahui dan tidak dapat memberikan persepsinya. Hal ini membuktikan bahwa UKM Mart telah menerapkan prinsip kesatuan (*at-tauhid/unity*) pada bidang sosial (tolong-menolong), yakni adanya kegiatan Jumat Berkah.

Adapun pada bidang ekonomi (ijab kabul), terdapat beberapa konsumen mengatakan secara langsung bahwa UKM Mart telah menerapkan prinsip kesatuan (*at-tauhid/unity*) dengan melakukan ijab kabul yang benar, sedangkan pada konsumen lainnya tidak memberikan persepsinya tentang ini.

b. Keseimbangan (*Al-‘Adalah/Equilibrium*)

1) Kesesuaian Harga

Menurut konsumen dari hasil wawancara peneliti, sebanyak 26 orang konsumen mengatakan bahwa harga yang ditawarkan terjangkau dan sudah sesuai dengan bahan dan kemasan produknya.

Sama halnya dengan jasa yang ditawarkan oleh UKM Mart, salah satu konsumen pengguna jasa tersebut mengatakan bahwa hasilnya lancar dan harganya disesuaikan dengan lingkungannya. Bahkan dua orang konsumen mengatakan bahwa harga yang ditawarkan oleh UKM Mart lebih murah daripada minimarket lainnya. Namun, terdapat tiga orang konsumen yang merasa bahwa harga yang ditawarkan terlalu tinggi daripada produk-produk serupa di tempat lain. Salah satu konsumen mengatakan bahwa seharusnya harga yang ditawarkan oleh UKM Mart lebih terjangkau dan memasyarakat. Adapun satu orang konsumen yang belum bisa menilai kesesuaian harga dengan produk atau jasa yang ditawarkan.

2) Pelayanan

Sehubungan dengan hasil wawancara kepada 30 orang konsumen, sudah menerapkan prinsip keseimbangan (*al-adalah/equilibrium*) pada aspek pelayanan. Adapun di antaranya sebanyak 27 orang konsumen mengatakan bahwa pegawai UKM Mart telah melayani dan menyambut dengan baik, 19 orang konsumen mengatakan ramah, lima orang konsumen mengatakan sopan dan santun, serta empat orang konsumen mengatakan pegawainya dapat menjelaskan produk yang tidak diketahui oleh konsumen. Sehingga empat orang konsumen mengatakan secara langsung bahwa dirinya puas dengan pelayanan yang diberikan dan

tidak merasa dirugikan karena telah membeli produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

3) Pemberian Hak Konsumen

Menurut hasil wawancara kepada 30 orang konsumen UKM Mart, terdapat dua orang konsumen pernah merasa dirugikan ketika melakukan praktik jual beli di UKM Mart karena tidak ada yang melayani dan tidak adanya uang kecil untuk kembalian.

Di sisi lain, terdapat 28 orang konsumen mengaku belum pernah merasa dirugikan, bahkan dua orang konsumen di antaranya merasa diuntungkan ketika belanja di UKM Mart. Hal tersebut dikarenakan UKM Mart telah menyediakan produk yang didapatkan dengan mudah, dekat, cepat, nyaman, dan sesuai kebutuhan.

Jadi, dapat peneliti simpulkan bahwa konsumen mempersepsikan praktik jual beli di UKM Mart belum sepenuhnya menerapkan prinsip keseimbangan (*al-'adalah/equilibrium*) pada aspek kesesuaian harga, karena masih terdapat beberapa konsumen yang mengatakan bahwa harga yang diberikan kurang sesuai dengan produknya dan terdapat satu orang konsumen yang belum bisa menilai kesesuaian harga produk tersebut.

Sementara pada aspek pelayanan, semua konsumen mempersepsikan bahwa UKM Mart telah menerapkan prinsip keseimbangan (*al-'adalah/equilibrium*) dan beberapa konsumen pun mengatakan secara langsung rasa kepuasan pelayanan yang diberikan oleh UKM Mart.

Berbeda dengan aspek pemberian hak konsumen, konsumen mempersepsikan bahwa UKM Mart belum sepenuhnya menerapkan prinsip keseimbangan (*al-'adalah/equilibrium*) karena masih terdapat beberapa konsumen yang dirugikan pada sisi waktu dan penggantian uang kembalian menjadi suatu barang atau didonasikan.

c. Kehendak Bebas (*Hurriyyatul Iradah/Free Will*)

1) Menentukan Keuntungan

Pada hasil wawancara kepada konsumen, ada yang mengatakan bahwa dalam mengambil keuntungan tidak ada batasannya. Namun, ada beberapa konsumen lain yang mengatakan bahwa dalam mengambil keuntungan tidak boleh terlalu tinggi. Bahkan ada salah satu konsumen yang mengatakan bahwa tidak boleh mengambil keuntungan melebihi 20% dari harga beli.

Jika dilihat dari faktanya bahwa keuntungan yang didapat oleh UKM Mart pada setiap produknya berkisar antara 15% s.d. 30%, maka konsumen telah mempersepsikan secara tidak langsung bahwa UKM Mart belum sepenuhnya menerapkan prinsip kehendak bebas dalam hal mendapatkan keuntungan.

2) Kebebasan Konsumen

Pada 30 orang konsumen, semua konsumen mengaku merasa bebas dan nyaman belanja di UKM Mart karena dapat memilih produk yang diinginkan tanpa diawasi oleh pegawainya. Namun, jika kita tidak mengetahui dan membutuhkan bantuan maka pegawai

UKM Mart akan membantu dalam menjelaskan produk-produknya secara rinci.

Adapun 30 orang konsumen yang mengaku merasa bebas dan nyaman, diantaranya 21 orang konsumen karena pelayanan yang diberikan, sembilan orang konsumen karena fasilitasnya, tiga orang konsumen karena produknya, dua orang konsumen karena sudah sering belanja di UKM Mart dan sudah akrab, serta dua orang konsumen sisanya tidak mengatakan alasannya secara spesifik.

Selain itu, UKM Mart telah memberikan kebebasan dalam melakukan pembayaran, serupa dengan pernyataan beberapa konsumen yang mengatakan bahwa pembayaran di UKM Mart dapat dilakukan secara tunai maupun menggunakan QRIS.

Jadi, dapat peneliti simpulkan bahwa konsumen mempersepsikan praktik jual beli di UKM Mart belum sepenuhnya menerapkan prinsip kehendak bebas (*hurriyatul iradah/free will*) pada aspek menentukan keuntungan karena penentuan keuntungan yang terlalu besar. Berbeda halnya dengan aspek kebebasan konsumen, karena semua konsumen merasa bebas dan nyaman ketika melakukan praktik jual beli di UKM Mart baik dari segi produk, pelayanan, maupun cara pembayarannya.

d. Tanggung Jawab (*Al-Mas'uliyah/Responsibility*)

1) Penentuan Harga

Berdasarkan hasil wawancara kepada konsumen, diketahui bahwa 23 orang konsumen merasa tidak ada masalah dengan

penggantian uang kembalian menjadi suatu produk atau didonasikan. Hal ini dikarenakan para konsumen tersebut telah memberikan izin dan sekalian beramal. Sehingga delapan orang konsumen mengatakan tidak masalah jika sudah meminta izin dan konsumen pun mengizinkan. Namun, terdapat lima orang konsumen lain yang merasa kecewa dan kurang menyetujui tindakan tersebut karena adanya kemungkinan untuk membelanjakan kembali uang kembalian tersebut. Sehingga UKM Mart harus menyediakan uang kecil untuk kembalian karena uang kembalian tersebut memang harus dikembalikan dalam bentuk uang dan bukan berbentuk produk lain. Sedangkan pada dua orang konsumen sisanya, mereka tidak mengetahui tindakan tersebut di UKM Mart dan tidak memberikan persepsinya tentang tindakan tersebut.

2) Kondisi Produk

Mengenai tanggung jawab UKM Mart terutama pada pegawai UKM Mart, para konsumen mengatakan bahwa pegawai UKM Mart memiliki tanggung jawab yang baik seperti 13 orang konsumen yang mengatakan tanggung jawab pada pelayanannya, tiga orang konsumen mengatakan pada produk, dua orang konsumen pada harga, dan 13 orang konsumen tidak mengatakan secara spesifik. Di antaranya seperti menerangkan dan memberikan label harga produk di rak secara rapi, sesuai dengan harga yang di kasir, selalu memperhatikan keinginan konsumen, produk yang tersedia tidak

kedaluwarsa, barang yang diberikan sesuai dengan pemesanan, jika barang yang diterima rusak maka akan diganti dengan yang baik, dan diberikan bukti pembelian berupa struk pembelian.

Pada pemberian struk belanja tersebut, sebanyak 17 orang konsumen selalu mendapatkan struk setelah belanja di UKM Mart. Namun menurut sembilan orang konsumen tidak selalu mendapatkan struk belanja dan empat orang konsumen lainnya mengaku tidak pernah mendapatkan struk belanja setelah belanja di UKM Mart. Hal tersebut bisa dikarenakan mesin pencetak struk sedang rusak atau stok kertas struk yang sedang habis.

Jadi, dapat peneliti simpulkan bahwa konsumen mempersepsikan praktik jual beli di UKM Mart belum sepenuhnya menerapkan prinsip tanggung jawab (*al-mas'uliyah/responsibility*) pada aspek penentuan harga. Hal tersebut karena masih terdapat beberapa konsumen yang mengaku pernah mengalami masalah dengan uang kembalian ketika melakukan praktik jual beli di UKM Mart dan mereka pun merasa kecewa dan dirugikan akan hal itu.

Adapun pada aspek mengenai kondisi produk semua konsumen mengatakan bahwa UKM Mart memiliki tanggung jawab yang baik dari segi pelayanan, produk, dan harganya yang dibuktikan dengan pemberian struk pembelian. Namun, terdapat beberapa konsumen yang mengaku tidak selalu diberikan bahkan tidak pernah diberikan struk pembelian.

- e. Kebenaran (*Haqiqatan/Truth*) berupa Kebajikan dan Kejujuran (*Ihsan/Benevolence* dan *Amanah/Honesty*)

1) Kebenaran Tentang Produk

Sehubungan pada hasil wawancara peneliti kepada 30 orang konsumen, di antaranya ada yang mengatakan bahwa UKM Mart telah menjual produk sesuai dengan harganya yang tertera di rak, mengomunikasikan uang kembalian yang tidak bisa dikembalikan karena tidak memiliki uang pecahan kecil, menjelaskan produknya secara rinci, menunjukkan kualitas produk yang baik, dan memberitahukan kepada konsumen jika kualitas produknya sudah kurang baik.

2) Kebenaran Tentang Iklan

Serupa dengan hasil wawancara kepada konsumen bahwa empat orang konsumen telah mengetahui dan pernah menjadi konsumen UKM Mart via *online*, 14 orang konsumen belum pernah serta tidak mengetahuinya, dan 12 orang konsumen sisanya belum pernah menjadi konsumen via *online* tetapi mengetahuinya. Berdasarkan hasil wawancara kepada konsumen pula, diketahui bahwa sebanyak 15 orang konsumen mengatakan iklan dan foto produk yang ada di media sosial UKM Mart sudah dideskripsikan sesuai dengan produk aslinya. Hal tersebut dibuktikan dengan penglihatannya secara langsung pada produk di toko dan penerimaan produk setelah memesannya. Sedangkan pada 15 orang konsumen sisanya, mengaku

tidak mengetahui dan memperhatikan iklan dan foto produk di media sosial UKM Mart.

Jadi, dapat peneliti simpulkan bahwa konsumen mempersepsikan praktik jual beli di UKM Mart sudah menerapkan prinsip kebenaran (*haqiqatan/truth*) berupa kebajikan dan kejujuran (*ihsan/benevolence* dan *amanah/honesty*). Pada aspek kebenaran tentang produk, UKM Mart menjelaskan produk secara terbuka dan rinci, tanpa ada yang dirahasiakan. Sama halnya dengan kebenaran tentang iklan UKM Mart yang dideskripsikan sesuai dengan produk aslinya.