

Resiliensi Etis Pedagang Muslim dalam Mempertahankan Nilai-Nilai Islam di Era Digital: Studi Fenomenologi

Soni Sahara^{1*}, Widya Ningsih², Intan Kumala Sari³, Agus Fakhruddin⁴

Universitas Pendidikan Indonesia¹²³⁴

sonisahara9032@gmail.com

*

*Correspondence: sonisahara9032@gmail.com | <https://journal.aira.or.id/mumtaz> | Submission
Received : 01-06-2026; Revised : 13-07-2026; Accepted : 29-07-2026; Published : 31 -07-2026

Abstract

This study aims to analyze how spiritual coping and the market ecosystem actively shape the ethical resilience of modern Muslim merchants in maintaining sharia principles amidst contemporary market dynamics. The research method employed is qualitative with a phenomenological approach. Data were gathered through in-depth interviews with eight Muslim merchant informants around a university area in Bandung who have a minimum of four years of trading experience. Informants include micro-entrepreneurs in the culinary, basic necessities (staple food), and clothing sectors, selected via purposive sampling, and then analyzed using the Interpretative Phenomenological Analysis (IPA) technique. The research findings reveal specific adaptive strategies: price resistance as a manifestation of the value of ihsan and a shifting system (alternating shifts) to maintain worship consistency. Merchants internalize the principles of tauhid and muraqabah as internal controls for maintaining honesty. Furthermore, independent spiritual management, such as dhikr and prayer, serves as a shielding instrument against economic pressure, while a tawakal attitude enables adaptation to the digitalization of transactions. The results provide practical contributions for business actors and market managers to build an economic ecosystem that supports the balance between material achievement and religious consistency.

Keywords: Digitalization, Ethical Resilience, Ihsan, Phenomenology, Tauhid

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana manajemen batin (*spiritual coping*) dan ekosistem lingkungan pasar secara aktif membentuk resiliensi etis pedagang Muslim modern dalam mempertahankan prinsip-prinsip syariah di tengah dinamika pasar kontemporer. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Data dihimpun melalui wawancara mendalam terhadap delapan informan pedagang muslim di sekitar perguruan tinggi di Bandung yang memiliki pengalaman berdagang minimal empat tahun. Informan mencakup pelaku usaha mikro di sektor kuliner, sembako, dan sandang yang dipilih

secara *purposive sampling*, kemudian dianalisis menggunakan teknik *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA). Temuan penelitian mengungkap adanya strategi adaptif spesifik berupa praktik resistensi harga sebagai wujud nilai ihsan dan sistem *shifting* (bergantian jaga) untuk menjaga konsistensi ibadah. Pedagang menginternalisasi prinsip *tauhid* dan *muraqabah* sebagai kontrol internal dalam menjaga kejujuran. Selain itu, manajemen spiritual mandiri seperti zikir dan doa berfungsi sebagai instrumen pelindung (*shielding instrument*) dalam menghadapi tekanan ekonomi, sementara sikap tawakal memungkinkan adaptasi terhadap digitalisasi transaksi. Hasil penelitian memberikan kontribusi praktis bagi pelaku usaha dan pengelola pasar untuk membangun ekosistem ekonomi yang mendukung keseimbangan antara pencapaian materi dan konsistensi religiusitas.

Kata kunci: Digitalisasi, Fenomenologi, Ihsan, Resiliensi Etis, Tauhid

1. PENDAHULUAN

Perdagangan menempati kedudukan istimewa dalam Islam, di mana aktivitas mencari nafkah dipandang sebagai bentuk ibadah jika dijalankan sesuai syariat serta meneladani Rasulullah SAW sebagai pedagang yang jujur. Sejalan dengan hal tersebut, Nabi Muhammad SAW dikenal sebagai pedagang profesional yang membangun kepercayaan masyarakat melalui kejujuran sebagai pondasi utama bisnisnya. Di Indonesia, keberadaan pedagang Muslim adalah unsur penting dalam menghasilkan kesejahteraan ekonomi masyarakat melalui ribuan pasar tradisional yang tersebar di seluruh provinsi (Khusnul, 2023). Kondisi empiris ini terlihat jelas pada ekosistem pedagang Muslim di salah satu kawasan perguruan tinggi di Bandung. Keberadaan para pelaku usaha mikro yang beraktivitas di sekitar masjid kampus ini menjadi urat nadi ekonomi lokal sekaligus cerminan nyata dari interaksi antara ruang publik-komersial dengan ruang spiritual. Sesuai dengan tuntunan syariat, pelaku usaha ini secara normatif harus tinggi integritas melalui sifat *shiddiq* (kejujuran), *amanah*, *fathanah*, *tabligh* sebagai syarat utama untuk mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat. Namun, dalam kenyataannya, usaha untuk tetap konsisten seringkali memicu kecenderungan untuk mengabaikan aturan syariat demi mendapatkan keuntungan material secara cepat, sehingga menciptakan jarak yang signifikan antara nilai-nilai ideal dengan praktik di dunia nyata (Nafik, 2016).

Tantangan ini semakin kompleks dengan adanya arus digitalisasi transaksi melalui sistem seperti QRIS yang kini mulai diadopsi oleh para pedagang di kawasan urban, termasuk di sektor informal sekitar kampus Bandung. Meskipun bertujuan meningkatkan efisiensi, digitalisasi justru menghadirkan dilema likuiditas harian bagi pedagang mikro karena adanya jeda waktu (*time lag*) dalam pencairan dana digital. Di lapangan, jeda pencairan dana ini berisiko mengganggu siklus modal harian pedagang yang sangat bergantung pada ketersediaan uang tunai seketika sebagai oksigen operasional usaha mereka. Kondisi tersebut sering kali memicu beban psikologis dan keraguan etis, terutama ketika pendapatan menurun di tengah desakan kebutuhan keluarga (Nurhayat & I, 2026). Menariknya, untuk memitigasi ketegangan ini, para pedagang Muslim mengembangkan mekanisme koping melalui manajemen spiritual mandiri seperti zikir, doa, dan tilawah. Praktik transendental ini berfungsi sebagai instrumen pelindung (*shielding instrument*) yang menjaga stabilitas emosional serta integritas etis mereka agar tetap konsisten (*istiqamah*) di jalur yang benar (Nafik, 2016). Keteguhan ini didorong oleh rasa takut (*khauf*) akan hilangnya keberkahan rezeki dan pengawasan langsung dari Allah SWT (*muraqabah*).

Meskipun dinamika batin dan integritas pedagang merupakan aspek krusial, sejumlah penelitian terdahulu cenderung baru mengkaji isu ini dari perspektif yang lebih luas. Sebagai contoh, Akmal, (2013) yang meneliti pengaruh religiusitas terhadap etika bisnis, serta Tiakoly & Wahab, (2019) mengenai internalisasi nilai SAFT yaitu *shiddiq*, *amanah*, *Fathanah*, *Tabligh* keadilan di dalam pasar tradisional. Putra & Sawarjuwono, (2019) juga menyoroti dilema etis

akibat tekanan penertiban, sementara (Athaya, 2022) menemukan bahwa orientasi nilai Islam menjadi fondasi strategi bertahan selama pandemi. Namun, mayoritas literatur tersebut masih menitikberatkan pada perilaku etis eksternal dalam interaksi pasar.

Penelitian ini mengisi celah (*research gap*) literatur terdahulu yang belum mengintegrasikan problematika digitalisasi dengan dinamika batin pedagang melalui pendekatan fenomenologi, serta mengabaikan pengaruh ekosistem fisik-spasial pasar. Kebaruan (*novelty*) artikel ini terletak pada pengungkapan strategi adaptif spesifik yang belum tersentuh sebelumnya, yaitu praktik resistensi harga sebagai wujud nilai Ihsan dan Sistem Shifting (bergantian jaga) untuk menjaga integritas ibadah. Melalui pendekatan fenomenologi, penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana manajemen batin (*spiritual coping*) dan ekosistem lingkungan pasar secara aktif membentuk resiliensi pedagang Muslim modern dalam mempertahankan nilai-nilai Islam di tengah dinamika pasar kontemporer. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dalam memperkaya literatur mengenai perpaduan strategi manajemen spiritual dan adaptasi praktis untuk memperkuat resiliensi etis pedagang di era digital (Maharani, 2025). Secara praktis, temuan ini diharapkan menjadi panduan bagi pelaku usaha dan pengelola pasar untuk membangun ekosistem ekonomi yang mendukung keseimbangan antara pencapaian materi dan konsistensi nilai-nilai ibadah.

2. TINJAUAN LITERATUR

2.1 Teori Etika Bisnis Islam dan Maqashid Sharia

Etika Bisnis Islam dalam penelitian ini tidak dipandang sebagai dogma moral normatif yang statis, melainkan sebagai sistem nilai konseptual yang mengarahkan etos kerja ekonomi pelaku pasar. Secara sosiologis, dinamika moralitas ini sejalan dengan tesis klasik Max Weber (1905) mengenai *Religious Ethic*, yang menyatakan bahwa doktrin keagamaan memiliki pengaruh besar dalam membentuk rasionalitas dan perilaku ekonomi pemeluknya. Namun, berbeda dengan kapitalisme Weberian yang berorientasi pada akumulasi modal tanpa batas (*capital accumulation*) (Weber, 1905), orientasi ekonomi Islam dikendalikan oleh koridor *Maqashid Sharia* atau tujuan kemaslahatan hukum Islam (Nafik, 2016). Melalui kerangka ini, aktivitas perdagangan tidak hanya digerakkan untuk mencari keuntungan sepihak, tetapi harus bermuara pada perlindungan hak dasar manusia dan membawa kebaikan bagi sesama (*maslahah*).

Guna menjembatani teori besar tersebut dengan realitas empiris di lapangan, penelitian ini mengadopsi lima prinsip utama etika bisnis Islam dari Lestari & Jubaedah, (2023), yaitu kesatuan (*unity*), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*), dan kebenaran (*truth*). Kelima prinsip tersebut kemudian diturunkan menjadi dimensi operasional serta indikator nyata di lapangan untuk melihat hubungannya dengan fenomena resiliensi pedagang. Alur operasionalisasi konsep dan hubungannya dengan nilai-nilai kemaslahatan tersebut disajikan secara rinci pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1 Matriks Operasionalisasi Teori Etika Bisnis Islam dan Maqashid Sharia

No	Prinsip (Konsep)	Indikator Nyata di Lapangan	Hubungan dengan Fenomena Resiliensi Pedagang	Nilai Kemaslahatan (Maqashid Sharia)
1.	Kesatuan (<i>Unity</i>)	- Niat bekerja mencari nafkah sebagai ibadah. - Tetap mengutamakan waktu ibadah di tengah kesibukan berdagang.	Membantu pedagang tetap tenang, sabar, dan tidak mudah menyerah saat sepi pembeli.	Perlindungan Harta (<i>Hifzh al-Mal</i>)
2.	Keseimbangan (<i>Equilibrium</i>)	- Jujur dalam menggunakan takaran dan timbangan. - Menetapkan harga jual yang wajar dan tidak menipu pembeli.	Menjaga kepercayaan pelanggan agar usaha tetap bertahan dalam jangka panjang.	Perlindungan Harta (<i>Hifzh al-Mal</i>)
3.	Kehendak Bebas (<i>Free Will</i>)	- Bebas menentukan strategi jualan dan jenis produk baru. - Terbuka untuk belajar menggunakan teknologi jualan digital (seperti QRIS).	Membuat pedagang lebih kreatif dan cepat beradaptasi dengan perubahan zaman.	Perlindungan Harta (<i>Hifzh al-Mal</i>)
4.	Tanggung Jawab (<i>Responsibility</i>)	- Mau mendengarkan dan melayani komplain pembeli dengan ramah. - Berani mengakui jika ada barang dagangan yang cacat atau kurang baik.	Membentuk hubungan baik antara pedagang dan pelanggan setia.	Perlindungan Jiwa/Sosial (<i>Hifzh al-Nafs</i>)
5.	Kebenaran (<i>Truth</i>)	- Tidak menaikkan harga secara sewenang-wenang. - Tidak melakukan kecurangan untuk menjatuhkan pedagang lain.	Menjaga lingkungan pasar tetap sehat dan menghindari konflik antar-sesama pedagang.	Perlindungan Jiwa/Sosial (<i>Hifzh al-Nafs</i>)

Sumber: Diolah dari Weber (1905), Lestari & Jubaedah, (2023), serta Ryandono (2015)

2.2 Nilai-Nilai Islam dalam Perdagangan

Selain lima prinsip etika bisnis yang telah dibahas sebelumnya, kajian tentang nilai Islam dalam perdagangan juga bertumpu pada empat sifat utama Rasulullah SAW, yaitu *shiddiq* (jujur), *amanah* (terpercaya), *fathanah* (cerdas), dan *tabligh* (menyampaikan). Keempat nilai ini merupakan fondasi karakter pedagang Muslim yang ideal dan terbukti secara empiris memengaruhi keberhasilan serta keberkahan usaha dagang. Dalam konteks lapangan, Nandavita, (2025) menemukan bahwa sebagian besar pedagang Muslim di Pasar Koga Bandar Lampung telah menerapkan keempat sifat tersebut dalam aktivitas jual beli. Meskipun demikian, tingkat konsistensi penerapannya masih perlu ditingkatkan, terutama saat pedagang dihadapkan pada situasi persaingan pasar yang ketat. Sebagai penegasan teoretis, implementasi nilai-nilai keagamaan ini pada dasarnya merupakan wujud nyata dari etika keagamaan (*religious ethic*) yang memicu rasionalitas tindakan ekonomi pelaku usaha. Ringkasan mengenai konsep, dimensi, indikator, serta hubungan operasional nilai-nilai tersebut dengan fenomena resiliensi perdagangan disajikan dalam Tabel 2.

Tabel 2 Nilai-Nilai Islam dalam Perdagangan

Konsep Utama	Dimensi (Sifat Rasulullah)	Indikator Nyata di Lapangan	Hubungan dengan Fenomena Resiliensi dan Teori Klasik
Nilai-Nilai Islam dalam Perdagangan	<i>Shiddiq</i> (Jujur)	Menjelaskan kondisi kualitas barang apa adanya dan tidak menyembunyikan cacat produk.	Islamic Business Ethics melalui penerapan prinsip kebenaran (<i>truth</i>) berfungsi mengendalikan perilaku oportunistik pedagang dari praktik kecurangan demi keuntungan jangka pendek.
	<i>Amanah</i> (Terpercaya) & <i>Mas'uliyah</i> (Tanggung Jawab)	Menjaga ketepatan timbangan dan takaran serta menepati janji pengiriman atau stok barang ke pelanggan.	Maqashid Sharia pada aspek perlindungan harta (<i>Hifzh al-Mal</i>) terpenuhi melalui terjaganya kepercayaan (<i>trust</i>) konsumen yang menjadi kunci resiliensi usaha jangka panjang.
	<i>Fathanah</i> (Cerdas/Bijaksana)	Kreatif mencari solusi saat modal menipis serta bijak mengelola keuntungan untuk diputar kembali.	Max Weber (<i>Religious Ethic</i>) terbukti di lapangan melalui sifat cerdas yang memicu rasionalitas tindakan ekonomi, sehingga pedagang aktif berstrategi dan tidak pasrah pada keadaan.
	<i>Tabligh</i> (Menyampaikan)	Transparan dalam menginformasikan harga pasar.	Resiliensi Etis terbangun melalui keterbukaan informasi yang menciptakan komunikasi dua arah yang sehat sekaligus meminimalkan konflik horizontal antar-sesama pedagang.

Sumber: Adaptasi dari Weber (1905), Ryandono (2015), Lestari & Jubaedah (2023), dan Nandavita, (2025)

2.3 Teori Religiusitas dan Perilaku Bisnis Muslim

Religiusitas dalam konteks Islam bukan sekadar rutinitas ritualitas formal, melainkan sebuah manifestasi dari kedalaman penghayatan, internalisasi, dan pengamalan menyeluruh terhadap ajaran agama dalam seluruh lini kehidupan sehari-hari (Febriana, 2015). Secara teoretis, konstruk religiusitas Muslim merupakan sebuah konsep multidimensional yang mengintegrasikan tiga dimensi utama, yaitu keyakinan (*aqidah*), peribadahan (*shariah*), serta pengalaman spiritual (*akhlak* atau *ihsan*). Dalam dunia perdagangan, ketiga dimensi keberagamaan ini diturunkan ke dalam indikator nyata berupa tingkat konsistensi pelaku usaha dalam mempertahankan nilai-nilai moral di tengah hantaman tekanan ekonomi dan ketatnya persaingan pasar kontemporer (Nur et al., 2024).

Menurut Azhari (2026), pengaruh nyata religiusitas terhadap pembentukan perilaku bisnis Muslim digerakkan oleh orientasi motivasi intrinsik yang transendental, yang membedakannya secara fundamental dari sistem etika bisnis konvensional sekuler. Fondasi utama dari perilaku etis tersebut bertumpu pada pelurusan niat (*niyyah*) untuk mentransformasikan aktivitas perniagaan dari sekadar pemenuhan materi menjadi sarana ibadah guna mencari rida Allah SWT (Istiqomah, 2026). Kesadaran spiritual ini diperkuat oleh doktrin *muraqabah*, yaitu sebuah keyakinan batin yang mendalam bahwa Allah senantiasa mengawasi setiap gerak-gerik, ucapan, takaran, dan akad transaksi yang dilakukan. Dimensi transendental inilah yang mendorong pedagang Muslim untuk tetap menjaga integritas moral dan *istiqamah* dalam kejujuran, bahkan ketika berada dalam situasi yang bebas dari pengawasan eksternal maupun otoritas pasar. Dengan demikian, religiusitas berfungsi sebagai sistem kontrol sosial internal (*internal locus of control*) yang memitigasi tindakan oportunistik seperti kecurangan timbangan atau manipulasi kualitas barang (Maimunah, 2024).

Lebih jauh lagi, di era ekonomi modern yang sarat akan disrupti teknologi, tingkat religiusitas yang kokoh bertransformasi menjadi instrumen pelindung (*shielding instrument*) sekaligus strategi bertahan hidup (*survival strategy*) bagi spiritualitas pelaku usaha (Maimunah, 2024). Saat dihadapkan pada persaingan harga yang agresif, fluktuasi omzet, maupun tantangan digitalisasi transaksi seperti penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS), manifestasi keberagamaan ini melahirkan sikap tawakal dan *husnudzon* (prasangka baik), yang menjadi filter dalam memandang modernisasi sebagai sarana muamalah baru yang positif. Sikap transendental ini tidak hanya meredam ketegangan psikologis akibat ketidakpastian pendapatan pasar, tetapi juga secara aktif membentuk resiliensi etos ekonomi pedagang Muslim agar tetap inovatif dan adaptif tanpa harus menggadaikan prinsip-prinsip syariah demi keuntungan materi sesaat (Rahmah et al., 2021).

2.4 Teori Problematika Pedagang Muslim

Dalam praktiknya, mempertahankan nilai-nilai Islam di tengah kedinamisan pasar sering kali menghadapkan pedagang Muslim pada berbagai hambatan nyata yang menguji konsistensi (*istiqamah*) mereka. Secara teoretis, konsep problematika pedagang Muslim ini diturunkan ke dalam tiga dimensi tantangan utama, yaitu aspek ekonomi-persaingan, religius-moral, dan modernisasi-digitalisasi (Lestari & Jubaedah, 2023; Romadhon, 2025). Ketiga dimensi ini bermanifestasi menjadi indikator hambatan nyata di lapangan yang memicu benturan antara idealisme teoretis klasik dan realitas ekonomi, sebagaimana diuraikan di bawah ini.

2.4.1 Problematika Ekonomi dan Persaingan

Tekanan persaingan harga merupakan indikator tantangan nyata yang secara langsung menguji dimensi ekonomi pedagang Muslim di pasar tradisional. Dalam perspektif etika bisnis Islam (*Islamic business ethics*), persaingan yang agresif seperti penerapan sistem harga *dumping* atau manipulasi informasi oleh kompetitor memaksa pedagang Muslim berada dalam posisi dilematis (Zhorifi, Mutia, 2023). Benturan ini memicu problematika berat: pedagang harus memilih antara menurunkan standar etika demi mempertahankan omzet pasar eksternal, atau tetap patuh pada prinsip keadilan harga Islam (*adl* dan *ihsan*) dengan risiko kehilangan pelanggan secara signifikan (Fitri et al., 2024).

2.4.2 Problematika Religius dan Moral

Dimensi religius-moral pedagang Muslim paling sering diuji oleh indikator hambatan berupa keterbatasan waktu di tengah aktivitas perniagaan yang padat. Fenomena ini sejalan dengan tesis klasik Max Weber (1905) mengenai etos agama (*religious ethic*), di mana benturan antara rasionalitas ekonomi formal (keharusan melayani antrean pembeli saat jam ramai) dan tuntutan moralitas agama (kewajiban ibadah salat tepat waktu) menciptakan beban psikologis yang mendalam Astuti (2021). Kondisi dilematis ini melahirkan ketegangan batin (*role conflict*) akibat ketidakmampuan menyelaraskan peran ekonomi dan peran spiritual secara simultan.

2.4.3 Problematika Digitalisas Transaksi

Adopsi teknologi modern seperti penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) menghadirkan dimensi problematika baru yang berakar pada rendahnya literasi syariah digital pelaku usaha. Merujuk pada analisis Lanifa, Abinsabrina, (2025) dalam kerangka *maqashid sharia*, khususnya pilar perlindungan harta (*Hifzh al-Mal*), hambatan utama di lapangan muncul dalam bentuk keraguan etis terkait skema potongan biaya transaksi (*merchant discount rate/MDR*) yang dikhawatirkan mengandung unsur riba. Ketidapahaman mendalam terhadap implikasi fikih muamalah kontemporer inilah yang menjadi sumber resistensi dan

keraguan (*gharar*) pedagang, alih-alih karena keterbatasan teknis dari sistem operasional digital itu sendiri.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif dengan pendekatan Fenomenologi, khususnya menggunakan desain *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA) untuk mengungkap *lived experience* (pengalaman hidup) serta makna subjektif pedagang Muslim dalam mempertahankan nilai-nilai Islam di tengah arus digitalisasi transaksi (Creswell, 2014). Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*purposive*) di salah satu kawasan perguruan tinggi di Kota Bandung, dengan fokus spasial pada sektor pedagang mikro informal yang beroperasi di sekitar masjid kampus. Pemilihan lokus ini didasarkan pada pertimbangan strategis untuk mengamati secara langsung pengaruh lingkungan spasial-spiritual terhadap resiliensi etis mereka dalam aktivitas ekonomi sehari-hari.

Data primer penelitian diperoleh dari delapan orang informan yang ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*. Pembatasan jumlah informan sebanyak delapan orang ini diperkuat oleh landasan metodologis IPA dari Smith, (2009), yang menegaskan bahwa analisis fenomenologi interpretatif menuntut sampel yang kecil dan sangat homogen (*small, homogenously selected sample*) berkisar antara tiga hingga sepuluh informan. Karakter sampel yang terbatas ini krusial untuk menghasilkan analisis batiniah yang kaya, mendalam, dan mendetail pada tiap individu tanpa mengorbankan kualitas interpretasi psikologis penafsir. Kriteria inklusi informan yang ditetapkan meliputi pelaku usaha mikro Muslim aktif yang telah memiliki pengalaman berdagang di lokasi tersebut minimal empat tahun dengan sebuah durasi yang dinilai cukup untuk mengalami fase transisi dari ekosistem pasar pra-digitalisasi hingga era kewajiban penggunaan QRIS saat ini serta mengombinasikan sistem transaksi digital dan tunai dalam operasional harian mereka. Secara spesifik, delapan informan dalam penelitian ini merepresentasikan variasi usaha mikro informal yang homogen di sekitar kampus, yang terdiri atas: pedagang ritel makanan dan minuman BMT, pengelola kantin makanan, pemilik warung sembako dan sayuran, pedagang keripik keliling, pelaku usaha pisang goreng keju susu, reseller gorengan dan donat keliling, pedagang martabak telur, serta pemilik Toko yang menjual pakaian Muslim.

Instrumen utama dalam penelitian kualitatif ini adalah peneliti sendiri (*human instrument*) yang berfungsi sebagai perencana, pengumpul data, analisis, sekaligus penafsir seluruh fenomena di lapangan. Untuk memandu proses pengumpulan data agar tetap fokus namun fleksibel, peneliti menyusun instrumen pendukung berupa Panduan Wawancara Semiterstruktur (*Semi-structured Interview Guide*) yang berfokus pada dinamika batin terkait dilema likuiditas akibat *time lag* pencairan dana digital serta mekanisme koping spiritual mereka, yang dilengkapi dengan Lembar Log Observasi Perilaku. Proses pengumpulan data di lapangan dilakukan melalui dua teknik utama secara simultan. Pertama, wawancara mendalam (*in-depth interview*) dilaksanakan secara tatap muka untuk menggali narasi psikologis, beban emosional, dan refleksi transendental informan dalam bentuk zikir, doa, atau tilawah sebagai tameng pelindung konsistensi etis mereka. Kedua, observasi non-partisipan diterapkan di mana peneliti bertindak sebagai pengamat luar di sekitar area dagang informan tanpa terlibat dalam aktivitas jual beli. Observasi ini difokuskan secara spesifik untuk memvalidasi perilaku riil pedagang saat azan berkumandang dan waktu ibadah tiba, khususnya guna merekam tindakan nyata seperti penerapan sistem shifting (bergantian jaga) atau penutupan gerai sementara.

Seluruh data verbal hasil rekaman wawancara yang telah ditranskrip secara utuh (verbatim) kemudian dianalisis secara ketat melalui enam tahapan operasional IPA menurut Smith, (2009). Tahapan diawali dengan *reading and re-reading*, yaitu membaca transkrip berkali-kali sembari mendengarkan rekaman audio asli guna membangun keakraban mendalam dengan dunia batin informan. Langkah kedua adalah *initial noting*, berupa pemberian catatan awal yang bersifat deskriptif, linguistik, dan konseptual pada margin transkrip mengenai aspek psikologis-religiusitas yang muncul. Selanjutnya, pada tahap ketiga, peneliti menyusun tema-tema yang berkembang (*developing emergent themes*) dengan memadatkan catatan awal yang masif menjadi frasa yang menangkap esensi psikologis keagamaan informan. Tahap keempat dilakukan dengan mencari hubungan antartema (*searching for connections across emergent themes*) untuk memetakan dan mengelompokkan tema-tema tersebut ke dalam struktur hierarki atau tema superordinat, guna menemukan pola universal strategi adaptif praktis dan transendental pedagang. Proses ini kemudian dilanjutkan ke kasus berikutnya (*moving to the next case*) secara independen untuk menjaga keunikan narasi tiap informan, sebelum akhirnya ditutup dengan tahap kiamat/keenam yaitu mencari pola lintas kasus (*looking for patterns across cases*) guna menyusun tabel induk tema yang merepresentasikan akumulasi pengalaman hidup seluruh informan secara utuh.

Untuk menjamin keabsahan dan derajat kepercayaan (*trustworthiness*) dari interpretasi riset ini, peneliti menerapkan dua teknik pengujian mutu data. Pertama adalah triangulasi teknik, yang dilakukan dengan mengonfirmasi data pengakuan verbal hasil wawancara mengenai kepatuhan nilai-nilai etis dengan data tindakan konkret yang terekam pada lembar observasi lapangan saat waktu salat tiba. Kedua adalah pelaksanaan *member checking*, di mana hasil transkrip wawancara beserta draf interpretasi awal dikembalikan dan dikonfirmasi ulang kepada para informan selaku pemilik cerita. Langkah konfirmasi ini memastikan bahwa seluruh narasi dan abstraksi teoretis yang ditulis dalam artikel ini murni merepresentasikan pengalaman objektif para informan tanpa adanya kontaminasi bias atau prasangka subjektif dari peneliti.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 HASIL

4.1.1 Profil Informan

Bagian ini menyajikan gambaran umum mengenai subjek penelitian yang menjadi sumber data utama dalam mengungkap pengalaman hidup (*lived experience*) pedagang Muslim melalui pendekatan fenomenologi. Penelitian ini melibatkan delapan orang informan yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria utama memiliki pengalaman berdagang minimal selama empat tahun. Pemilihan kriteria ini dimaksudkan agar informan memiliki kedalaman pengalaman yang cukup untuk merefleksikan problematika serta strategi dalam mempertahankan nilai-nilai Islam di lapangan. Lokasi penelitian dipusatkan di kawasan perguruan tinggi di Bandung, yang mencakup berbagai jenis sektor usaha mulai dari ritel makanan, sembako, hingga pakaian Muslim. Keragaman latar belakang dan jenis usaha ini bertujuan untuk memberikan perspektif yang komprehensif mengenai bagaimana nilai-nilai transendental diimplementasikan dalam berbagai konteks perdagangan yang berbeda. Profil ringkas dari para informan tersebut disajikan dalam Tabel 3 berikut ini.

Tabel 3 Profil Informan

Inisial	Jenis Kelamin	Lama Usaha	Nama Usaha
A	L	7 Thn	BMT, Ritel Makanan dan Minuman
N	P	9 Thn	Kantin Makanan
I	P	6 Thn	Warung Sembako & Sayuran
E	P	4 Thn	Keripik Keliling
A	L	5-6 Thn	Pisang Goreng Keju Susu
E	P	9 Thn	Keliling Reseller Gorengan, Donat, dll
U	L	±10 Thn	Martabak Telur
S	L	Sejak 2000-an	Toko Naira (Pakaian Muslim)

Sumber: Data diolah, 2026

4.1.2 Internalisasi Niat Berdasarkan Prinsip Tauhid

Temuan lapangan menunjukkan bahwa para informan secara mendalam menginternalisasi niat berdagang berlandaskan pada prinsip spiritual, di mana aktivitas perniagaan direorientasikan sebagai bentuk pengabdian dan ibadah kepada Allah SWT, melampaui sekadar pengejaran keuntungan material semata. Dalam Penelitian Alpariji, (2026) Kami menemukan bahwa para pedagang memiliki keyakinan teologis yang kuat bahwa dunia perdagangan merupakan pintu rezeki yang paling luas, bahkan secara spesifik diyakini mampu mencakup hingga 95% dari total mata pencaharian manusia. Atas dasar kesadaran transendental tersebut, fokus utama pelaku usaha di lapangan bergeser dari sekadar maksimisasi laba menjadi upaya nyata untuk menjemput nafkah yang tidak hanya halal secara syariat, tetapi juga membawa keberkahan bagi kehidupan keluarga. Internalisasi nilai keagamaan ini bertindak sebagai kendali moral internal yang menyatukan antara pemenuhan kebutuhan ekonomi duniawi dan tanggung jawab di akhirat, sehingga meleburkan batasan antara aktivitas kerja biasa dengan ibadah.

Selain motif pemenuhan ekonomi keluarga, analisis terhadap dinamika batin para informan mengungkap sebuah fenomena unik yang dikonseptualisasikan sebagai hiburan produktif. Bagi sebagaian informan, khususnya mereka yang juga memiliki pekerjaan formal sebagai pegawai pemerintah, aktivitas perniagaan yang dilakukan di waktu luang ternyata bukan lahir dari desakan finansial mutlak atau tekanan pemenuhan kebutuhan pokok. Sebaliknya, aktivitas berdagang ini bertransformasi menjadi sarana aktualisasi diri, wadah penyaluran minat, serta media produktif untuk memitigasi kejenuhan dari rutinitas pekerjaan utama mereka. Keselarasan berbagai dimensi motivasi ini mencerminkan bahwa dorongan perilaku ekonomi pelaku usaha di lapangan bersifat multidimensional yang melibatkan kepuasan spiritual dan pemenuhan keseimbangan psikologis, di mana aktivitas pasar dipandang secara utuh sebagai bagian dari perjalanan hidup untuk mencari ketenangan batin sekaligus mencari keridaan Allah SWT.

4.1.3 Implementasi SFAT dan Strategi Resistensi Harga

Hasil penelitian di lapangan menunjukkan bahwa para informan telah mengimplementasikan nilai-nilai luhur seperti kejujuran (*shiddiq*) dan transparansi (*tabligh*) secara nyata dalam aktivitas perdagangan harian mereka. Manifestasi perilaku ini terlihat jelas dari konsistensi para pedagang saat berinteraksi dengan pembeli, di mana mereka secara terbuka menginformasikan jika terdapat cacat atau penurunan kualitas pada barang yang dijual. Selain itu, aspek transparansi juga ditunjukkan melalui kebiasaan melakukan perhitungan total harga belanjaan secara manual bersama pembeli demi menjaga kenyamanan dan kepercayaan mutual selama transaksi berlangsung. Sebagai bentuk tanggung jawab atas amanah dagang

yang diemban, para informan juga memiliki komitmen moral yang tinggi untuk langsung mengganti barang dengan yang baru apabila kualitas produk yang diterima oleh pelanggan tidak sesuai dengan kesepakatan awal, sehingga meminimalkan potensi kekecewaan konsumen.

Temuan yang paling krusial dan menjadi kebaruan dalam penelitian ini adalah adanya praktik Resistensi Harga sebagai perwujudan konkret dari nilai kebajikan (*ihsan*). Strategi ini ditunjukkan melalui keputusan sadar para pedagang Muslim untuk tetap mempertahankan harga jual lama dan memilih tidak menaikkannya, meskipun harga bahan baku dan barang pokok di tingkat distributor lokal sedang melonjak tajam. Tindakan menahan harga ini murni didorong oleh rasa empati dan kepedulian yang mendalam terhadap kapasitas daya beli konsumen di lingkungan sekitar, yang mayoritas merupakan kalangan mahasiswa. Bagi para pedagang di lapangan, keuntungan material yang maksimal secara sadar ditempatkan di bawah nilai kerelaan pembeli. Mereka lebih mengutamakan bekerjanya logika keberkahan ketimbang rasionalitas ekonomi keuntungan sesaat, demi memastikan barang dagangan mereka tetap ramah di kantong pembeli dan mendatangkan ketenteraman bagi kedua belah pihak.

4.1.4 Strategi Sistem Shifting dan Pengaruh Lingkungan Spasial

Hasil penelitian menunjukkan bahwa para informan berhasil mengatasi adanya konflik peran (*role conflict*) antara tuntutan untuk melayani pembeli di pasar dan kewajiban menunaikan ibadah shalat tepat waktu melalui mekanisme kolaborasi komunal yang disebut sebagai sistem *shifting*. Strategi bergantian jaga dengan sesama rekan pedagang, anggota keluarga, atau staf karyawan ini merupakan wujud nyata dari kecerdasan dan kebijaksanaan praktis para pelaku usaha dalam mengelola waktu operasional toko secara kolektif. Dengan diterapkannya pembagian waktu yang fleksibel dan saling mendukung ini, integritas ibadah para pedagang dapat tetap terjaga dengan baik tanpa harus mengorbankan atau menghentikan aktivitas ekonomi serta pelayanan kepada para pelanggan di pasar.

Selain strategi pengelolaan internal tersebut, faktor lingkungan fisik atau kondisi spasial di sekitar tempat usaha terbukti menjadi instrumen penting yang mendukung konsistensi ibadah para pedagang. Kedekatan lokasi toko dengan fasilitas religi (masjid kampus) serta adanya stimulus auditori berupa suara adzan dan lantunan pengajian menjelang waktu shalat berfungsi sebagai pengingat aktif yang terus-menerus memperkuat resiliensi spiritual para informan. Kehadiran ekosistem lingkungan pasar yang religius ini secara nyata mempermudah para pedagang untuk segera meninggalkan aktivitas perniagaan saat panggilan shalat tiba. Dengan demikian, ekosistem luar yang kondusif ini secara aktif ikut membentuk dan mentransformasikan perilaku pedagang agar dapat bersikap lebih istikamah di tengah padatnya kesibukan aktivitas perdagangan harian.

4.1.5 Manajemen Spritual Mandiri di Waktu Senggang

Hasil penelitian di lapangan mengungkapkan adanya strategi resiliensi batin yang dilakukan secara mandiri oleh para pedagang Muslim dalam menghadapi situasi ketidakpastian ekonomi. Ketika kondisi pasar sedang sepi dan jumlah pengunjung menurun, para informan memilih untuk memanfaatkan waktu luang di toko mereka dengan melakukan berbagai aktivitas spiritual, seperti melantunkan shalawat, berzikir, mengaji Al-Qur'an, serta membaca surat Al-Fatihah dan istighfar. Praktik transendental ini terbukti sangat efektif bagi mereka sebagai mekanisme koping psikologis untuk menenangkan hati, meredam rasa gelisah, serta menghalau kecemasan akibat desakan kebutuhan operasional usaha dan keluarga yang berpotensi memicu stres.

Analisis terhadap dinamika batin para informan menunjukkan bahwa manajemen spiritual secara mandiri ini berfungsi sebagai instrumen pelindung yang kuat bagi integritas etis mereka. Dengan menjaga ketenangan jiwa melalui kedekatan spiritual tersebut, para pedagang mampu membentengi diri dari segala bentuk godaan untuk melakukan praktik kecurangan, seperti memanipulasi kualitas barang atau mengurangi timbangan demi mengejar keuntungan instan saat omzet sedang merosot tajam. Dengan demikian, aktivitas spiritual yang dilakukan di sela-sela waktu senggang ini bukan sekadar rutinitas ritual formal, melainkan sebuah strategi bertahan hidup yang efektif untuk menjaga keluhuran moral dan martabat etika perdagangan mereka di tengah beratnya tekanan pasar.

4.1.6 Resiliensi terhadap Modernisasi dan Digitalisasi (QRIS)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa para informan menunjukkan sikap yang adaptif dan terbuka dalam menghadapi arus modernisasi pasar melalui integrasi teknologi pembayaran digital seperti QRIS. Meskipun adopsi sistem digital ini membawa sejumlah risiko teknis di lapangan, seperti terjadinya potensi kegagalan sistem transaksi, kendala jaringan, hingga risiko kelalaian atau ketidakjujuran dari pihak pembeli, para pedagang Muslim memilih untuk tetap mempertahankan operasionalnya. Langkah adaptif tersebut diambil dengan bersandarkan pada landasan nilai spiritual yang kuat, di mana para pelaku usaha di lapangan secara sadar menerapkan prinsip kepercayaan penuh terhadap kejujuran konsumen demi kelancaran aktivitas muamalah modern.

Lebih lanjut, analisis terhadap perilaku ekonomi para pedagang mengungkap bahwa nilai-nilai transendental berfungsi sebagai filter kognitif yang mengubah cara pandang mereka terhadap digitalisasi transaksi. Alih-alih memandang jeda waktu pencairan dana atau risiko teknis sistem keuangan sebagai sebuah ancaman yang dapat merugikan perputaran modal usaha, para informan menerimanya sebagai sarana kemudahan muamalah baru yang dijalankan dengan prinsip prasangka baik (*husnudzon*). Adanya keyakinan batin yang mendalam bahwa setiap potensi kerugian atau kesalahan transaksi akan diganti oleh Allah SWT melalui pintu rezeki yang lain, terbukti menjadi pendorong utama yang membuat para pedagang tetap mampu bersikap inovatif, adaptif, dan menjaga ketenangan jiwa mereka di tengah derasnya perubahan zaman.

4.2 PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa para pedagang Muslim memaknai aktivitas perdagangan tidak hanya sebagai sarana memperoleh keuntungan ekonomi, tetapi juga sebagai bentuk pengabdian kepada Allah SWT. Keyakinan bahwa berdagang merupakan salah satu pintu rezeki yang paling luas menunjukkan adanya internalisasi nilai tauhid yang kuat dalam orientasi ekonomi para pedagang. Dalam perspektif etika bisnis Islam, tauhid merupakan fondasi utama yang mengintegrasikan seluruh aktivitas manusia, termasuk aktivitas ekonomi, ke dalam kerangka penghambaan kepada Allah. Oleh karena itu, aktivitas perdagangan tidak dipandang sebagai kegiatan duniawi yang terpisah dari agama, melainkan sebagai bagian dari ibadah yang memiliki konsekuensi moral dan spiritual. Temuan ini sejalan dengan pandangan Lestari & Jubaedah, (2023) yang menyatakan bahwa prinsip tauhid menjadi dasar pembentukan perilaku bisnis yang berorientasi pada keberkahan dan kemaslahatan, bukan semata-mata pada keuntungan material. Dengan demikian, keberhasilan usaha bagi para pedagang tidak hanya diukur melalui besarnya laba yang diperoleh, tetapi juga melalui sejauh mana usaha tersebut memberikan ketenangan batin, keberkahan hidup, dan keridaan Allah.

Fenomena hiburan produktif yang ditemukan dalam penelitian ini semakin memperkuat argumentasi bahwa motivasi berdagang tidak selalu bersifat ekonomis. Beberapa informan

yang berstatus sebagai pegawai tetap memilih menjalankan usaha karena aktivitas tersebut memberikan kepuasan psikologis, kesempatan berinteraksi dengan masyarakat, serta sarana untuk memanfaatkan waktu luang secara lebih bermakna. Temuan ini menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi dapat menjadi medium aktualisasi diri sekaligus sarana pencarian makna hidup. Kondisi tersebut mendukung temuan Azhari et al., (2026) yang menjelaskan bahwa religiusitas mampu membentuk motivasi intrinsik yang melampaui kepentingan ekonomi semata. Dalam konteks ini, niat atau niyyah menjadi elemen sentral yang membedakan aktivitas ekonomi dalam Islam dengan aktivitas ekonomi yang hanya berorientasi pada keuntungan. Ketika niat berdagang diarahkan untuk memperoleh keridaan Allah, maka aktivitas ekonomi memperoleh dimensi spiritual yang menjadikannya bernilai ibadah.

Internalisasi nilai tauhid juga tercermin dari tingginya kesadaran pedagang terhadap konsep *muraqabah*, yaitu keyakinan bahwa Allah senantiasa mengawasi setiap tindakan manusia. Kesadaran ini membentuk mekanisme pengendalian diri yang mendorong pedagang untuk tetap menjaga integritas meskipun tidak terdapat pengawasan langsung dari pihak lain. Para pedagang berupaya menghindari berbagai bentuk penyimpangan seperti manipulasi kualitas barang, pengurangan timbangan, maupun praktik-praktik yang dapat merugikan konsumen. Temuan ini mendukung penelitian Akmal, (2013) yang menunjukkan bahwa religiusitas memiliki pengaruh positif terhadap perilaku etis pelaku usaha. Semakin tinggi tingkat keyakinan dan pengamalan agama seseorang, semakin besar pula kecenderungannya untuk mempertahankan perilaku yang sesuai dengan norma moral dan ajaran agama. Dengan demikian, religiusitas tidak hanya berfungsi sebagai identitas keagamaan, tetapi juga sebagai sumber kontrol internal yang membentuk perilaku bisnis yang bertanggung jawab.

Implementasi nilai-nilai etika bisnis Islam juga terlihat melalui penerapan prinsip *shiddiq*, *amanah*, *fathanah*, dan *tabligh* dalam aktivitas perdagangan sehari-hari. Keterbukaan pedagang dalam menjelaskan kondisi barang kepada pelanggan mencerminkan penerapan nilai *shiddiq* dan *tabligh* yang menekankan pentingnya kejujuran dan transparansi dalam transaksi. Para pedagang tidak menyembunyikan kekurangan produk yang dijual, bahkan secara aktif memberikan informasi kepada pembeli apabila terdapat kondisi tertentu yang perlu diketahui sebelum transaksi dilakukan. Perilaku tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan dipandang sebagai amanah yang harus dijaga. Selain itu, kesediaan pedagang untuk mengganti barang yang rusak atau tidak sesuai dengan harapan konsumen menunjukkan implementasi nyata dari nilai *amanah* yang terintegrasi dengan prinsip *mas'uliyah* (tanggung jawab/akuntabilitas). Dalam perspektif etika bisnis Islam, tanggung jawab pelaku usaha tidak berakhir pada saat transaksi selesai dilakukan, melainkan terus berlanjut hingga konsumen memperoleh manfaat sesuai dengan yang dijanjikan. Prinsip *mas'uliyah* ini menegaskan bahwa sifat *amanah* bukan sekadar konsep moral yang pasif, melainkan sebuah komitmen aktif yang menuntut pelaku usaha untuk bertanggung jawab atas seluruh konsekuensi dari aktivitas bisnis yang dijalankannya, baik di hadapan manusia maupun di hadapan Allah SWT. Hal ini sejalan dengan pandangan Lestari & Jubaedah, (2023) yang menjelaskan bahwa integrasi nilai keadilan dan akuntabilitas dalam bisnis tercermin melalui pelayanan terbaik serta jaminan kepuasan terhadap hak-hak pelanggan.

Salah satu temuan yang menjadi kontribusi penting penelitian ini adalah munculnya praktik resistensi harga sebagai strategi adaptif dalam menghadapi kenaikan harga bahan pokok dan bahan baku. Para pedagang memilih untuk mempertahankan harga jual meskipun biaya operasional meningkat karena mempertimbangkan kondisi ekonomi pelanggan, khususnya mahasiswa yang memiliki keterbatasan daya beli. Keputusan tersebut menunjukkan bahwa pertimbangan moral dan sosial memiliki posisi yang sama pentingnya dengan pertimbangan ekonomi dalam proses pengambilan keputusan bisnis. Dalam perspektif etika bisnis Islam, praktik ini dapat dijelaskan melalui prinsip *adl* dan *ihsan*. Prinsip *adl* menekankan pentingnya menciptakan keadilan dan keseimbangan dalam hubungan ekonomi sehingga tidak ada pihak

yang dirugikan secara berlebihan. Sementara itu, prinsip ihsan mendorong individu untuk melakukan kebaikan yang melampaui kewajiban minimum yang harus dipenuhi. Dengan mempertahankan harga demi menjaga daya beli pelanggan, para pedagang tidak hanya menjalankan kewajiban bisnisnya secara benar, tetapi juga menunjukkan kepedulian sosial yang tinggi terhadap kondisi masyarakat. Temuan ini sejalan dengan Lestari & Jubaedah, (2023) yang menyatakan bahwa implementasi *ihsan* dalam bisnis tercermin melalui pelayanan terbaik dan kepedulian terhadap kesejahteraan pelanggan. Hasil penelitian ini juga memperkuat temuan Athaya, (2022) yang menunjukkan bahwa nilai-nilai Islam menjadi fondasi utama strategi bertahan pelaku usaha mikro dalam menghadapi berbagai tekanan ekonomi.

Di samping tantangan ekonomi, para pedagang juga menghadapi konflik peran antara kewajiban melayani pelanggan dan kewajiban melaksanakan ibadah tepat waktu. Konflik ini umumnya muncul ketika waktu shalat bertepatan dengan jam-jam ramai pembeli. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, para pedagang menerapkan sistem *shifting* atau bergantian menjaga kios dengan anggota keluarga maupun rekan usaha. Strategi ini menunjukkan adanya kemampuan adaptasi yang tidak hanya bersifat praktis, tetapi juga mencerminkan implementasi nilai *fathanah*. Dalam etika bisnis Islam, *fathanah* tidak hanya dimaknai sebagai kecerdasan intelektual, tetapi juga kemampuan mengambil keputusan yang bijaksana dan sesuai dengan nilai-nilai moral. Melalui sistem *shifting*, para pedagang mampu menjaga keseimbangan antara kewajiban ekonomi dan kewajiban spiritual tanpa harus mengorbankan salah satunya. Temuan ini mendukung penelitian Astuti, (2021) yang menjelaskan bahwa konflik antara pekerjaan dan kewajiban religius dapat menimbulkan tekanan psikologis bagi pelaku usaha Muslim. Namun, penelitian ini menunjukkan bahwa kerja sama sosial dan kecerdasan dalam pengelolaan usaha dapat menjadi solusi yang efektif dalam mengatasi konflik tersebut.

Faktor lingkungan juga terbukti memiliki peran penting dalam memperkuat religiusitas pedagang. Kedekatan lokasi usaha dengan masjid, suara adzan yang terdengar secara rutin, serta keberadaan kegiatan pengajian berfungsi sebagai pengingat yang terus-menerus mendorong pedagang untuk menjaga konsistensi ibadah. Temuan ini menunjukkan bahwa religiusitas tidak hanya dibentuk oleh keyakinan individu, tetapi juga dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan fisik tempat individu beraktivitas. Febriana, (2015) menjelaskan bahwa religiusitas merupakan bentuk penghayatan dan pengamalan agama yang melibatkan berbagai dimensi kehidupan manusia, termasuk interaksi dengan lingkungan sosialnya. Oleh karena itu, lingkungan yang religius dapat menjadi faktor pendukung yang memperkuat komitmen individu dalam menjalankan ajaran agama. Temuan ini juga memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur yang masih relatif terbatas dalam membahas pengaruh lingkungan fisik terhadap perilaku religius pelaku usaha.

Resiliensi pedagang juga dibentuk melalui praktik manajemen spiritual yang dilakukan pada waktu-waktu senggang. Ketika kondisi pasar sedang sepi, para pedagang memanfaatkan waktu tersebut untuk berzikir, membaca Al-Qur'an, bershalawat, dan memperbanyak istighfar. Aktivitas spiritual ini tidak hanya berfungsi sebagai bentuk ibadah, tetapi juga sebagai mekanisme koping dalam menghadapi tekanan ekonomi dan ketidakpastian pendapatan. Maimunah, (2024) menjelaskan bahwa religiusitas dapat berfungsi sebagai *shielding instrument* yang melindungi individu dari tekanan psikologis sekaligus sebagai *survival strategy* dalam menghadapi berbagai tantangan kehidupan. Dalam konteks penelitian ini, aktivitas spiritual membantu pedagang menjaga ketenangan batin, mengurangi kecemasan, dan mempertahankan komitmen terhadap nilai-nilai kejujuran meskipun menghadapi penurunan omzet. Dengan demikian, spiritualitas berperan sebagai sumber kekuatan psikologis sekaligus sumber kekuatan moral yang mendukung keberlangsungan usaha.

Dalam menghadapi perkembangan teknologi digital, para pedagang menunjukkan sikap yang relatif adaptif terhadap penggunaan sistem pembayaran QRIS. Meskipun terdapat risiko teknis seperti kesalahan transaksi, gangguan jaringan, atau keterlambatan pencairan dana, para

pedagang tetap menerima teknologi tersebut sebagai bagian dari perkembangan zaman yang tidak dapat dihindari. Sikap ini dapat dijelaskan melalui konsep tawakal dan *husnudzan* yang menjadi bagian dari religiusitas pedagang. Keyakinan bahwa Allah akan mengganti setiap kerugian yang mungkin terjadi membuat para pedagang lebih tenang dalam menghadapi ketidakpastian transaksi digital. Temuan ini menunjukkan bahwa religiusitas tidak menjadi penghambat modernisasi, melainkan berfungsi sebagai sumber resiliensi yang memungkinkan pelaku usaha beradaptasi dengan perubahan teknologi tanpa kehilangan ketenangan batin. Hasil penelitian ini mendukung temuan Lanifa & Abinsabrina, (2025) yang menjelaskan bahwa penerimaan terhadap teknologi keuangan digital dalam perspektif Islam sangat dipengaruhi oleh pemahaman keagamaan dan tingkat kepercayaan pelaku usaha terhadap prinsip-prinsip syariah.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa integritas dan ketahanan pedagang Muslim dibangun melalui perpaduan antara strategi praktis dan kekuatan spiritual. Resistensi harga, sistem shifting, dan adaptasi terhadap digitalisasi merupakan bentuk strategi praktis yang membantu pedagang menghadapi berbagai tantangan ekonomi. Sementara itu, nilai-nilai tauhid, *muraqabah*, *shiddiq*, *amanah*, *tabligh*, *fathanah*, *adl*, *ihsan*, *mas'uliyah*, tawakal, dan *husnudzon* menjadi fondasi moral yang menjaga konsistensi perilaku etis para pedagang. Temuan ini menegaskan bahwa religiusitas tidak hanya berfungsi sebagai identitas keagamaan, tetapi juga sebagai sumber daya sosial, psikologis, dan moral yang berkontribusi terhadap keberlanjutan usaha serta pembentukan integritas pedagang Muslim di tengah dinamika ekonomi kontemporer.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa resiliensi etis pedagang Muslim di era digital tidak sekadar bersandar pada kepatuhan formal terhadap syariat, melainkan digerakkan secara kuat oleh internalisasi prinsip *tauhid* dan *muraqabah* sebagai sistem kontrol sosial internal pelaku usaha. Di tengah dinamika pasar kontemporer, para pedagang mengembangkan strategi adaptasi transendental nyata guna memitigasi hambatan di lapangan. Temuan utama penelitian ini berhasil mengidentifikasi dua mekanisme coping konkret, yaitu praktik resistensi harga sebagai bentuk nyata dari nilai *adl* (keadilan) dan *ihsan* (kebajikan) demi menjaga daya beli konsumen, serta penerapan sistem *shifting* (pembagian kerja) sebagai resolusi adaptif atas benturan waktu antara tuntutan produktivitas ekonomi dengan konsistensi ibadah ritual harian.

Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi penting pada literatur etika bisnis Islam (*Islamic business ethics*) dan sosiologi ekonomi keagamaan dengan memperluas tesis klasik Max Weber mengenai etos agama (*religious ethic*). Hasil analisis membuktikan bahwa rasionalitas nilai transendental mampu mengendalikan dan mereduksi perilaku oportunistik ekonomi di pasar modern melalui integrasi nilai *amanah* dan *mas'uliyah* (akuntabilitas). Secara praktis, model sistem *shifting* kerja yang ditemukan di lapangan dapat diadopsi secara luas oleh sesama pedagang mikro sebagai standardisasi operasional, sementara temuan mengenai keraguan etis terhadap skema potongan biaya (MDR) QRIS menegaskan mendesaknya penyediaan edukasi fikih muamalah kontemporer dan literasi digital berbasis syariah oleh regulator maupun lembaga keuangan terkait.

Meskipun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan pada homogenitas latar belakang informan yang berfokus pada pedagang mikro Muslim di sekitar kawasan pendidikan tinggi di Kota Bandung dengan masa rujukan pengalaman minimal empat tahun. Karakteristik konsumen yang didominasi oleh kelompok mahasiswa secara langsung memengaruhi kebijakan penentuan harga (resistensi harga), sehingga dinamika resiliensi ini belum tentu dapat digeneralisasikan pada ekosistem pasar tradisional makro atau kawasan industri besar yang memiliki struktur konsumen yang berbeda. Oleh karena itu, agenda penelitian masa depan diharapkan dapat memperluas cakupan melalui studi komparatif antara pedagang di pusat

perbelanjaan formal dengan pasar tradisional non-pendidikan, serta menerapkan metode kuantitatif atau *mixed-methods* guna menguji pengaruh tingkat literasi syariah digital dan persepsi riba terhadap tingkat adopsi teknologi finansial (*fintech*) dalam skala populasi yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Akmal, R. (2013). *Pengaruh Religius Terhadap Perilaku Etika Bisnis Islam Pedagang Pasae Tradisional di Kota Banda Aceh*. 1(2), 1–21.
- Alpariji, M. (2026). *Ramayana Cikarang : Antara Kepercayaan Lokal , Rezeki , Dan Resiliensi Pedagang*. 3(2), 92–96.
- Astuti, R. (2021). *Pelaksanaan Ibadah Shalat Pedagang Pasar di Kelurahan Pariaman Tengah Kota Pariaman*. 1(4), 428–438.
- Athaya, D. (2022). *Pengaruh Strrtategi Bertahan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Terhadap Peningkatan Pendapatan di Masa Pandemi Covid 19 Dala Perspektif Ekonomi Islam. Strategi bertahan*, 1–88.
- Azhari, A. A., Ramadhan, R., & Fitriah, A. (2026). *Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Bisnis Pedagang Muslim di Pasa Merdeka Samarinda*. 4(3), 687–698.
- Febriana, L. (2015). *Pendidikan Agama Islam Berbasis Religiusitas*.
- Fitri, A., Sifa, R. L., Bunga, T., & Putriku, A. E. (2024). *Analisis Strategi Penetapan Harga yang Dilakukan Salah Satu Distributor Hannochs di Tembung dalam Menghadapi Persaingan*. 4.
- Istiqomah, A. (2026). *Tauhid sebagai Fondasi Etika Bisnis Islam : Analisis Konseptual dan Perbandingan dengan Sistem Konvensional*. 3(3), 347–353.
- Jonathan . Smith, M. J. and M. osborn. (2009). *Doing Interpretative Phenomenological* (p. 500).
- Khusnul, R. dan. (2023). *Perilaku Pedagang Passar Pabean Surabaya dalam Perspektif Prinsip Dasar Islami*. 6, 124–136.
- Lanifa, Abinsabrina, A. (2025). *Qris Dalam Perspektif Fiqih Muamalah: Studi Atas Keabsahan dan Akda dalam Pembayaran*. 1(1), 127–132.
- Lestari, P. S., & Jubaedah, D. (2023). *Prinsip-Prinsip Umum Etika Berbisnis*. 8(2), 220–232. <https://doi.org/10.35329/jalif.v8i2.4514>
- Maharani, M. D. (2025). *Manifestasi Keberagamaan dalam Etos Ekonomi Pedagang Muslim di Era Disrupsi Digital Manifestations of Religiosity in the Economic Ethos of Muslim Traders amid Digital Disruption*. 31.
- Maimunah, A. (2024). *Peran Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi ddalam Mendorong Intensi Berwirausaha pada Mahasiswi Muslim Melalui Pendekatan Theory Planned Behavior*. 21(2), 145–164.
- Nafik, P. dan. (2016). *Bagaimana Pedagang Muslim Istiqomah Dalam Kejujuran*.
- Nandavita, A. Y. (2025). *Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang dalam Perspektif Ekonomi Islam*. 2(1), 2259–2270. <https://doi.org/https://doi.org/10.62710/km5nwh92>
- Nur, B., Syafrilinda, U., Rosmanidar, E., & Safitri, Y. (2024). *Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Angso Duo Baru Jambi Program S tudi Ekonomi Syari ' ah , Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha*. 8, 7514–7526. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jptam.v8i1.13531>
- Nurhayat, & I. (2026). *Dilema Likuiditas Harian : Analisis Kualitatif Hambatan Struktural Penggunaan QRIS bagi Pedagang Mikro dengan Perputaran Modal Cepat*. 8(1). <https://doi.org/10.32877/ef.v8i1.3672>
- Putra, P., & Sawarjuwono, T. (2019). *Traditonal Market Merchant Attitudes in the Perspective of Islamic Business Ethics*. 1–19.

- Rahmah, S., Sulistiyanti, R., Yusuf, H., Makassar, U. M., & Makassar, U. M. (2021). *Etos Kerja Pedagang Muslim serta Dampaknya Terhadap Peningkatan Ekonomi di Kecamatan Biringnya Kota Makassar*. 5(2).
- Romadhon. (2025). *Dampak modernisasi terhadap moralitas remaja muslim: kajian pendidikan karekater berbasis keagamaan*. 9(2).
- Tiakoly, K., & Wahab, A. (2019). *Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Pedagang Barang Campuran di Pasar Tradisional Gamalama Abstrak , Abstract ,. 5*, 102–123.
- Weber, M. (1905). *The Prot est ant Ethic and the Spirit of Capit alism*.
- Zhorifi, Mutia, A. (2023). *Persaingan Antar Pedagang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pasar Tradisional Keramat Tinggi Kecamatan Muara Bulian) berusaha namun Islam menggaris bawahi bahwa usaha yang di maksud hendaklah dalam hal melainkan patnership untuk bersama-sama be*. 1(4).
<https://doi.org/https://doi.org/10.59059/jupiekes.v1i4.421>