



Volume 6 Nomor 1, Maret 2026

DOI: <https://doi.org/10.37726/jammiah.v6i1.1699>

# Tinjauan Etika Bisnis Islam Pada Jual Beli Tembakau Linting Di Toko Bako Odeg Di Desa Cikumpay Campaka Purwakarta

Muhamad Diki Wirawan<sup>1</sup>, Iman sucipto<sup>2</sup>, Saepul Bahri<sup>3</sup>,  
<sup>1,2,3</sup>*Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah (STIES) Indonesia Purwakarta*  
*Jln. Veteran No.150-152 Ciseureuh Purwakarta Jawa Barat,41118, Indonesia*

[dikiwirawan@gmail.com](mailto:dikiwirawan@gmail.com)

[imamsucipto@sties-purwakarta.ac.id](mailto:imamsucipto@sties-purwakarta.ac.id)

[saepulbahri@sties-purwakarta.ac.id](mailto:saepulbahri@sties-purwakarta.ac.id)

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena praktik jual beli tembakau linting di Toko Bako Odeg, Desa Cikumpay, Campaka, Purwakarta, yang menjadi salah satu bentuk usaha tradisional dengan konsumen yang cukup beragam. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui mekanisme jual beli tembakau linting di toko tersebut serta meninjau kesesuaiannya dengan prinsip etika bisnis Islam. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan sumber data primer melalui observasi dan wawancara, serta data sekunder melalui dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan dengan reduksi data, penyajian data, dan verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik jual beli di Toko Bako Odeg telah berjalan dengan mekanisme yang jelas, mulai dari pemesanan, pembuatan, penyerahan barang, hingga pembayaran dan penilaian produk. Pemilik toko menjaga keterbukaan komunikasi, memberikan edukasi kepada konsumen, serta fleksibilitas dalam sistem pembayaran. Dari perspektif etika bisnis Islam, praktik ini mencerminkan prinsip *tauhid* melalui sikap adil dan kebiasaan bersedekah, serta prinsip keseimbangan dengan menjaga kualitas produk dan memenuhi takaran sesuai kesepakatan. Namun, terdapat kekurangan pada aspek kehendak bebas berupa keterlambatan penyerahan barang yang tidak sesuai perjanjian awal, meskipun selalu dikomunikasikan secara terbuka. Kesimpulannya, praktik jual beli tembakau linting di Toko Bako Odeg secara

JAMMIAH (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah), Volume 6, Nomor 1, Maret 2026

<http://journal.sties-purwakarta.ac.id/index.php/jammiah/>

ISSN: 2797-040X (Media Online) 2797-197X (Media Cetak)

umum telah mencerminkan sebagian besar prinsip etika bisnis Islam, meskipun masih perlu peningkatan dalam hal konsistensi pemenuhan janji waktu penyerahan barang. Dampak penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan usaha kecil dengan tetap berlandaskan etika bisnis Islam, sehingga kepercayaan konsumen semakin terjaga dan usaha tradisional dapat berkelanjutan secara etis dan profesional.

**Kata Kunci** : Jual Beli, Etika Bisnis Islam, dan Tembakau Linting.

## ABSTRACT

*This study was motivated by the phenomenon of the buying and selling of hand-rolled tobacco at Toko Bako Odeg in Cikumpay Village, Campaka, Purwakarta, which serves as a traditional business with a diverse customer base. The objective of this study is to examine the mechanisms of buying and selling hand-rolled tobacco at this shop and to assess their alignment with the principles of Islamic business ethics. The research method employed is descriptive qualitative, utilizing primary data sources through observation and interviews, as well as secondary data through documentation. Data analysis techniques include data reduction, data presentation, and verification. The results indicate that the buying and selling practices at Toko Bako Odeg operate through a clear mechanism, spanning from ordering, production, and delivery of goods to payment and product evaluation. The shop owner maintains open communication, provides education to consumers, and offers flexibility in the payment system. From the perspective of Islamic business ethics, these practices reflect the principle of tawhid through fair conduct and the habit of giving charity, as well as the principle of balance by maintaining product quality and fulfilling agreed-upon quantities. However, there is a shortcoming regarding free will in the form of delays in product delivery that do not align with the initial agreement, although these are always communicated openly. In conclusion, the practice of buying and selling hand-rolled tobacco at Toko Bako Odeg generally reflects most of the principles of Islamic business ethics, although there is still room for improvement regarding the consistency of fulfilling delivery time commitments. It is hoped that the findings of this study will contribute to the development of small businesses while remaining grounded in Islamic business ethics, thereby maintaining consumer trust and ensuring that traditional businesses can operate sustainably in an ethical and professional manner.*

*Keywords: Buying and Selling, Islamic Business Ethics, and Rolled Tobacco.*

## I. PENDAHULUAN

Bisnis Tembakau linting memiliki sejarah yang panjang dan kaya, yang berakar dari tradisi dan budaya masyarakat di berbagai belahan dunia, termasuk Indonesia. Tembakau masuk ke Nusantara pada awal abad ke-16 dan sejak saat itu berkembang menjadi salah satu komoditas penting dalam perekonomian lokal. Tembakau diperkenalkan ke Indonesia oleh penjajah Eropa, yang melihat potensi tanaman ini

sebagai komoditas perdagangan. Pada awalnya, Tembakau digunakan secara tradisional oleh masyarakat untuk berbagai tujuan, termasuk sebagai bahan obat. Di Jawa, Tembakau mulai dipadukan dengan cengkeh, menciptakan rokok kretek yang terkenal. Proses melinting Tembakau menjadi rokok dimulai dengan cara manual, menggunakan daun Jagung atau kertas sebagai pembungkus<sup>1</sup>.

Seiring dengan waktu, industri rokok linting berkembang pesat. Pada awal abad ke-20, muncul industri rumahan yang memproduksi rokok kretek secara massal. Salah satu pelopor dalam industri ini adalah Nitisemito, yang mendirikan pabrik rokok kretek pertama di Indonesia pada tahun 1906. Dengan meningkatnya permintaan akan rokok kretek, banyak pengusaha kecil mulai terlibat dalam produksi rokok linting, menjadikannya sebagai sumber penghidupan.

Salah satu pelaku bisnis berbasis industri rumahan Tembakau linting Bako Odeg ini berada di Desa Cikumpay, Kabupaten Purwakarta. Lokasi ini dipilih karena tembakau linting Bako Odeg berbeda dengan kios-kios tembakau lainnya, jika kios tembakau pada umumnya hanya menjual tembakau yang belum dilinting berbeda halnya dengan Bako Odeg yang menjual tembakau yang sudah dilinting dengan menetapkan harga Rp2.000 per 3 batang rokok<sup>2</sup>.

Berdasarkan observasi langsung ke Lokasi penelitian, peneliti menemukan fenomena menarik untuk diteliti atau dikaji secara mendalam, salah satunya tidak transparan dalam pembuatan jenis rokok linting yang dibuat oleh Toko Bako Odeg, karena konsumen tidak diberitahu terkait jenis Tembakau yang dibeli oleh konsumen. Ketika observasi Lokasi penelitian, Bako Odeg dalam praktik jual beli menggunakan sistem pemesanan atau *pre-order*. Akan tetapi, Ketika mengimplementasikan konsep tersebut seringkali mengalami keterlambatan produk tembakau yang sudah di linting dan itu berpengaruh terhadap Tingkat kepuasan konsumen. Sangat disayangkan, diantara bisnis-bisnis yang menghasilkan keuntungan ternyata masih ada yang mengacuhkan pada etika bisnis yang tepat, seperti tidak memperhatikan kepuasan para konsumen terhadap produk yang dijual<sup>3</sup>.

Pelaku bisnis memasarkan suatu produk yang sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam tentu kejujuran merupakan suatu elemen yang penting dalam praktik jual beli, karna jika konsumen merasa dirugikan bisa menyebabkan kurang kepercayaan terhadap kios tersebut yang memicu akan berpindah kios tembakau lainnya.

Lalu dalam fenomena kedua yaitu, toko Bako Odeg tidak menyediakan *tester* rokok seperti Toko Bako yang lain. Dalam etika berbisnis masih banyak para pelaku

---

<sup>1</sup> Dedy Afrianto, "Sejarah Tembakau Nusantara: Candu, Perkebunan, Dan Industri," *Kompas Pedia*, 2021.

<sup>2</sup> Petikan Hasil Wawancara dengan Rohimat, "Selaku Pemilik Bako Odeg Pada Tanggal 8 Januari 2025" (2025).

<sup>3</sup> Petikan Hasil Wawancara dengan Rohimat, "Selaku Pemilik Bako Odeg Pada Tanggal 8 Januari 2025."

bisnis yang belum memahami bagaimana cara melakukan etika bisnis yang baik, tidak jarang para pelaku bisnis melakukan kecurangan dalam berbisnis dan hanya mencari keuntungan sebanyak-banyaknya tanpa melihat dari sisi konsumennya.

Penelitian berjudul “Tinjauan Etika Bisnis Islam Pada Jual Beli Tembakau Linting di Toko Bako Odeg di Desa Cikumpay Campaka Purwakarta” memiliki posisi penting dalam literatur akademik karena mengisi kekosongan kajian yang belum banyak disentuh. Selama ini, penelitian etika bisnis Islam di Indonesia lebih banyak menyoroti sektor ritel modern atau UMKM secara umum. Misalnya, Hernanda Triyani, Amin, dan Purnamasari<sup>4</sup> menekankan penerapan etika bisnis Islam pada sektor ritel di Desa Pulau Betung, dengan fokus pada praktik kejujuran dan keadilan dalam transaksi. Demikian pula, Shofiyani dan Rohman<sup>5</sup> meneliti implementasi etika bisnis Islam pada UMKM di Surabaya, menyoroti aspek transparansi dan tanggung jawab sosial. Namun, kajian yang secara spesifik membahas jual beli tembakau linting di tingkat desa masih sangat terbatas. Muhammad Ridwan<sup>6</sup> memang meneliti jual beli tembakau godoran di Tulungagung, tetapi konteksnya berbeda karena lebih menekankan pada praktik jual beli di pasar tradisional, bukan toko kecil di desa yang berhubungan langsung dengan konsumen lokal. Dengan demikian, penelitian ini mengisi gap riset dengan menghadirkan perspektif baru tentang bagaimana prinsip etika bisnis Islam diterapkan dalam perdagangan komoditas yang memiliki dilema moral dan kesehatan.

Novelty penelitian ini terletak pada fokus objek yang spesifik, yaitu Toko Bako Odeg sebagai representasi praktik jual beli tembakau linting di desa. Keunikan ini semakin menonjol karena tembakau linting merupakan komoditas yang kontroversial, di satu sisi menjadi sumber penghasilan masyarakat, di sisi lain menimbulkan dampak kesehatan yang signifikan. Penelitian ini tidak hanya menyoroti aspek ekonomi, tetapi juga mengintegrasikan prinsip etika bisnis Islam seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial dalam konteks komoditas yang problematis. Pendekatan lokal dan kontekstual menjadikan penelitian ini berbeda dari kajian sebelumnya, karena memperlihatkan interaksi antara norma agama, budaya desa, dan praktik ekonomi sehari-hari.

Urgensi penelitian ini dapat dilihat dari beberapa dimensi. Pertama, dari aspek sosial-ekonomi, tembakau linting masih menjadi sumber penghasilan utama bagi sebagian masyarakat desa, sehingga pedoman etika bisnis Islam dapat memberikan

---

<sup>4</sup> Hernanda Triyani, Muhammad Amin, and Lise Purnamasari, “Etika Bisnis Islam Pada Sektor Ritel Di Desa Pulau Betung,” *Universitas Djuanda Bogor Repository* (Universitas Djuanda Bogor, 2024).

<sup>5</sup> Qonita Shofiyani and Abdur Rohman, “Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Surabaya,” *COMMUNITY: Jurnal Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat* 4, no. 2 (2025): IV, 56–63, doi:10.61166/community.v4i2.114.

<sup>6</sup> Muhammad Ridwan, “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Tembakau Godoran Di Tulungagung” (Tulungagung: UIN SATU Tulungagung, 2023).

arahan moral bagi pelaku usaha. Kedua, dari aspek kesehatan masyarakat, produk tembakau memiliki dampak serius yang menuntut adanya refleksi etis mengenai keseimbangan antara keuntungan ekonomi dan tanggung jawab sosial. Ketiga, dari aspek regulasi moral dan hukum Islam, penelitian ini penting untuk memberikan rekomendasi praktis agar pelaku usaha tetap sesuai dengan prinsip syariah. Keempat, dari aspek akademik, penelitian ini memperluas cakupan kajian etika bisnis Islam ke sektor retail tradisional desa yang selama ini kurang diperhatikan, sehingga berkontribusi pada pengembangan literatur akademik nasional.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui praktik jual beli tembakau luring Bako Odeg di Desa Cikumpay dan untuk meninjau etika bisnis Islam terhadap jual beli tembakau luring Bako Odeg di Desa Cikumpay.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### A. Etika Bisnis Islam

Etika Bisnis Islam adalah prinsip yang mengatur bagaimana setiap individu dan organisasi bertindak dalam menjalankan aktivitas bisnis. Konsep ini mencakup banyak hal, seperti kejujuran, tanggung jawab, dan keadilan dalam transaksi<sup>7</sup>. Menurut Muhammad Djakfar mendefinisikan etika bisnis Islam sebagai norma-norma etika yang berlandaskan Al-Qur'an dan Hadis, yang menjadi acuan bagi pelaku bisnis dalam menjalankan aktivitas ekonomi secara Islami<sup>8</sup>. Sedangkan menurut Muslich mendefinisikan etika bisnis Islam sebagai landasan normatif yang bersumber dari ajaran Islam (Al-Qur'an dan Sunnah). Prinsip ini menjadi pedoman bagi pelaku bisnis untuk menjalankan usaha dengan cara yang alami dan sesuai dengan nilai-nilai agama<sup>9</sup>.

### B. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam

Hukum Islam memiliki elemen etika yang sangat jelas, dan beberapa ayat Al-Quran membahas dasar hukum etika bisnis Islam. Sistem Etika Bisnis Islam adalah sempurna karena merupakan bagian integral dari pandangan hidup Islami. Sebuah standar perilaku harus jujur dan transparan. seperti yang disebutkan dalam ayat 42 surah Al-Baqarah:

وَلَا تَلْبِسُوا الْحَقَّ بِالْبُطْلِ وَتَكْتُمُوا الْحَقَّ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

<sup>7</sup> Esti Maryani and Nansi Rianindita, "Analisis Manfaat Penerapan Prinsip Dan Kode Etik Dalam Bisnis," *Journal of Development Economics and Digitalization, Tourism Economics* 1, no. 1 (2024): 1, 20–25, doi:10.59407/jdedte.v1i1.463.

<sup>8</sup> Indah Yuliana, Nanik Wahyuni, and Dyah Sawitri, "Strategi Pengembangan Industri Halal Di Indonesia Berbasis Maqashid Syariah Dan Etika Bisnis Islami" 10, no. 03 (2024): X, 3075–86.

<sup>9</sup> Mirta Aprilia Iuliatno, "Etika Berbisnis Dalam Islam (Studi Takhrij Hadis Bil Lafzhi)," 2023, 6.

“Dan janganlah kamu campur adukkan yang hak dengan yang bathil dan janganlah kamu sembunyikan yang hak itu, sedang kamu mengetahui”. (QS. Al-Baqarah: 42)<sup>10</sup>. Sedangkan dalam salah satu hadist Dari Ibn Mas‘ūd bahwa Rasulullah bersabda: عَلَيكُمْ بِالصِّدْقِ فَإِنَّ الصِّدْقَ يَهْدِي إِلَى الْبِرِّ وَإِنَّ الْبِرَّ يَهْدِي إِلَى الْجَنَّةِ وَمَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَصْدُقُ وَيَتَحَرَّى الصِّدْقَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ صِدِّيقًا وَإِيَّاكُمْ وَالْكَذِبَ فَإِنَّ الْكَذِبَ يَهْدِي إِلَى الْفُجُورِ وَإِنَّ الْفُجُورَ يَهْدِي إِلَى النَّارِ وَمَا يَزَالُ الْعَبْدُ يَكْذِبُ وَيَتَحَرَّى الْكَذِبَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ كَذَّابًا وَفِي الْبَابِ

“Hendaklah kalian selalu menerapkan kejujuran, karena kejujuran akan menuntun kepada kebaikan, dan kebaikan itu menuntun ke surga. Jika seseorang selalu berbuat jujur dan bersungguh-sungguh dalam kejujuran, ia akan ditulis disisi Allah sebagai orang yang sangat jujur. Jauhkanlah diri kalian dari kedustaan, karena kedustaan akan menuntun kepada kemaksiatan, dan kemaksiatan akan menuntun ke neraka. Jika seseorang selalu berdusta, dan bersungguh-sungguh dalam kedustaannya, maka ia akan ditulis disisi Allah sebagai seorang pendusta”.

### C. Prinsip Etika Bisnis Islam

#### 1. *Tauhid (unity)*

*Tauhid* adalah prinsip yang eksklusif. Dalam tingkat absolut, *tauhid* membedakan khalik dari makhluk dan memerlukan penyerahan tanpa syarat setiap makhluk kepada kehendak-Nya. Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial melalui prinsip *tauhid* ini untuk membentuk kesatuan. Menurut perspektif ini, etika dan ekonomi, atau etika dan bisnis, harus terintegrasi, baik secara vertikal maupun horizontal, untuk membentuk persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam yang monolitik yang tidak mengenal perbedaan<sup>11</sup>.

#### 2. *Keseimbangan (equilibrium)*

Prinsip keseimbangan akan menghasilkan tatanan sosial yang baik dan membuat alam semesta hidup dalam harmoni. Akibatnya, setiap perusakan keseimbangan merupakan tindakan kriminal. Dalam konteks perbendaharaan bisnis klasik, prinsip keseimbangan dan keadilan dalam bisnis dijelaskan dengan jelas; pengusaha muslim harus memastikan bahwa mereka menakar dan menimbang dengan neraca yang benar karena ini merupakan tindakan terbaik dan menghasilkan hasil terbaik. Teori keseimbangan ini dapat ditemukan di banyak aspek kehidupan. Kepentingan individu dan sosial, serta keseimbangan antara kebutuhan *duniawi* dan *ukhrawi*, ekonomi, bekerja, hak dan kewajiban adalah contohnya<sup>12</sup>.

<sup>10</sup> “Surat Al-Baqarah Ayat 42 Arab, Latin, Terjemah Dan Tafsir | Baca Di TafsirWeb,” n.d.

<sup>11</sup> Muhammad Toriq Nurmadiansyah, *Etika Bisnis Islam : Konsep Dan Praktek* (Sleman: CV Cakrawala Media Pustaka, 2021).

<sup>12</sup> Nurmadiansyah, *Etika Bisnis Islam : Konsep Dan Praktek*.

### 3. Kehendak Bebas (*Free Will*)

Menurut Islam, manusia memiliki kehendak bebas, tetapi hanya Tuhan yang memiliki kebebasan mutlak. Namun, manusia juga relatif bebas di luar batas skema penciptaan-Nya. Karena manusia bebas, mereka memiliki kewajiban untuk bertanggung jawab atas pilihan mereka. Baik sebagai makhluk maupun sebagai *khalifah* di muka bumi (sampai batas tertentu), manusia diberi kehendak bebas untuk membimbing kehidupannya sebagai *khalifah*. Menurut aksioma kehendak bebas ini dalam bisnis, manusia memiliki kebebasan untuk membuat perjanjian, termasuk menerima atau menolak. Jika seorang muslim percaya pada kehendak Allah, dia akan menghormati semua janji yang dia buat. Ia mengakui bahwa Allah memerhatikan kehidupan sosial dan individu dan merupakan bagian dari masyarakat<sup>13</sup>.

### 4. Pertanggungjawaban (*Responsibility*)

Adanya prinsip kehendak bebas menghasilkan prinsip pertanggungjawaban. Orang bertanggung jawab atas apa yang mereka lakukan karena mereka bebas. Jika ketentuan kesetimbangan alami dipenuhi, kebebasan harus diimbangi dengan pertanggungjawaban. Dengan kata-kata, "Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya". Dalam Islam, tidak boleh ada kontradiksi antara kebebasan individu dan tanggung jawab manusia karena kebebasan individu harus dilihat dari sudut pandang kebebasan sosial. Orang-orang yang memiliki kesadaran sosial dipandang lebih tinggi di mata Tuhan daripada orang-orang yang tidak bergerak<sup>14</sup>.

## D. Pengertian Jual Beli

Secara umum, jual beli adalah suatu transaksi di mana satu pihak (penjual) menyerahkan barang atau jasa kepada pihak lain (pembeli) dengan imbalan uang atau barang lainnya. "Al-bai" adalah istilah Arab untuk jual beli, yang berarti pertukaran. Menurut Muslich, jual beli adalah tukar menukar barang yang dilakukan dengan cara tertentu dan disepakati oleh kedua belah pihak, baik barang maupun jasa. Jual beli dapat dilakukan secara langsung, seperti di pasar konvensional, atau secara tidak langsung melalui media elektronik, seperti *e-commerce*. Dalam hal hukum, jual beli ini juga diatur oleh berbagai ketentuan untuk menjaga hak dan kewajiban kedua belah pihak dan memastikan bahwa transaksi itu adil dan transparan<sup>15</sup>.

---

<sup>13</sup> Nurmadiansyah, *Etika Bisnis Islam : Konsep Dan Praktek*.

<sup>14</sup> Nurmadiansyah, *Etika Bisnis Islam : Konsep Dan Praktek*.

<sup>15</sup> Z Sahman and Misyatun Misyatun, "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Ikan Di Pasar Tradisional Pagesangan," *Journal of Sharia Economy and Islamic Tourism* 4, no. 1 (2024): IV, 40–48.

## E. Mekanisme Jual Beli

Mekanisme jual beli adalah serangkaian proses mulai dari identifikasi kebutuhan, pencarian produk, negosiasi, pembayaran, hingga penyerahan barang dan layanan purna jual. Secara umum, mekanisme jual beli dapat dijabarkan dalam beberapa tahapan berikut:

### 1. Identifikasi kebutuhan

Proses ini melibatkan pengumpulan dan analisis data mengenai kebutuhan dasar dan keinginan pelanggan agar produk atau jasa yang ditawarkan dapat tepat sasaran dan memenuhi ekspektasi pasar. Identifikasi kebutuhan biasanya dilakukan melalui riset pasar, survei, wawancara, observasi perilaku konsumen, dan analisis data pembelian, sehingga bisnis dapat mengenali peluang dan celah pasar yang potensial<sup>16</sup>.

### 2. Pencarian informasi

Calon konsumen mengumpulkan berbagai informasi yang relevan, tidak hanya dari sumber resmi penjual, tetapi juga dari berbagai media online dan sumber lain untuk memastikan kepercayaan dan kecocokan produk dengan kebutuhan mereka. Proses ini bisa melalui berbagai cara seperti browsing, membandingkan harga, membaca review, hingga berkomunikasi langsung dengan penjual melalui media sosial atau platform *e-commerce*<sup>17</sup>.

### 3. Evaluasi dan seleksi

Konsumen membandingkan berbagai pilihan produk atau jasa, menyeleksi mana yang paling sesuai dengan kebutuhan dan preferensi, konsumen menilai dan membandingkan berbagai alternatif produk atau jasa yang tersedia untuk memenuhi kebutuhan mereka.

### 4. Negosiasi dan kesepakatan

Penjual dan pembeli melakukan interaksi, negosiasi harga, dan menyepakati syarat-syarat transaksi, seperti harga, jumlah, kualitas, serta cara pembayaran dan penyerahan barang. Negosiasi bukan sekadar tawar-menawar biasa, tetapi merupakan dialog yang melibatkan saling pengertian kebutuhan, harapan, dan keberatan dari kedua pihak agar tercipta kesepakatan yang saling menguntungkan.

### 5. Pembayaran

Setelah kesepakatan tercapai, pembeli melakukan pembayaran sesuai metode yang telah disetujui, misalnya tunai, transfer bank, kartu kredit, atau metode lainnya. Proses pembayaran menandai realisasi transaksi dan menjadi

---

<sup>16</sup> Fatchurrachman Fatchurrachman, "Analisis Strategi Pemasaran Wardah Dalam Membangun Citra Halal Di Pasar Kosmetik Indonesia (Pendekatan Kualitatif Pada Konsumen Beragama Muslim Di Semarang)" (Universitas Islam Sultan Agung Semarang, 2024).

<sup>17</sup> Angeline Angeline, Davin Allister, and Levira Leo Gunawan, "Pengembangan UMKM Digital Sebagai Upaya Ketahanan Bisnis Pasca Pandemi Covid-19," *Prosiding Serina 2*, no. 1 (2022): II, 85–92.

bukti sah bahwa pembeli telah memenuhi kewajibannya sesuai dengan kesepakatan harga dan syarat yang telah ditentukan.

#### 6. Penyerahan barang atau jasa

Penjual menyerahkan barang atau jasa kepada pembeli sesuai dengan kesepakatan. Penjual menyerahkan produk fisik atau layanan yang telah dibeli kepada pembeli sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat sebelumnya.

#### 7. Evaluasi pasca pembelian

Setelah transaksi selesai, konsumen menilai kembali produk atau jasa yang telah dibeli untuk menentukan apakah produk tersebut sesuai dengan harapan dan kebutuhan mereka.

### F. Pengertian Tembakau Linting

Tembakau linting juga disebut rokok linting, adalah produk tembakau yang dibuat dengan memotong daun tembakau menggunakan kulit jagung atau kertas. Proses ini memberi perokok kebebasan untuk memilih jenis tembakau dan campuran yang mereka inginkan, yang menghasilkan pengalaman merokok yang lebih unik dan nyentrik<sup>18</sup>. Sejarah mencatat bahwa Jamhari merupakan yang pertama kali menemukan rokok linting pada akhir abad ke-16. Dia mengolah cengkeh dan tembakau menjadi obat dan kemudian mengubahnya menjadi rokok. Tembakau linting merupakan salah satu jenis tembakau yang populer di Indonesia, terkenal karena kualitas dan variasinya yang beragam. Di antara jenis-jenis tembakau linting yang terkenal adalah:

1. Tembakau Gayo Aceh
2. Tembakau Darmawangsi
3. Tembakau Temanggung
4. Tembakau Tambeng
5. Tembakau Mole

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Karakteristik Informan

Karakteristik informan adalah atribut yang menunjukkan bahwa individu tersebut tepat dan kredibel sebagai sumber informasi dalam penelitian<sup>19</sup>. Karakteristik Informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

<sup>18</sup> Lina Dwiyantri, "Perkembangan Tembakau Srintil Di Temanggung (1974-1998)" (Universitas Negeri Jakarta, 2023).

<sup>19</sup> Nidia Suriani, M Syahrani Jailani, and others, "Konsep Populasi Dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan," *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam* 1, no. 2 (2023): 1, 24-36.

### 1. Karakteristik Informan Berdasarkan Jenis Kelamin

Dalam penelitian ini, informan terdiri dari dua kelompok berdasarkan jenis kelamin, yaitu laki-laki dan perempuan. Pembagian ini bertujuan untuk memahami apakah terdapat perbedaan sudut pandang, pengalaman, atau pola respons yang dipengaruhi oleh faktor gender.

Tabel 3.1

#### Karakteristik Responden Menurut Usia

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)
1	Laki-Laki	15
2	Perempuan	0
Total		15

(Sumber : Diolah Oleh Penulis, 2025)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa responden dari penelitian ini mayoritas berjenis kelamin laki-laki. Setiap data yang diterima oleh penulis didapatkan dengan melakukan pengamatan dalam observasi dan wawancara langsung kepada pemilik dan konsumen toko bako odeg.

### 2. Karakteristik Informan Berdasarkan Usia

Informan dalam penelitian ini memiliki rentang usia yang beragam, yang mencerminkan variasi pengalaman, pola pikir, dan pendekatan kepada persepsi dan respons masing-masing individu

Tabel 3.1

#### Karakteristik Responden Menurut Usia

No	Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)
1	17-23	4
2	23-28	11
3	>28	0
Total		15

(Sumber : Diolah Oleh Penulis, 2025)

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari 15 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini, 11 responden dengan usia dari 23-28 tahun mendominasi karakteristik, kelompok usia muda 17-23 tahun hanya memiliki 4 responden, dan kelompok usia lebih dari 28 tahun tidak ada.

### 3. Karakteristik Informan Berdasarkan Pendidikan

Informan dalam penelitian ini memiliki latar belakang pendidikan yang beragam, mencerminkan variasi wawasan, cara berpikir, serta tingkat pendidikan turut cara informan menginterpretasi informasi

Tabel 3.2  
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)
1	SMA/Sederajat	10
2	S1/Srata 1	5
	Total	15

(Sumber : Diolah Oleh Penulis, 2025)

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas adalah berpendidikan pada jenjang SMA sebanyak 10 dari total 15 orang. Tingkat pendidikan formal maupun non-formal yang dimiliki oleh pemilik dan konsumen akan berkorelasi dengan kemampuan mereka dalam memahami konsep-konsep operasional, regulasi, dan prinsip-prinsip etika dalam menjalankan tugasnya. Responden dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi cenderung memiliki perspektif yang lebih komprehensif tentang pentingnya transparansi, akuntabilitas, dan kepatuhan terhadap aturan dalam praktik etika bisnis Islam.

## B. Mekanisme Praktik Jual Beli Di Toko Bako Odeg

### 1. Proses pemesanan

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, bahwa untuk proses pemesanan yang dilakukan di Toko Bako Odeg biasanya calon konsumen datang langsung ke toko untuk melakukan proses pemesanan awal yaitu dengan memilih Tembakau terlebih dahulu. Berdasarkan wawancara dengan Rohimat selaku pemilik Toko, calon konsumen di edukasi terlebih dahulu terkait jenis dan rasa dari Tembakau yang dijual, Rohimat menyebutkan Tembakau yang dijual hanya satu jenis tetapi mempunyai 4 varian rasa seperti Sampoerna, Marlong, Surya, dan Djarum yang diproduksi oleh PT Linting Tembakau Indonesia Yogyakarta. Sebagaimana dalam kutipan wawancaranya mengatakan "Biasanya saya hanya memberi penjelasan secara singkat terkait varian rasa yang tersedia di toko, karena varian rasa Tembakau yang saya jual belikan sudah familiar dengan Tembakau yang konvensional, jadi saya rasa tidak perlu lagi menyediakan *tester* terlebih dahulu, apalagi tembakau yang saya jual merupakan produk yang sudah premium dan resmi ada bea cukainya"<sup>20</sup>.

Berdasarkan landasan teori pada mekanisme jual beli pada tahapan identifikasi kebutuhan, disebutkan bahwa penjual harus mengedukasi kepada calon konsumen atas produk yang dijual, dan Toko Bako Odeg sudah

<sup>20</sup> Petikan Hasil Wawancara dengan Rohimat, "Selaku Pemilik Bako Odeg Pada Tanggal 25 Juni 2025" (2025).

mengimplementasikan edukasi tersebut sebagaimana teori identifikasi kebutuhan dijelaskan.

## 2. Pembuatan Dan Penyerahan Barang

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, setelah calon konsumen memilih varian rasa, Rohimat selaku pemilik toko menyiapkan alat untuk melinting Tembakau untuk diproses pembuatan Tembakau linting. Estimasi pembuatan barang biasanya 1-2 hari setelah proses pemesanan dilaksanakan sebagaimana dalam kutipan wawancara dengan Rohimat sebagai berikut “Saya selalu memberi tahu kepada konsumen untuk proses pembuatan Tembakau linting membutuhkan waktu 1 sampai 2 hari, dikarenakan diluar dari bisnis ini saya harus bekerja”<sup>21</sup>. Meskipun estimasi sudah dijelaskan secara jelas oleh penjual, akan tetapi yang terjadi dilapangan sering terjadi keterlambatan penyerahan produk, hal ini dibenarkan oleh Herlan sebagai konsumen mereka mengaku bahwa keterlambatan ini disebabkan faktor penjual memiliki dua aktivitas sebagai buruh pabrik dan pemilik bisnis Tembakau linting ini.

Hal ini menunjukkan walaupun ada keterlambatan pembuatan proses barang, penjual tetap memberi tahu kendala yang dialami kepada calon konsumen agar tidak menjadi penurunan kepercayaan dari calon konsumen kepada penjual, dan ini sesuai dengan teori praktik jual beli tentang kesepakatan yang Dimana penjual dan calon konsumen melakukan interaksi agar tercapainya kesepakatan yang adil dan tidak merugikan salah satu pihak.

## 3. Pembayaran/transaksi

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, dengan pemilik toko yaitu rohimat proses transaksi atau pembayaran yang dilakukan di Toko Bako Odeg ini bisa dilakukan pada saat proses pemesanan awal atau setelah penyerahan barang Tembakau yang sudah di linting. Kebebasan waktu pembayaran ini sah jika mengacu pada landasan teori praktik jual tentang pembayaran yang dilakukan oleh calon konsumen harus sesuai dengan metode yang ditetapkan oleh penjual sebagaimana transaksi yang dilakukan boleh dilakukan pada awal pemesanan atau ketika Tembakau linting sudah siap diserahkan kepada calon konsumen.

## 4. Penilaian/Komplen Pada Produk Tembakau Linting

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, penilaian produk yang dirasakan konsumen pada produk Tembakau linting biasanya terletak pada kepadatan lintingan yang dirasa berbeda-beda. Hal ini diungkapkan oleh Firman selaku konsumen toko bako odeg pada wawancara sebagai berikut “Ketika menghisap Tembakau, saya merasakan perbedaan setiap batang. Ada yang terlalu padat ketika dihisap, ada juga yang terlalu ringan selebihnya jika

---

<sup>21</sup> Petikan Hasil Wawancara dengan Rohimat, “Selaku Pemilik Bako Odeg Pada Tanggal 25 Juni 2025.”

tentang rasa itu sudah pas dan konsisten”<sup>22</sup>. Pernyataan tersebut wajar terjadi dikarenakan pada saat pembuatan Tembakau liting masih menggunakan alat manual, hal ini dikonfirmasi oleh Rohimat selaku pemilik dan yang membuat produk. Hal ini merupakan evaluasi yang terus dilakukan oleh Rohimat sebagai pemilik bisnis ini, adanya komplanan dari calon konsumen kepada penjual inilah yang menjadi tolak ukur Rohimat sebagai pemilik menjalankan praktik jual beli dengan baik sebagaimana dijelaskan pada landasan teori praktik jual beli pada point evaluasi pasca pembelian.

### C. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Tembakau Liting Bako Odeg di Desa Cikumpay

Berikut merupakan hasil tinjauan etika bisnis Islam pada praktik jual beli di Toko Bako Odeg berdasarkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dapat diketahui bahwa :

#### 1. *Tauhid (unity)*

Berdasarkan wawancara dan observasi di Toko Bako Odeg dalam pelaksanaan praktik jual beli ketika membuat pesanan berdasarkan urutan konsumen yang datang baik itu konsumen lama atau konsumen baru. Hal ini di pertegas oleh Parli selaku konsumen yang menyatakan bahwa “ketika saya datang ketoko Bako Odeg untuk memesan Tembakau, pemilik toko akan memberi tahukan bahwa ada pesanan yang lebih awal dari pesanan saya maka pemilik toko meminta untuk menunggu sesuai pesanan”<sup>23</sup>.

Selain dari sikap adil di Toko Bako Odeg juga menyisihkan Sebagian dari pendapatan penjualan untuk bersedekah sebagai bentuk keridhoan kepada Allah SWT, hal tersebut didapatkan ketika wawancara dengan pemilik toko. Berdasarkan sikap adil dan bersedekah yang dilakukan oleh pemilik toko merupakan cerminan dari prinsip *tauhid* etika bisnis Islam yang menjelaskan bahwa setiap usaha atau bisnis harus menerapkan sikap yang adil serta tidak mendiskriminasikan konsumen baik itu dari segi ras maupun konsumen lama atau baru. Selanjutnya, dengan menyisihkan hasil penjualan untuk bersedekah maka pemilik toko sudah sesuai dengan prinsip *tauhid*, yaitu dengan bersedekah merupakan indikasi bahwa pemilik toko menghindari praktik mal bisnis karena sesungguhnya kekayaan hanya milik Allah SWT.

#### 2. *Keseimbangan (equilibrium)*

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi pemilik usaha tidak pernah mencampur tembakau yang sudah kadaluarsa dengan yang baru dan juga

---

<sup>22</sup> Petikan Hasil Wawancara dengan Firman, “Selaku Konsumen Bako Odeg Pada Tanggal 27 Juni 2025” (2025).

<sup>23</sup> Petikan Hasil Wawancara dengan Parli, “Selaku Konsumen Bako Odeg Pada Tanggal 29 Juni 2025” (2025).

tidak pernah mengurangi jumlah pesanan yang di sepakati dari konsumen, Berdasarkan wawancara diatas dapat diketahui praktik jual beli yang di lakukan oleh Toko Bako Odeg telah sesuai dengan prinsip keseimbangan yang menjelaskan bahwa pemilik usaha tidak boleh mencampur dan sesuai dengan takaran yang di sepakati, karena untuk menghasilkan barang yang terbaik harus di lakukan dengan cara yang baik dan tidak boleh melakukan kecurangan pada bisnis apapun.

### 3. **Kehendak bebas (*free will*)**

Berdasarkan wawancara dan observasi konsumen sering mengalami keterlambatan penyerahan barang yang tidak sesuai dengan kesepakatan awal hal ini di rasakan oleh Aril selaku konsumen dengan kutipan wawancara sebagai berikut “seringkali saya merasakan keterlambatan diluar dari estimasi yang sudah dijanjikan oleh Rohimat yang mana kesepakatan estimasi dilakukan satu hari sampai dua hari pengerjaan”<sup>24</sup>.

Pernyataan di atas juga di konfirmasi oleh firman dan herlan yang juga mengalami keterlambatan penyerahan barang di luar dari estimasi yang di janjikan, hal tersebut dapat terjadi dikarenakan pemilik toko juga bekerja sebagai buruh pabrik sehingga manajemen waktu terbagi dua antara mengurus usaha dan juga buruh pabrik.

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa dalam prinsip Kehendak Bebas ini tidak sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam dikarenakan pada praktiknya tidak sesuai dengan perjanjian yang sudah di sepakati. Hal tersebut bertolak belakang dengan pengertian prinsip Kehendak Bebas bahwa dalam sebuah perjanjian bukan hanya di tepati kepada manusia saja melainkan kepada Allah SWT, karena jika seorang muslim mempercayai kehendak Allah SWT maka seorang muslim akan menepati semua janji yang sudah di buat.

### 4. **Pertanggungjawaban (*responsibility*)**

Berdasarkan wawancara dengan pemilik toko meskipun pada perjanjian penyerahan barang seringkali mengalami keterlambatan. Akan tetapi, Rohimat selaku pemilik toko selalu berupaya bertanggung jawab kepada konsumen dengan cara selalu menginformasikan kepada konsumen, supaya tingkat kepercayaan dan kepuasan konsumen terpenuhi yang mana pernyataan ini diperkuat dalam wawancara sebagai berikut “tentu saja saya selalu memberitahu kepada konsumen jikalau terjadi keterlambatan pada saat

---

<sup>24</sup> Petikan Hasil Wawancara dengan Aril, “Selaku Konsumen Bako Odeg Pada Tanggal 28 Juni 2025” (2025).

proses sebagai bentuk tanggung jawab kepada konsumen agar tidak mengurangi tingkat kepercayaan”<sup>25</sup>.

Pernyataan tersebut diperkuat oleh Agus Rizal jika pada saat proses mengalami keterlambatan pasti diberitahu sebagai bentuk tanggung jawab moral dari penjual kepada konsumen yang tentu saja menghindari dari hal ketidakpastian, Hal tersebut sesuai dengan prinsip etika Bisnis yang mana setiap manusia bertanggung jawab atas kesalahannya dan harus menanggung semua konsekuensi dari ketidakpatuhannya.

#### IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa proses jual beli di toko ini telah berjalan dengan mekanisme yang cukup jelas dan terstruktur, mulai dari proses pemesanan, pembuatan dan penyerahan barang, hingga pembayaran dan penilaian produk oleh konsumen. Pemilik toko berupaya memberikan edukasi kepada konsumen terkait produk yang dijual, menjaga keterbukaan dalam komunikasi terutama terkait estimasi waktu pembuatan dan penyerahan barang, serta memberikan fleksibilitas dalam sistem pembayaran.

Sedangkan dari sisi etika bisnis Islam, secara umum praktik jual beli yang diterapkan telah mencerminkan sebagian besar prinsip-prinsip etika bisnis Islam, seperti prinsip *tauhid* yang tercermin dalam sikap adil terhadap seluruh konsumen dan kebiasaan bersedekah dari hasil usaha. Selain itu, prinsip keseimbangan juga dijalankan dengan menjaga kualitas produk, tidak mencampur tembakau kadaluarsa, serta memenuhi takaran pesanan sesuai kesepakatan. Namun, pada aspek kehendak bebas, masih ditemukan kekurangan berupa keterlambatan penyerahan barang yang tidak sesuai dengan perjanjian awal, meskipun hal ini selalu dikomunikasikan secara terbuka kepada konsumen. Pemilik toko juga menunjukkan sikap tanggung jawab dengan menerima kritik dan berupaya memberikan pelayanan terbaik. meskipun masih perlu peningkatan khususnya dalam hal pemenuhan janji waktu penyerahan barang agar kepercayaan konsumen semakin terjaga dan sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Afrianto, Dedy. “Sejarah Tembakau Nusantara: Candu, Perkebunan, Dan Industri.” *Kompas Pedia*, 2021.
- Angeline, Angeline, Davin Allister, and Levira Leo Gunawan. “Pengembangan UMKM Digital Sebagai Upaya Ketahanan Bisnis Pasca Pandemi Covid-19.” *Prosiding Serina 2*, no. 1 (2022): 85–92.

---

<sup>25</sup> Petikan Hasil Wawancara dengan Rohimat, “Selaku Pemilik Bako Odeg Pada Tanggal 25 Juni 2025.”

- Dwiyanti, Lina. "Perkembangan Tembakau Srintil Di Temanggung (1974-1998)." UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA, 2023.
- Fatchurrachman, Fatchurrachman. "Analisis Strategi Pemasaran Wardah Dalam Membangun Citra Halal Di Pasar Kosmetik Indonesia (Pendekatan Kualitatif Pada Konsumen Beragama Muslim Di Semarang)." Universitas Islam Sultan Agung Semarang, 2024.
- Iuliatno, Mirta Aprilia. "Etika Berbisnis Dalam Islam (Studi Takhrij Hadis Bil Lafzhi)," 2023, 6.
- Maryani, Esti, and Nansi Rianindita. "Analisis Manfaat Penerapan Prinsip Dan Kode Etik Dalam Bisnis." *Journal of Development Economics and Digitalization, Tourism Economics* 1, no. 1 (2024): 20–25. doi:10.59407/jdedte.v1i1.463.
- Nurmadiansyah, Muhammad Toriq. *Etika Bisnis Islam : Konsep Dan Praktek*. Sleman: CV Cakrawala Media Pustaka, 2021.
- Petikan Hasil Wawancara dengan Aril. "Selaku Konsumen Bako Odeg Pada Tanggal 28 Juni 2025." 2025.
- Petikan Hasil Wawancara dengan Firman. "Selaku Konsumen Bako Odeg Pada Tanggal 27 Juni 2025." 2025.
- Petikan Hasil Wawancara dengan Parli. "Selaku Konsumen Bako Odeg Pada Tanggal 29 Juni 2025." 2025.
- Petikan Hasil Wawancara dengan Rohimat. "Selaku Pemilik Bako Odeg Pada Tanggal 25 Juni 2025." 2025.
- — —. "Selaku Pemilik Bako Odeg Pada Tanggal 8 Januari 2025." 2025.
- Ridwan, Muhammad. "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Tembakau Godoran Di Tulungagung." Tulungagung: UIN SATU Tulungagung, 2023.
- Sahman, Z, and Misyatun Misyatun. "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Ikan Di Pasar Tradisional Pagesangan." *Journal of Sharia Economy and Islamic Tourism* 4, no. 1 (2024): 40–48.
- Shofiyani, Qonita, and Abdur Rohman. "Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Surabaya." *COMMUNITY: Jurnal Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat* 4, no. 2 (2025): 56–63. doi:10.61166/community.v4i2.114.
- "Surat Al-Baqarah Ayat 42 Arab, Latin, Terjemah Dan Tafsir | Baca Di TafsirWeb," n.d.
- Suriani, Nidia, M Syahran Jailani, and others. "Konsep Populasi Dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan." *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam* 1, no. 2 (2023): 24–36.
- Triyani, Hernanda, Muhammad Amin, and Lise Purnamasari. "Etika Bisnis Islam

Pada Sektor Ritel Di Desa Pulau Betung." *Universitas Djuanda Bogor Repository*. Universitas Djuanda Bogor, 2024.

Yuliana, Indah, Nanik Wahyuni, and Dyah Sawitri. "Strategi Pengembangan Industri Halal Di Indonesia Berbasis Maqashid Syariah Dan Etika Bisnis Islami" 10, no. 03 (2024): 3075–86.