

SKRIPSI

**ANALISIS PERILAKU PEDAGANG PASAR TRADISIONAL
DALAM TRANSAKSI JUAL BELI DITINJAU ETIKA BISNIS
ISLAM
(Studi Kasus Pasar Cendrawasih Metro)**

Oleh :

**ILHAM PRATAMA
NPM. 1903011057**



**Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1446 H/2024 M**

**ANALISIS PERILAKU PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DALAM
TRANSAKSI JUAL BELI DITINJAU ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Kasus Pasar Cendrawasih Metro)**

Diajukan Dalam Rangka Memenuhi Tugas dan Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

Ilham Pratama
NPM. 1903011057

Pembimbing: Hermanita, M.M

Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1446 H/2024**

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (satu) berkas
Perihal : Pengajuan Skripsi Untuk Dimunaqosyahkan

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
IAIN Metro
Di_
Tempat

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan sertga perbaikan seperlunya, maka skripsi yang disusun oleh :

Nama : Ilham Pratama
NPM : 1903011057
Prodi : Ekonomi Syari'ah
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Judul : ANALISIS PERILAKU PEDAGANG PASAR TRADISIONAL
DALAM TRANSAKSI JUAL BELI DITINJAU ETIKA BISNIS
ISLAM (Studi Kasus Pasar Cendrawasih Metro)

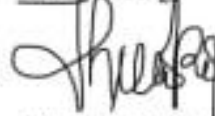
Sudah kami setuju dan dapat diajukan ke fakultas ekonomi dan bisnis islam untuk dimunaqosyahkan.

Demikian harapan kami atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Metro, 18 oktober 2024

Pembimbing



Hermaita M.M

NIP. 197302201999032001

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : ANALISIS PERILAKU PEDAGANG PASAR TRADISIONAL
DALAM TRANSAKSI JUAL BELI DITINJAU ETIKA BISNIS
ISLAM (Studi Kasus Pasar Cendrawasih Metro)

Nama : Ilham Pratama

NPM : 1903011057

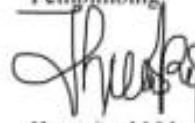
Prodi : Ekonomi Syari'ah

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah fakultas ekonomi
dan bisnis islam IAIN Metro.

Metro, 18 oktober 2024
Pembimbing



Hermaita M.M

NIP. 197302201999032001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 3411
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : B- 2932 /In-28.3 / D / PP-00.9 / 11 / 2024

Skripsi dengan Judul **ANALISIS PERILAKU PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DALAM TRANSAKSI JUAL BELI DITINJAU ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Pasar Cendrawasih Metro)**, disusun oleh **ILHAM PRATAMA, NPM. 1903011057**, Jurusan : **Ekonomi Syariah** yang telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro pada hari/tanggal : **Selasa, 29 Oktober 2024**.

TIM PENGUJI MUNAQOSYAH

Ketua / Moderator : Hotman, M.E.Sy

Penguji I : Zumaroh, M.E.Sy.

Penguji II : Diana Ambarwati, M.E.Sy

Sekretaris : Hanna Hilyati Aulia, M.Si

(.....)
(.....)
(.....)
(.....)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Mat Jali, M.Hum
NIP. 196208121998031001

ABSTRAK

ANALISIS PERILAKU PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DALAM TRANSAKSI JUAL BELI DITINJAU ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Pasar Cendrawasih Metro)

Oleh :

Iham Pratama

NPM.1903011057

Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik negara dan badan usaha milik daerah termasuk tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil modal kecil dan dengan proses jual beli barang dengan melalui tawar-menawar. Etika bisnis dalam islam diatur dalam Al-Qur'an yang telah secara jelas memaparkan petunjuk mengenai hal yang dibolehkan dan tidak dibolehkan dalam melakukan kegiatan bisnis. Namun ada pedagang kedapatan mencampur barang kualitas bagus dengan yang buruk namun dengan harga bagus, dan lain sebagainya. Oleh karena itu penelitian ini berfokus pada Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Dalam Transaksi Jual Beli Ditinjau Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pasar Cendrawasih Metro). Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku pedagang ditinjau Etika Bisnis Islam di Pasar Cendrawasih Metro

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer hasil wawancara dengan pedagang sembako di Pasar Cendrawasih Metro dengan jumlah responden 8 pedagang sembako. Untuk uji kredibilitas data dengan triangulasi teknik. Yang di dapat dari observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian perilaku pedagang sembako di Pasar Cendrawasih Metro sebagian sudah menerapkan etika bisnis Islam terlihat dari prinsip tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, kebenaran dan kejujuran. Oleh karena itu, pedagang buah-buahan dipasar cikurubuk sebagian sudah memahami etika bisnis Islam.

Kata Kunci:*Perilaku Pedagang, Pasar, Etika Bisnis Islam*

HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN

Saya Yang Bertanda Tangan Di Bawah Ini :

Nama : Ilham Pratama
NPM : 1903011057
Prodi : Ekonomi Syari'ah
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa tugas skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian yang di tunjuk darisumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 18 Oktober 2024

Yang membuat pernyataan,



Ilham Pratama
NPM.1903011057

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S An-Nisa’ : 29)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Terucap syukur kehadirat Allah SWT, ku persembahkan skripsi ini sebagai tanda bukti dan cinta kasih sayang serta baktiku yang tulus kepada:

1. Ayahandaku tercinta Bapak Bejo Riyanto yang telah menjadi sosok ayah yang sangat aku kagumi dan selalu mendukungku dalam menggapai cita – cita serta tak lupa mendoakan untuk setiap keberhasilanku.
2. Ibundaku tercinta Ibu Latminah yang telah membesarkanku dengan penuh kesabaran, kasih sayang dan tak pernah bosan menyemangatiku serta tak pernah lelah menengadahkan tangan untuk senantiasa mendoakan keberhasilan dan kebahagiaan anak – anaknya.
3. Kakakku tercinta Dewi Nur Rofi'ah yang terus memberi dukungan dan semangat serta perhatian dalam penulisan skripsi ini.
4. Adikku tersayang Siti Khotimah yang selalu mendo'akan dan memberi semangat dalam penulisan skripsi ini.
5. Seluruh dosen IAIN Metro Lampung yang telah memberikan ilmunya, pengalaman serta bimbingannya khususnya Ibu Putri Hermanita, M.M
6. Almamaterku tercinta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung yang selalu aku banggakan dan telah memberiku banyak pengalaman yang akan selalu aku kenang.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT Atas Taufik Hidayah dan Inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan program Strata satu (S1) Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE).

Upaya penyelesaian skripsi ini, Peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Siti Nurjanah, M.Ag.,PIA selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.
2. Ibu Dr Siti Zulaikha, S.Ag.,MH Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Yudhistira Ardana, M.E.K Selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Ibu Hermanita, M.M Selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberi motivasi dalam penyelesaian proposal skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Ekonomi Syariah.

Metro, 03 November 2024

Peneliti



Ilham Pratama

NPM. 1903011057

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN ABSTRAK	v
HALAMAN ORISINAL PENELITIAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
HALAMAN KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian	5
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	6
1. Tujuan Penulisan	6
2. Manfaat Penelitian	7
D. Penelitian Relevan	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Perilaku Dagang	9
1. Pengertian Perilaku Dagang	9
2. Faktor Yang Mempengaruhi Perubahan Sikap dan Perilaku Pedagang.....	10
3. Syarat dan Kriteria Pedagang Sukses	12

B. Etika Bisnis	15
1. Pengertian Etika Bisnis	15
2. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam	17
3. Prinsip-prinsip Etika Bisnis	19
4. Ruang Lingkup Etika Bisnis Islam	22
5. Fungsi Etika Bisnis Islam	23
BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Jenis Dan Sifat Penelitian	25
B. Sumber Data	26
C. Teknik Pengumpulan Data	27
D. Teknik Penjamin Keabsahan Data	30
E. Teknik Analisa Data	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	34
A. Deskripsi Lokasi Penelitian	34
B. Deskripsi Hasil Penelitian	37
C. Pembahasan	44
BAB V PENUTUP.....	53
A. Kesimpulan	53
B. Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Bimbingan Skripsi
2. Surat Tugas
3. Izin Research
4. Surat Balasan Research
5. Surat Bebas Pustaka
6. Alat Pengumpulan Data (APD)
7. Surat Uji Plagiasi
8. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
9. Foto-Foto Penelitian
10. Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pasar telah lama ada sejak dahulu bahkan menyatu dan mempunyai peranan penting dalam kehidupan masyarakat sehari-hari, pasar juga berfungsi bukan hanya tempat bertemunya antara penjual dan pembeli namun juga sebagai wadah untuk berinteraksi sosial antar masyarakat.

Pasar merupakan area tempat jual beli barang dengan jumlah penjualan lebih dari satu baik yang disebut pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik negara dan badan usaha milik daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil modal kecil dan dengan proses jual beli barang dengan melalui tawar-menawar¹.

Pasar dalam perkembangannya dibagi menjadi dua yakni pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional di dalamnya biasanya terdapat banyak penjual, berlangsung dengan manajemen tanpa disertai perangkat teknologi modern dan pedagangnya cenderung lebih banyak menengah kebawah dan tersebar, baik di kampung-kampung kota-kota kecil dan kota-kota besar dengan jam kerja rata-rata dari subuh sampai siang atau sore hari.

¹ Yunus, I. *Analisis Potensi Pasar Tradisional Pengelolaan Pada Pasar Surya Surabaya*, (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2018).

Sedangkan pasar modern adalah pasar yang menggunakan teknologi modern, konsumennya dan pedagang dari golongan menengah ke atas, harga yang ditawarkan tetap dan sistem pelayanannya sendiri.

Pasar Cendrawasih merupakan salah satu pasar tradisional yang ada di kota Metro yang beralamatkan di Jl. Raya Punggur No.11, Imoporo, Kecamatan Metro Pusat, penjual dan pembelinya berasal dari masyarakat sekitarnya dan orang-orang diluar Kota Metro dan sekitarnya.

Etika bisnis yakni seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, salah, dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi, guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat. Sedangkan titik sentral etika bisnis islam adalah menentukan kebebasan manusia untuk bertindak dan bertanggungjawab karena kepercayaan terhadap kemahakuasaan tuhan. Hanya saja kebebasan manusia tidaklah mutlak, dalam arti kebebasan yang terbatas. Dengan kebebasan tersebut manusia mampu memilih antara baik dan jahat, benar dan salah, halal dan haram².

Pada hakikatnya ekonomi Islam adalah metamorfosa dari nilai-nilai dalam Islam yang mengajarkan tentang masalah-masalah ekonomi dalam kehidupan manusia.³ Berdagang merupakan sebuah usaha dalam meningkatkan perekonomian masyarakat seperti menjual kebutuhan sehari-hari, bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, pakaian, sandal, warung, jasa parut kelapa, kue-kue dan barang-barang lainnya.

² Faisal Badroen, *Op.Cit*,H.70

³ Muhammad, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*,(Yogyakarta: Graha Ilmu,2007). h. 1.

Dengan adanya usaha yang demikian diharapkan untuk memungkinkan masyarakat dalam menciptakan kondisi ekonomi yang lebih baik dari sebelumnya. Terutama dalam pemenuhan kebutuhan hidupnya. Agar pencapaian ini dapat dilakukan secara maksimal maka dianggap perlu menggali potensi yang ada untuk dikembangkan lebih jauh.

Akan tetapi, jika berdagang hanyalah untuk mencari keuntungan yang besar dan menjadi tujuan usahanya, maka seringkali mereka menghalalkan berbagai cara untuk mencapai tujuan tersebut, dalam hal ini sering terjadi perbuatan negatif yang akhirnya menjadi kebiasaan. Tentu ini tidak sesuai dengan prinsip ekonomi Islam.

Seorang Muslim idealnya segala sesuatu kegiatannya mengikuti aturan syariat yang ada, baik dari Al-qur'an maupun sunnah Nabi. Semua itu berlaku bagi semua muslim termasuk pedagang muslim yang ada di pasar tradisional karena kita ketahui Nabi Muhammad sendiri merupakan seorang pedagang yang dapat dipercaya kala itu dan memiliki kekayaan yang cukup banyak karena kejujurannya dalam berdagang. Sebagaimana firman Allah SWT:

﴿أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ۝ ١٨١ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۝ ١٨٢ وَلَا تَبْخَسُوا
النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ۝ ١٨٣﴾

Artinya: "Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu. Termasuk orang-orang yang merugikan;(181) dan timbanglah dengan timbangan yang lurus;(182) dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan;(183)"⁴ (QS. Asy-Syu'ara' [26]: 181-183)

⁴ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: Diponegoro, 2011

Maksud dari ayat di atas adalah Allah SWT telah menganjurkan kepada seluruh umat manusia pada umumnya, dan kepada para pelaku bisnis khususnya untuk berlaku jujur dalam menjalankan roda bisnisnya dalam bentuk apapun, adanya sebuah penyimpangan dalam menimbang, menakar, dan mengukur barang merupakan satu contoh wujud kecurangan dalam berbisnis.⁵

Pasar mendapatkan kedudukan yang penting dalam perekonomian Islam. Rasulullah sangat menghargai harga yang dibentuk oleh pasar sebagai harga yang adil. Oleh karena itu, Islam menekankan adanya moralitas seperti persaingan yang sehat, kejujuran, keterbukaan, dan keadilan. Implementasi nilai-nilai tersebut merupakan tanggung jawab bagi setiap pelaku pasar. Bagi seorang muslim, nilai-nilai ini ada sebagai refleksi dari keimanannya kepada Allah, bahkan Rasulullah menegur langsung transaksi perdagangan yang tidak mengindahkan moralitas.⁶

Dengan adanya pasar potensi-potensi didalamnya dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang mana keberadaannya sangat vital bagi masyarakat dan peningkatan perekonomian. Perkembangan ekonomi yang sangat pesat menimbulkan persaingan bisnis semakin tinggi. Dengan persaingan yang begitu tinggi para pelaku bisnis menggunakan segala cara untuk mendapat keuntungan bahkan para pelaku bisnis sering mengabaikan etika dalam menjalankan bisnis.

⁵ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*. (Semarang: Walisongo Press, 2013), h. 154.

⁶ Baidowi Aris, "Etika Bisnis Perspektif Islam", *Jurnal Hukum Islam*, Vol. 9, No. 2, IAIN Pekalongan, Desember 2018, h. 4.

Berdasarkan hasil survey pada tanggal 25 Juli 2023 dan wawancara yang penulis lakukan kepada Bapak Dharma Setyawan selaku salah satu pedagang dan Bapak Asep Hidayat Formayos di pasar Cendrawasih banyak ditemukan para pedagang yang mengabaikan etika dalam menjalankan bisnisnya. Menurut pengamatan sementara yang dilakukan peneliti terkait perilaku pedagang pasar Cendrawasih bahwa para pedagang tidak menepati pesanan yang dibuat dengan pembeli, ada pedagang ketika melayani pembeli tidak bersikap ramah atau murah hati, beberapa pedagang kedapatan mencampur barang kualitas bagus dengan yang buruk namun dengan harga bagus, pedagang dalam menimbang barang yang dijual tidak sesuai takaran, beberapa pedagang tidak melayani komplet atas barang yang dijualnya dengan baik, dan lain sebagainya.⁷

Adapun peneliti sedikit mewawancarai kepada konsumen pada tanggal 06 Agustus 2023 yang dimana konsumen bernama ibu Lasmina beliau penduduk asli Kota Metro. Ibu Lasmina berkata bawang merah / bawang putih yang dijual para pedagang di pasar Cendrawasih tidak sesuai dengan harga yang dimana harga lebih mahal dan kualitas barang yang kurang bagus. Perselisihan harga ecer dengan grosir itu sangat jauh berbeda maka demikian peneliti tertarik untuk mengulik hasil wawancara ini.

Dengan kata lain jika para pedagang menerapkan etika bisnis yang sesuai dengan Islam, akan memperkuat potensi-potensi yang ada didalamnya. Dimana para pembeli yang datang akan semakin ramai yang impactnya akan menaikkan pendapatan para pedagang demi mendapatkan kesejahteraan hidup.

⁷ Bapak Dharma Setyawan (Pedagang Pasar Cendrawasih Metro) 25 Juli 2023.

Jika pembeli yang datang semakin ramai secara otomatis akan membuka lapangan pekerjaan juga bagi masyarakat sekitar⁸.

B. Rumusan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penulis merumuskan inging melakukan penelitian dengan judul Analisis Prilaku Pedagang Pasar Tradisional Dalam Transaksi Jual Beli Ditinjau Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pasar Cendrawasih Metro) dengan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana Penerapan Etika Bisnis Islam Di Pasar Cendrawasih Dalam Transaksi Jual Beli Jika Ditinjau Dari Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam?

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penulisan

Adapun tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui penerapan etika bisnis Islam di Pasar Cendrawasih dalam transaksi jual beli jika ditinjau dari prinsip-prinsip etika bisnis Islam.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini memberikan deskripsi pengembangan kepada dua wilayah yang berbeda, yaitu:

⁸ Pra Survey 25 juli 2023

a. Manfaat Teoritis

- 1) Sebagai bahan referensi yang diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi pembaca terutama tentang penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli.
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan dan teknologi khususnya dalam teori ekonomi islam, dalam rangka penerapan etika bisnis dalam transaksi jual beli di pasar tradisional.
- 3) Bagi peneliti baru, diharapkan dapat dijadikan sumber informasi dan referensi untuk kemungkinan penelitian topiktopik yang berkaitan baik yang bersifat melengkapi ataupun lanjutan.

b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi Pedagang Diharapkan dapat memberikan masukan bagi para pedagang tentang hal-hal yang berkaitan dengan etika perdagangan dalam Islam.
- 2) Bagi Masyarakat Diharapkan masyarakat pada umumnya dapat mengerti tata cara dalam melakukan transaksi jual beli yang sesuai dengan etika bisnis Islam.

D. Penelitian Relevan

Peneliti akan memaparkan persamaan dan perbedaan dalam bidang kajian yang diteliti peneliti dengan penelitian sebelumnya. Hal ini perlu di sampaikan oleh peneliti agar tidak terjadi pengulangan terhadap kajian yang sama. Oleh karena itu akan di ketahui hal- hal yang membedakan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu.

Pertama, Penelitian Novita Apriliani dengan judul “Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional Desa Trirahayu Kecamatan Negeri Katon Kabupaten Pesawaran Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam”⁹. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian peneliti yaitu sama-sama mengkaji Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam, sedangkan perbedaannya terletak pada latar belakang masalah, landasan teori, hasil pembahasan serta tempat yang diteliti.

Kedua, penelitian Fina Ulimisba Hati dengan judul “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Di Desa Wringin Kabupaten Bondowoso”¹⁰. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, Penelitian ini memfokuskan pada apakah pemahaman para pedagang pasar waringin terhadap etika bisnis islam dapat dibuktikan dengan cara mereka melakukan aktifitas berdagang. Dan apakah mereka memahami prinsip-prinsip etika bisnis islam.

Ketiga, penelitian Alpi Rahmatika yang berjudul “Analisis Perilaku Pedagang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Pedagang Buah-buahan Pasar Cikurubuk). Penelitian ini mengkaji Perilaku Pedagang buah-buahan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam. yaitu apakah pedagang buah-buahan sudah menerapkan berdagang memakai prinsip etika bisnis islam¹¹

⁹ Novita Apriliani, “*Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional Desa Trirahayu Kecamatan Negeri Katon Kabupaten Pesawaran Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam*”(IAIN Metro,2022)

¹⁰ Fina Ulimisba Hati, “*Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Di Desa Wringin Kabupaten Bondowoso*” (UIN Kiai Haji Achmad Siddiq, 2023)

¹¹ Alpi Rahmatika, “*Analisis Perilaku Pedagang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Pedagang Buah-buahan Pasar Cikurubuk)*, (Universitas Siliwangi, 2022)

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Perilaku Dagang

1. Pengertian Perilaku Dagang

Perilaku adalah tindakan atau perilaku suatu organisme yang dapat diamati dan bahkan dapat dipelajari. Perilaku manusia pada hakikatnya adalah proses interaksi individu dengan lingkungannya sebagai manifestasi hayati bahwa dia adalah makhluk hidup. Perilaku manusia adalah aktivitas yang timbul karena adanya stimulus dan respons serta dapat diamati secara langsung maupun tidak langsung.¹

Perilaku pedagang merupakan salah satu sikap atau tindakan seseorang dalam melakukan sebuah perdagangan disuatu pasar.² Perdagangan atau perniagaan pada umumnya, ialah pekerjaan membeli barang dari suatu tempat atau pada suatu tempat atau pada suatu waktu dan menjual barang itu ditempat lain atau pada waktu berikut dengan maksud memperoleh keuntungan. Dalam zaman modern ini perdagangan adalah memberikan perantara kepada produsen dan konsumen untuk membelikan

¹ Nase Saefudin Zuhri, *Kewirausahaan Kajian Perspektif Umum Dan Islam*, (Bandung: Plater Media Kreasi, 2016), 85.

² Wazin, Relevansi Antara Etika Bisnis Islam dengan Perilaku Wirausaha Muslim (Studi tentang Perilaku Pedagang di pasar Lama Kota Serang Provinsi Banten), *Jurnal* Vol. 1 No. 1, (2014): 13.

dan menjualkan barang barang yang memudahkan dan memajukan pembelian dan penjualan itu.³

Pedagang harus memiliki sikap-sikap dasar yang spesifik. Seorang pedagang harus memiliki sikap bertekad bulat ingin berdagang. Bukan karena terpaksa, ia ingin mandiri dan berhasil karena ingin berhasil maka ia harus bersikap positif. Positif terhadap diri sendiri maupun terhadap orang lain. Namun demikian, masih ada kemungkinan untuk gagal, tetapi ia tidak gentar. Karena itu ia mau belajar dari pengalaman, termasuk dari kegagalannya yang pasti ia berani mandiri dan memimpin.⁴

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa sebagai seorang pedagang harus memiliki sikap terhadap perubahan, sekalipun perubahan jarang dapat diterima secara total oleh setiap orang yang terlibat.

2. Faktor Yang Mempengaruhi Perubahan Sikap dan Perilaku Pedagang

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perubahan sikap dan perilaku dalam berdagang. Faktor-faktor itu adalah sebagai berikut:

a. Efisiensi

Efisiensi dapat dirumuskan sebagai suatu teknik operasional yang berdampak pada pencapaian tujuan secara optimal dan efektif, sehingga sumber daya, waktu, potensi, dan modal termanfaatkan secara penuh tanpa terbuang. Sejalan dengan itu, suatu manajemen

1. ³ Kansil, *Pokok-pokok pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*, (Jakarta: Aksara Baru, 1984),

⁴ Nase Saefudin Zuhri, *Kewirausahaan Kajian Perspektif Umum Dan Islam.*, 88.

yang sukses dapat diartikan sebagai cara yang tidak saja efektif dalam mencapai tujuan, tetapi juga efisien dalam memanfaatkan sumber daya.

b. Perubahan Lingkungan

Dinamika lingkungan ditunjukkan oleh perubahan yang sedemikian cepat terjadi dalam segala bidang. Perubahan lingkungan yang relevan dengan manajemen adalah polusi. Polusi lingkungan adalah akibat dari pengeksploitasian sumber daya industrialisasi. Banyak ahli ekologi (ilmu yang mempelajari hubungan manusia dengan lingkungannya) melihat kemungkinan kerusakan sumber daya yang tidak dapat tergantikan kembali.

c. Perubahan Sosial

Perubahan dalam masyarakat yang dapat muncul adalah pertumbuhan populasi, perubahan kebutuhan masyarakat dan variasi aspek-aspek pengembangan. Hasilnya, seorang pengusaha harus berubah untuk memuaskan kebutuhan masyarakat.

d. Persaingan

Persaingan termasuk pada usaha yang menjual produk-produk sejenis dan memberikan layanan yang sama sehingga bersaing untuk mendapatkan pelanggan yang sama. Terlepas dari barang dan jasa yang ditawarkan, anda akan selalu dihadapkan dengan persaingan, bahkan persaingan terjadi walaupun anda menawarkan barang atau jasa yang tidak sama dengan pesaingnya.

e. Perubahan Teknologi

Teknologi secara berkala berubah sesuai dengan permintaan konsumen. Pengembangan teknologi baru dilakukan untuk menghasilkan produk atau jasa baru. Pengusaha seharusnya menyadari bahwa pengembangan teknologi baru akan mempengaruhi kegiatan usahanya. Ketergantungan anda terhadap teknologi ditentukan oleh lingkungan dimana kegiatan usaha anda beroperasi, dan kesuksesan usaha anda tergantung pada produk itu sendiri, metode produksi dan strategi pemasarannya. Penerapan teknologi baru juga dipengaruhi oleh sifat dan keagresifan pesaing, ukuran keseluruhan industri dan tingkat pertumbuhan.

f. Perubahan Minat

Pengusaha menggunakan perilaku mereka untuk mengendalikan situasi. Sikap mental positif membantu untuk tetap fokus pada kegiatan saling diminati dan hasil yang ingin dicapai. Sebagai tambahan, pengalaman, ketekunan, dan kerja keras adalah inti suksesnya seorang pengusaha.⁵

3. Syarat dan Kriteria Pedagang Sukses

Seorang pedagang harus mau menghadapi tantangan dan resiko yang ada. Resiko dijadikan sebagai pemacu untuk maju. Sedikitnya ada delapan anak tangga yang meliputi keberhasilan seorang pedagang dalam mengembangkan profesinya, yaitu:⁶

⁵ Nase Saefudin Zuhri, *Kewirausahaan Kajian..*, 89.

⁶Ibid, 91.

- a. Kerja Keras Kerja keras merupakan modal keberhasilan seorang pedagang. Setiap pengusaha yang sukses menempuh kerja keras yang sungguh-sungguh dalam usahanya.
- b. Kerja Sama dengan Orang Lain Kerja sama dengan orang lain dapat diwujudkan dalam lingkungan pergaulan sebagai langkah pertama untuk menembangkan usaha. Seorang pedagang harus murah hati, mudah bergaul, ramah, dan disenangi masyarakat dan menghindari perbuatan yang merugikan orang lain.
- c. Penampilan yang Baik. Penampilan yang baik ditentukan pada penampilan perilaku yang jujur dan disiplin.
- d. Yakin Seorang pedagang harus yakin kepada diri sendiri, yaitu keyakinan untuk maju dan dilandasi ketekunan dan kesabaran.
- e. Pandai Membuat Keputusan Seorang pedagang harus dapat membuat keputusan. Jika dihadapkan pada alternative sulit, dengan cara pertimbangan yang matang, jangan ragu-ragu dalam mengambil keputusan yang baik sesuai dengan keyakinan.
- f. Mau Menambah Ilmu Pengetahuan Dengan menambah ilmu pengetahuan, terutama dibidang usaha, diharapkan seorang pedagang dapat mendukung kemampuan dan kemajuan dalam usaha.
- g. Ambisi untuk Maju Tanpa ambisi yang kuat, seorang pedagang tidak akan dapat mencapai keberhasilan. Ambisi yang kuat, harus diimbangi dengan usaha yang keras dan disiplin dari yang baik.

- h. Pandai Berkomunikasi Seorang pedagang harus dapat menarik orang lain dengan tutur kata yang baik, sopan, jujur dan percaya diri. Dengan demikian akan memberi kesan kepada orang lain menjadi tertarik dan orang akan percaya dengan apa yang disampaikan.

B. Etika Bisnis

1. Pengertian Etika Bisnis

Etika dalam bahasa Indonesia berasal dari bahasa Yunani, *ethos* yang berarti kebiasaan atau watak. Etika dapat dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan disaat bersamaan sebagai perilaku. Sehingga etika perdagangan yaitu sebagai perangkat nilai tentang baik buruk, benar dan salah dalam dunia perdagangan. Bisnis adalah sebuah aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengelolaan barang (produksi). Bisnis merupakan aktivitas berupa jasa, perdagangan dan industri guna memaksimalkan keuntungan.⁷

Etika bisnis merupakan aturan-aturan main yang berhubungan erat dengan norma dan prinsip-prinsip umum yang berlaku di dalam masyarakat yang bertujuan untuk memberikan rasa aman dan nyaman bagi pihak-pihak yang melakukan aktivitas bisnis yang di dalamnya terdapat aspek hukum, kepemilikan, pengelolaan dan pendistribusian harta.⁸

⁷ Muthmainnah, "Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli pada Pedagang di Pasar Tradisional Peunayong Banda Aceh", (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2019): 10-11

⁸ Fakhry Zamzam, Havis Aravik, "*Etika Bisnis Islam*", (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 73.

Menurut Djakfar, etika bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan al-Qur'an dan Hadits yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnis.⁹

Menurut Abdul Aziz, etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan.¹⁰

Etika bisnis islam sebenarnya telah diajarkan Nabi Muhammad SAW saat menjalankan perdagangan. Karakteristik Nabi Muhammad SAW, sebagai pedagang adalah selain dedikasi dan keuletannya juga memiliki sifat shiddiq, fathanah, amanah, dan tabligh. Ciri-ciri itu masih ditambah istiqamah, yaitu:

- a. Shiddiq, berarti mempunyai kejujuran dan selalu melandasi ucapan, kekayaan dan amal perbuatan atas dasar nilai-nilai yang diajarkan islam. Istiqamah atau konsisten dalam iman dan nilai-nilai kebaikan, meski menghadapi godaan dan tantangan. Istiqamah dalam kebaikan ditampilkan dalam keteguhan, kesabaran serta keuletan sehingga menghasilkan sesuatu yang optimal.
- b. Fathanah berarti mengerti, memahami, dan menghayati secara mendalam segala yang terjadi tugas dan kewajibannya. Sifat ini akan

⁹ Muhammad Djakfar, Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi (Jakarta: Penebar Plus, 2012), 30

¹⁰ Abdul Aziz, Etika Bisnis Perspektif Islam. (Bandung: Alfabeta, 2013), 35.

menimbulkan kreativitas dan kemampuan melakukan berbagai macam inovasi yang bermanfaat.

- c. Amanah, tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. Amanah ditampilkan dalam keterbukaan, Kejujuran, pelayanan yang optimal, dan ihsan (kebijakan) dalam segala hal.
- d. Tabligh, mengajak sekaligus memberikan contoh kepada pihak lain untuk melaksanakan ketentuan-ketentuan ajaran islam dalam kehidupan sehari-hari (sebagai sumber).

Para pelaku usaha dituntut mempunyai kesadaran mengenai etika dan moral, karena keduanya merupakan kebutuhan yang harus dimiliki. Pelaku usaha atau perusahaan yang ceroboh dan tidak menjaga dan etika, tidak akan berbisnis secara baik sehingga dapat mengancam hubungan sosial dan merugikan konsumen, bukan dirinya sendiri. Etika dijadikan pedoman dalam kegiatan ekonomi dan bisnis, maka etika bisnis menurut ajaran islam juga dapat digali langsung dari Al-Qur`an hadis Nabi.¹¹

Berdasarkan penjelelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam adalah adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk benar, salah dan halal haram dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariah.

¹¹ Veithzal Rivai dan Andi Buchari, *Islamic Economics: Ekonomi Syariah Bukan Opsi, Tetapi Solusi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), hlm. 236-237.

2. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam

Al-Qur'an menegaskan dan menjelaskan bahwa di dalam berbisnis tidak boleh dilakukan dengan cara kebathilan dan kedzaliman, akan tetapi dilakukan atas dasar sukarela atau keridhoan, baik ketika untung ataupun rugi, ketika membeli atau menjual dan sebagainya. Sebagaimana firman Allah pada AL-Qur'an Surat An-Nisa ayat 29 sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۚ ٢٩

Atinya : "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (Q.S. An-Nisa, 29)"¹²

Ayat di atas menjelaskan bahwa aturan main perdagangan Islam melarang adanya penipuan di antara kedua belah pihak yakni penjual dan pembeli harus ridha dan sepakat serta harus melaksanakan berbagai etika yang harus dilakukan oleh para pedagang Muslim dalam melaksanakan jual beli. Dengan menggunakan dan mematuhi etika perdagangan Islam tersebut, diharapkan suatu usaha perdagangan seorang Muslim akan maju dan berkembang pesat lantaran selalu mendapat berkah dari Allah SWT di dunia dan di akhirat. Etika perdagangan Islam menjamin, baik pedagang

¹² Q.S. An-Nisa, 29

maupun pembeli masing-masing akan saling mendapat keuntungan. Hal ini sesuai dengan hadis Nabi sebagai berikut:

عَنْ حَكِيمِ بْنِ حَزَامٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، قَالَ:
الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا، أَوْ قَالَ: حَتَّى يَتَفَرَّقَا، فَإِنْ صَدَقَا وَبَيْنَا، بُورِكَ
لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا، وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا، مُحِقَّتْ بَرَكَةُ بَيْعِهِمَا.

Artinya : “Dari Hakim bin Nizam ra. Rosulullah SAW bersabda, “dua orang yang melakukan jual beli boleh memilih (antara melanjutkan jual beli atau membatalkannya) selama keduanya belum berpisah. Apabila keduanya bersikap jujur dan berterus terang, maka jual belikeduanya diberkahi. Akan tetapi, jika keduanya berdusta dan menyembunyikan (aibnya), maka dileburkan keberkahan jual beli keduanya itu.”(HR. Muttafaq’Alaihi).¹³

Dari hadis diatas dapat diketahui bahwa kejujuran merupakan pondasi yang sangat penting bagi pelaku bisnis. Diantara bentuk kejujuran adalah seorang pebisnis harus komitmen dalam jual belinya dengan berlaku terus terang dan transparan untuk melahirkan ketentraman dalam hati, hingga Allah memberikan keberkahan dalam jual belinya, dan mengangkat derajatnya disurga ke derajat para nabi, orang-orang yang jujur, dan orang-orang yang mati syahid.

3. Prinsip-prinsip Etika Bisnis

Etika Bisnis islam harus berdasarkan prinsip-prinsip dasar Etika bisnis islam yang mencakup :

¹³ Shahih Bukhari, Hadits Nomor 2082.

a. Kesatuan (*Unity*)

Adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh. Dari konsep ini maka islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis dapat terpadu, vertikal atau horizontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem islam.¹⁴

b. Keseimbangan (*Equilibrium*)

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۗ اعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya :

“Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap suatu kaum, membuatmu berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah,

¹⁴ Rafik Issa Beekum, Etika Bisnis Islam, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 1997), h. 34

sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”

(Q.S Al-Maidah : 8)¹⁵

c. Kehendak Bebas (*Free Will*)

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Kecenderungan manusia untuk terus-menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya melalui zakat, infak, dan sedekah.

d. Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya. Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya.

e. Kebenaran kebijakan dan kejujuran

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu

¹⁵ Qs. Al-Maidah (5): 8

kebijakan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap, dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis.

4. Ruang Lingkup Etika Bisnis Islam

Setelah melihat pentingnya dan urgennya etika bisnis islam apalagi di era modern yang hampir disemua bidang, khususnya bidang bisnis, etika apalagi akhlak islam terabaikan, maka ada baiknya kita tinjau lebih lanjut apa saja sasaran dan lingkup etika bisnis islam itu.

Ruang lingkup etika bisnis islam dikelompokkan menjadi empat bagian penting, yaitu:

- a. Konsepsi islam dan nilai-nilai yang ada didalamnya.
- b. Konsep dasar etika bisnis secara umum dan landasan teori-teori yang membentuknya.
- c. Akhlak islami sebagai fondasi dasar peletakan etika bisnis islam dan masalahmasalah yang terkandung didalamnya perspektif Al-Qur'an dan Al-Hadist.
- d. Internalisasi akhlak islam dalam bisnis, yang difokuskan pada perilaku produsen, konsumen, distributor bagi perusahaan, pelaku

pasar, etika perbankan dan lembaga yang mengatasi persengketaan (*ash-shulh dan at-tahkim*).¹⁶

5. Fungsi Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam memiliki beberapa fungsi yang harus terlaksana yaitu:

- a. Etika bisnis berupaya untuk menyelaraskan dan menyasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis. Etika bisnis juga memiliki peran untuk memberikan pandangan baru dan pemahaman tentang pentingnya bisnis dengan menggunakan nilai-nilai moralitas serta spiritualisme dalam bisnis Islam.
- b. Etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis Islami. Dan caranya biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang pentingnya bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk yang bernama etika bisnis.
- c. Etika bisnis Islam juga berperan memberikan suatu solusi terhadap bisnis modern ini yang kian jauh dari nilai-nilai etika dan harus merujuk pada sumber utamanya Al-Quran dan As-Sunnah.¹⁷

¹⁶ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam.*, 47.

¹⁷ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis.*, 34-40.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang mengharuskan keberadaan di lapangan untuk melaksanakan penelitian tentang sesuatu fenomena alamiah yang terjadi disana.¹ Penelitian lapangan adalah penelitian dimana data yang diperoleh langsung dari sumbernya di lapangan, sehingga data yang didapatkan adalah sumber primer.²

Penelitian lapangan bertujuan untuk meneliti dan menganalisis sejauh mana Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Dalam Transaksi Jual Beli Ditinjau Etika Bisnis Islam di Kota Metro. Penelitian ini dilakukan dengan cara observasi langsung.

Selain itu, penggunaan penelitian lapangan juga untuk memahami dan mengetahui fenomena sosial yang ada di ruang lingkup masyarakat.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif, penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat

¹ Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. (Solo: Cakra Books, 2014), 152.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 105.

perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain.³ Secara garis besar penelitian deskriptif merupakan suatu jenis penelitian yang menggunakan penjelasan suatu fenomena, serta dimana fenomena tersebut dijelaskan dengan sesuai apa yang terjadi. Penelitian deskriptif yang dilakukan tujuannya untuk mengetahui bagaimana Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Dalam Transaksi Jual Beli Ditinjau Etika Bisnis Islam di Kota Metro.

B. Sumber Data

Sumber data adalah sumber yang digunakan peneliti untuk mendapatkan sebuah informasi berupa data yang digunakan untuk melakukan penelitian. Sumber data yang diperoleh peneliti adalah data yang didapat sekarang langsung dari beberapa narasumber pedagang pasar cendrawasih, sumber data merupakan subjek dimana data itu didapatkan, adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua macam yaitu:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber utama yang bisa memberikan suatu informasi serta fakta pada fenomena yang ada di penelitian⁴. Sumber data primer bisa didapatkan atau diperoleh oleh peneliti melalui wawancara. Dalam menentukan sumber data primer dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.*, 206.

⁴ Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2015), 69.

Adapun sumber data primer dalam penelitian ini adalah pedagang sembako yang ada di Pasar Cendrawasih Metro dan pembeli grosir.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang didapatkan dari berbagai data yang ada⁵. Data sekunder ini bisa dijadikan data pendukung atau data tambahan yang dibutuhkan oleh peneliti. Sumber data sekunder yang digunakan oleh peneliti adalah Dinas Perdagangan di Kota Metro.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses yang menentukan hasil dari penelitian yang teliti. Seseorang harus bisa mengumpulkan informasi berupa data dimana data tersebut sangat dibutuhkan dalam proses penelitian⁶. Ada beberapa macam teknik dalam pengumpulan data yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi⁷. Berikut penjelasan dari teknik pengumpulan data yang sudah disebutkan:

1. Wawancara

Wawancara merupakan percakapan setidaknya minimal dua orang pihak. Dimana pewawancara mengajukan pertanyaan dan narasumber menjawab pertanyaan yang telah diajukan⁸. Berdasarkan penjelasan tersebut, wawancara dalam artiannya adalah suatu cara pengumpulan data yang dilakukan dengan adanya interaksi tanya jawab dengan adanya

⁵ Sandu Siyoto Dan Ali Sodiq, *Dasar Metodologi Penelitian*, 67-68.

⁶ Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 79.

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*, 225.

⁸ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), 186.

pemberian keterangan informasi dan data. Hasil wawancara bisa berupa ucapan, tingkah laku, dan kesadaran partisipan sehingga bisa dijadikan sumber informasi dalam penelitian. Wawancara digolongkan menjadi tiga macam yaitu wawancara terstruktur, wawancara semi terstruktur, dan wawancara tidak terstruktur.

Jenis wawancara yang digunakan oleh peneliti yaitu jenis wawancara semi terstruktur. Wawancara semi terstruktur merupakan suatu proses wawancara yang dimana pewawancara menyiapkan beberapa pertanyaan penting untuk memandu jalannya tanya jawab dalam wawancara tersebut. Wawancara ini dilakukan dengan tujuan supaya peneliti dapat mengumpulkan informasi secara bebas dan terbuka.

Dalam penelitian ini subjek yang diwawancarai adalah Pedagang Pasar Cendrawasih. Dengan menggunakan metode wawancara tidak berstruktur diharapkan mendapatkan informasi atau data yang menyangkut hal tentang perilaku pedagang pasar cendrawasih.

2. Observasi

Observasi adalah sebuah teknik untuk mengumpulkan data yang memiliki ciri yang spesifik apabila dibandingkan dengan teknik pengumpulan data yang lainnya. Observasi adalah suatu proses kompleks yang dilakukan pada sebuah pengamatan secara sistematis pada beberapa unsur-unsur yang timbul dalam suatu gejala-gejala dalam objek penelitian. Secara garis besar observasi yaitu suatu proses pengumpulan data yang digunakan saat penelitian dengan melakukan secara langsung mengenai suatu fenomena yang terjadi di lapangan.

Ada dua macam jenis observasi yaitu observasi berperan serta dan observasi non partisipan. Dari dua jenis observasi diatas peneliti menggunakan observasi non partisipan, karena peneliti tidak terlibat dengan kegiatan yang dilakukan. Peneliti hanya melakukan pengamatan saja. Objek yang dijadikan pengamatan oleh peneliti yaitu pedagang dan Pembeli di Pasar Cendrawasih.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang tidak langsung kepada subjek penelitian. Dalam penelitian kualitatif, dokumen merupakan perlengkapan dari metode observasi dan wawancara⁹. Secara garis besar dokumentasi yaitu proses pengumpulan dokumen, informasi, dan data yang diperlukan oleh peneliti untuk menunjang dan menaikan kepercayaan serta pembuktian dari sebuah peristiwa.

Dokumentasi yang diambil peneliti adalah untuk bisa memperoleh data yaitu:

- a. Sarana dan pra sarana Pasar Cendrawasih Kota Metro.
- b. Data terkait Pedagang di Pasar Cendrawasih Kota Metro.
- c. Yang terkait faktor yang mempengaruhi etika perilaku pedagang pasar cendrawasih dalam transaksi jual beli dan data yang terkait yang

⁹ Umar Sidiq dan Moh. Miftahchul Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif Dibidang Pendidikan* (Ponorogo: CV Nata Karya, 2019), 73.

dibutuhkan oleh penulis sebagaimana untuk menunjang hasil penelitian.

D. Teknik Penjamin Keabsahan Data

Teknik penjamin keabsahan data didalam penelitian kualitatif memiliki tujuan untuk mengetahui kreadibilitas data yang sudah terkumpul selama penelitian, agar data yang didapatkan oleh peneliti benar-benar valid dan bisa dibuktikan kebenarannya. Oleh karena, peneliti melakukan uji kredibilitas untuk bisa menjamin keabsahan data. Uji kreadidbilitas menggunakan beberapa metode, yaitu perpanjangan keikutsertaan, ketekunan pengamatan, triangulasi, pemeriksaan sejawat, proses diskusi yang dilalui, analisis kasus negatif, pengecekan anggota, uraian rinci, dan auditing¹⁰.

Kreadibilitas data, peneliti menggunakan metode tri angulasi. Metode tri angulasi sebagai metode mengecek data dari berbagai sumber, cara, dan berbagai waktu yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Tri Angulasi Sumber

Tri angulasi sumber adalah teknik yang digunakan dengan cara mengecek data yang sudah didapat melalui beberapa sumber lainnya, lalu dideskripsikan, dikategorisasikan, mana pandangan yang sama. Serta pandangan yang berbeda dan pandangan yang spesifik itupun dideskripsikan dan dikategorikan. Data yang sudah dianalisis oleh penulis sehingga menghasilkan sebuah kesimpulan.

¹⁰ Lexy G. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 344.

2. Tri Angulasi Teknik

Tri angulasi teknik merupakan teknik yang dilakukan dengan mengecek data yang sudah didapat ke sumber yang sama dengan teknik yang berbeda, contohnya data yang didapat melalui wawancara lalu di cek dengan melakukan observasi dan dokumentasi. Jika teknik tersebut menghasilkan data yang tidak sama maka peneliti melakukan diskusi kepada sumber data(narasumber) yang bersangkutan untuk memastikan data mana yang dianggap benar.

3. Tri Angulasi Waktu

Tri angulasi waktu yaitu teknik yang dilakukan dengan cara melakukan cek data dengan observasi dan wawancara dalam kondisi dan situasi serta waktu yang berbeda beda. Sebab itu waktu juga sering mempengaruhi kreadibilitas data. Maka, jika menghasilkan data yang tidak sama harus dilakukan dengan berulang-ulang sampai ditemukannya kesimpulan dari data yang didapat¹¹.

Tri angulasi yang digunakan penulis adalah jenis tri angulasi teknik. Dikarenakan dalam hal ini peneliti melakukan pengecekan data yang didapat dari narasumber, dikumpulkan, diklarifikasi kemudian menyimpulkan dari data yang diperoleh.

¹¹ Umar Sidiq dan Moh. Miftahchul Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif Dibidang Pendidikan*, 90-96.

E. Teknik Analisa Data

Teknis analisis data sering dilakukan bersamaan dengan pengumpulan data didalam jenis penelitian kualitatif. Tahapan dalam penelitian kualitatif yaitu masih memasuki lapangan dengan *grand tour* dan *minitour question*. Analisis datanya dengan analisis dominan tahap selanjutnya yaitu menentukan fokus, teknik pengumpulan data dengan cara melakukan *minitour question*, analisis data yang dilakukan dengan analisis taksonomi. Selanjutnya pada tahap *selection*, pertanyaan yang digunakan merupakan pertanyaan struktural, analisis data dengan analisis, kompetensial. Analisis kualitatif dilaksanakan dengan tujuan agar peneliti mendapatkan arti dari data yang ada untuk menjawab beberapa masalah penelitian¹².

Peneliti memakai beberapa teknik analisis data yaitu:

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Reduksi data memiliki arti merangkum data kemudian menyeleksi garis besar dan memfokuskan hal penting-penting yang selanjutnya dicari tema dan polanya. Dengan begitu, reduksi data akan tergambar dengan jelas serta mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data untuk selanjutnya¹³.

Dari hasil data yang telah direduksi akan memfokuskan kepada masalah peneliti. Kegiatan tersebut bertujuan untuk meninjau kembali hasil wawancara yang telah dilakukan sebelumnya.

¹² Hardani, Dkk, *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif* (Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu Group, 2020), 232.

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Dan R & D*, 247

2. *Data Display (Penyajian Data)*

Setelah mereduksi data, langkah selanjutnya adalah menampilkan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat berupa uraian singkat, diagram hubungan antar kategori, flowchart, dan sejenisnya. Miles dan Huberman menyatakan bahwa penelitian kualitatif paling sering menggunakan teks naratif untuk penyajian data. Penyajian informan yang berkompresi memudahkan memahami informan, sehingga tidak terjadi kesalahpahaman saat kesimpulan dijelaskan.

3. *Conclusion Drawing/ Verification (Penarikan Kesimpulan)*

Langkah terakhir dalam analisis data adalah penarikan kesimpulan. Kesimpulan penelitian kualitatif merupakan wawancara baru yang belum pernah ada sebelumnya. Ini bisa berupa deskripsi tentang suatu objek yang tidak jelas sebelumnya menjadi jelas. Dalam hal ini peneliti berjuang untuk menyimpulkan masalah yang terjadi disekitar sehingga dapat memberikan solusi yang baik dari masalah yang diteliti oleh peneliti.

Dari beberapa penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa teknik analisis data merupakan usaha untuk mengolah data yang dikumpulkan dengan alat pengumpul data. Proses pertama yaitu reduksi data dengan cara merangkum dan memilih hal pokok dan mencari data yang penting dan sesuai dengan fokus, lalu dilaksanakan pengajian data dimana dibentuk uraian singkat, bagan, atau naratif dan langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan .

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

1. Sejarah Pasar Cendrawasih Metro

Pasar Cenderawasih dulu merupakan eks. Pasar Inpres yang dibangun pada Tahun 1982/1983. Di atas lahan seluas 9.373 M². Pasar Cendrawasih dibangun pada Tahun 1995 dengan Surat Perjanjian (kontrak) bagi Tempat Usaha Dalam Pembangunan Komplek Pertokoan Pasar Cenderawasih Tanggal 05 April 1995.

Kemudian pada tahun 1966 pasar INPRES dibongkar total karena pertumbuhan perokonomian dimetro sangat pesat namun tidak mendukung fasilitas yang memadai kemudian pasar cendrawasih diserahkan di bangun kembali oleh pihak swasta yaitu PT. satria sukarso wawai (SSW). Pasar cendrawasih dikelola oleh pihak pengembang selama 20 tahun . dimana PT. satria sukaso wawai (SSW) mempunyai kontrak dengan pemerintah daerah kota metro sampai pada september 2016, setelah masa kontrak habis pasar Cendrawasih dikembalikan oleh Pemerintah Daerah Kota Metro dan dikelola sepenuhnya oleh pemerintah.¹⁴

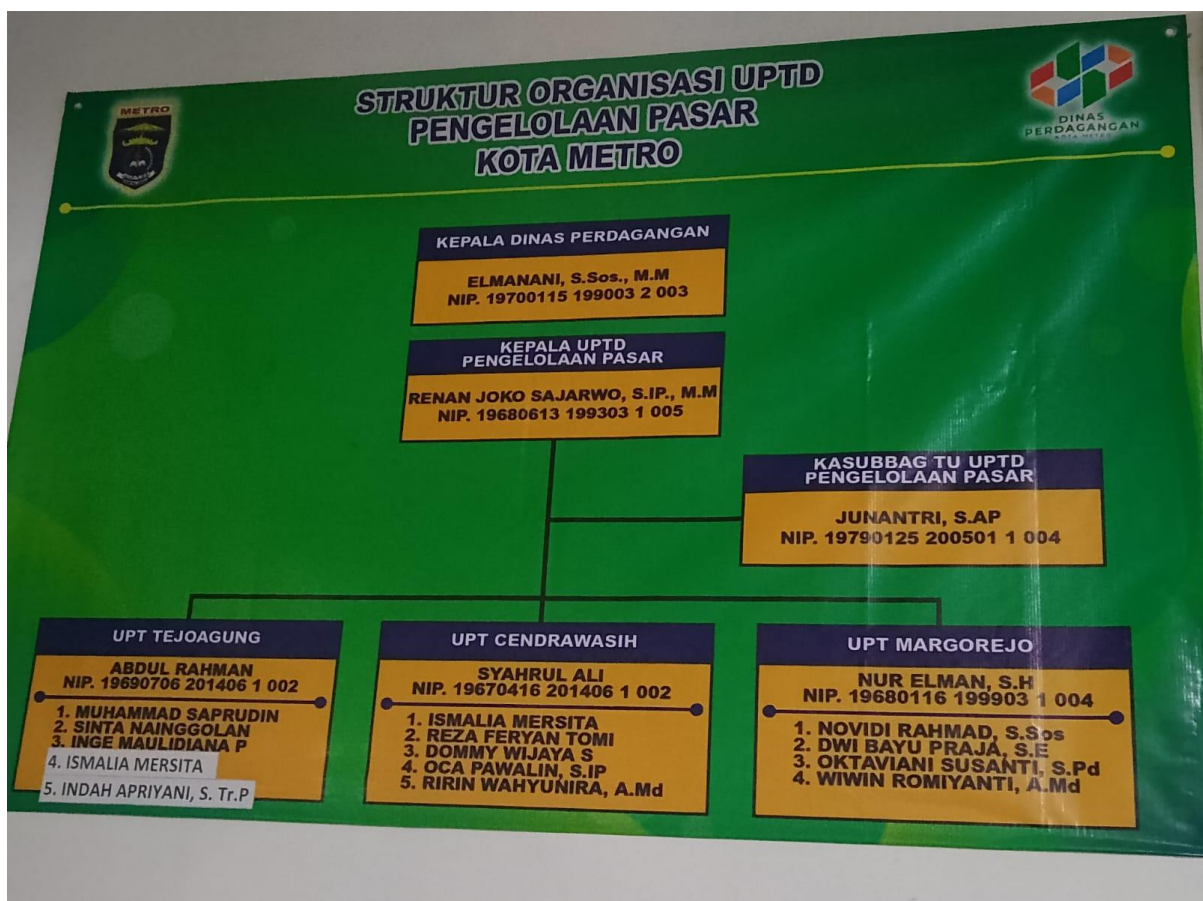
¹⁴ Hasil wawancara dengan Dommy Wijaya, Kasi Penataan Pedagang,, Metro 26 maret 2024

2. Letak Geografis Pasar Cendrawasih Kota Metro

Pasar Cendrawasih berada di jantung kota yang denah lokasinya sebagai berikut :

- a. Di sebelah utara berbatasan dengan Shopping Center.
- b. Di sebelah Selatan bersebelahan dengan eks Komplek Nuban Ria,
- c. Di sebelah Barat bersebelahan dengan eks Kopindo
- d. Dan di Sebelah Timur adalah Jalan Imam Bonjol Kelurahan Imopuro Kecamatan Metro Pusat.

3. Susunan Kepengurusan Dinas Pasar Kota Metro



4. Fasilitas Bangunan Pasar Cendrawasih Kota Metro

a. Toko Lantai Dasar

- Toko Ukuran (4 x 4) m² sebanyak 74 lokal
- Toko Ukuran (3,5 x 4) m² sebanyak 10 lokal
- Toko Ukuran (3 x 4) m² sebanyak 58 lokal
- Toko ukuran (3 x 3) m² sebanyak 56 lokal
- Toko di bawah tangga uk. (4 x 6) m² sebanyak 2 lokal
- Toko di bawah tangga uk. (4 x 8) m² sebanyak 2 lokal
- Toko di bawah tangga uk. (2 x 5) m² sebanyak 2 lokal
- Toko di bawah tangga uk. (2 x 2) m² sebanyak 2 lokal
- Toko di bawah tangga uk. (2 x 3,7) m² sebanyak 2 lokal
- Pelataran parkir seluas 3.000 m²

b. Lantai Atas terdiri dari:

- Toko Ukuran (4 x 6) m² sebanyak 26 lokal
- Toko Ukuran (3 x 4) m² sebanyak 16 lokal
- Toko Ukuran (2,5 x 4) m² sebanyak 2 lokal
- Toko Ukuran (2 x 4,5) m² sebanyak 1 lokal
- Los terbuka Ukuran (2 x 3) m² sebanyak 166 lokal
- Los terbuka Ukuran (2,5 x 2) m² sebanyak 8 lokal
- Los terbuka Ukuran (2 x 2) m² sebanyak 16 lokal
- Los terbuka Ukuran (1,52 x 2) m² sebanyak 31 lokal
- Kantor dan Wc masing-masing 1 unit dengan luas 48 m²

c. Kantor ukuran (4 x 8) m² sejumlah 2 lokal

d. WC ukuran (4 x 4) m² sebanyak 2 lokal

e. Mushola 2 lokal

5. Jumlah Pedagang Pasar Cendrawasih Kota Metro

200 pedagang yang memiliki Hak Guna Rumah Susun dan 7 pedagang yang memiliki surat sewa perjanjian karena posisi berada di bawah tangga. Sementara untuk lantai 2 (dua) berjumlah 47 pedagang.

B. Deskripsi Hasil Peneliti

Perilaku pedagang merupakan suatu sikap atau tindakan seseorang dalam melakukan sebuah perdagangan. Dalam penelitian ini peneliti mengambil pedagang sembako yang ada di Pasar Cendrawasih Metro. Peneliti mendapatkan hasil wawancara sebanyak 8 orang responden yang merupakan pedagang sembako di Pasar Cendrawasih Metro.

Responden pedagang sembako di Pasar Cendrawasih Metro

No	Nama	Pihak
1	Bapak Jarot	Pedagang Sembako
2	Bapak Warsito	Pedagang Sembako
3	Bapak Mahmud	Pedagang Sembako
4	Bapak Anto	Pedagang Sembako
5	Bapak Agus	Pedagang Sembako
6	Ibu Yani	Pedagang Sembako
7	Ibu Rinawati	Pedagang Sembako
8	Bapak Samsuri	Pedagang Sembako

Adapun hasil penelitian penulis dalam mengamati dan wawancara kepada Perilaku para pedagang Pasar Cendrawasih Kota Metro sebagai berikut :

1. Kerja Keras

Kerja keras merupakan modal keberhasilan seorang pedagang. Setiap pengusaha yang sukses menempuh kerja keras yang sungguh-sungguh dalam usahanya. Sebagaimana contoh pedagang ikan di Pasar

Cendrawasih Kota Metro yaitu Bapak Warsito atau kerap di sapa Lek War, beliau merupakan penjual yang sudah lama berperan sebagai penjual berbagai jenis ikan konsumsi, beliau juga tidak hanya berdagang di Pasar Cendrawasih Kota Metro tetapi juga diberbagai pasar desa lainnya, selain itu beliau juga membuka lapak dirumahnya.

Awal mulanya beliau hanya membuka usaha pembibitan ikan untuk sambian kerja, kemudian ada rekan kerja beliau yang menawarkannya usaha berdagang ikan konsumsi, dimana rekan kerjanya tersebut membantu memasok ikan-ikan yang dijual beliau, dan usaha ini berjalan sampai saat ini dan memiliki banyak karyawan disetiap lapak penjualan. Praktik jual beli yang beliau lakukan selalu menggunakan timbangan, dimana setiap pesanan ikan dalam jumlah yang banyak maupun sedikit atau bahkan bijian beliau menjual ikan kepada konsumen dengan bentuk angka per Kg sesuai harga yang di tentukan dari berbagai macam jenis ikan konsumsi.

Dari pemaparan di atas pedagang di Pasar Cendrawasih Kota Metro memberikan contoh kerja keras dalam berdagang, mulai dari pembudidayaan ikan pribadi kemudian memperluas jaringan dagangannya dengan tidak hanya fokus di satu titik tempat penjualan tetapi juga mengembangkan bisnis nya ke tempat tempat lain.

2. Kerja Sama dengan Orang Lain

Kerja sama dengan orang lain dapat diwujudkan dalam lingkungan pergaulan sebagai langkah pertama untuk menembangkan usaha. Seorang pedagang harus murah hati, mudah bergaul, ramah, dan disenangi

masyarakat dan menghindari perbuatan yang merugikan orang lain. Dalam prakteknya di pasar cendrawasih menurut Bapak Anto selaku pedagang bumbu-bumbu dapur beliau menuturkan bahwa sesama pedagang di dalam pasar saling bekerjasama saling mensuplai barang apabila kebetulan stok sedikit atau habis tentunya sesuai barang yang di dagangkan contohnya apabila ada pembeli yang membeli bumbu dengan jumlah besar dan stok hanya sedikit alhasil pedagang tersebut mengambil stok di tempat pedagang lain, sesuai kesepakatan harga. Hal tersebut membuktikan bahwasanya kerjasama antar pedagang akan terus terjalin selagi sama-sama adil dan jujur tanpa mencurangi salah satu pihak.

3. Penampilan yang Baik.

Penampilan yang baik ditentukan pada penampilan perilaku yang jujur dan disiplin. Seperti halnya yang dilakukan oleh pedagang di pasar cendrawasih kota metro , yaitu Bapak Jarot bseserta karyawannya yang merupakan pedagang bawang merah dan putih. bahwasannya beliau menerapkan perilaku jujur dan disiplin dimana beliau selalu menjelaskan secara jelas kecacatan dan kekurangan barang dagangannya, contohnya ketika beliau menjual bawang merah beliau pisah antara yang besar dengan yang kecil sesuai jenisnya dijual dengan harga yang berbeda tanpa membedakan siapapun pembelinya.

Sehingga pembeli mempunyai hak untuk memilih bawang merah yang akan mereka beli dengan penjelasan perbedaan harga yang sudah diberitahukan oleh penjual, seperti halnya harga bawang merah yang besar dijual dengan harga Rp. 25.00/kg dan yang kecil seharga Rp. 20.000/kg.

Dapat disimpulkan Bapak Jarot yang merupakan pedagang bawang merah dan bawang putih sudah menerapkan perilaku jujur dan disiplin. Namun di beberapa kesempatan ada beberapa pedagang lain yang tidak berbuat demikian lebih memilih mencampur adukan jenis bawang dengan anggapan apabila sisa sedikit akan di campur dengan jenis bawang lainnya.

4. Yakin

Seorang pedagang harus yakin kepada diri sendiri, yaitu keyakinan untuk maju dan dilandasi ketekunan dan kesabaran. Seperti halnya pada pedagang sayuran di Pasar Cendrawasih Kota Mtero yaitu bapak Mahmud beliau berkata :

“Saya sudah lama berdagang disini mas bersama anak saya bujang, saya berdagang disini awalnya hanya membawa hasil panen sayuran pribadi menggunakan lapak kecil. Tetapi lama kelamaan yang awalnya hanya menjual sayuran dalam jumlah yang sedikit berkat keyakinan serta kesabaran, sekarang perlahan bertambah besar. Saya bersyukur tentunya tidak terlepas dari iringan do’a usaha dan tawakkal sampai pada titik ini. dan sampai saat ini saya selalu memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli, sehingga banyak dari mereka sekarang sudah menjadi pelanggan tetap”

Dari pemaparan diatas diatas menunjukkan bahwa pedagang sayuran di Pasar Cendrawasih Kota Metro mempunyai keyakinan yang kuat serta kesabaran dalam berproses menekuni bidang usahanya dalam berdagang.

5. Pandai Membuat Keputusan

Seorang pedagang harus dapat membuat keputusan. Jika dihadapkan pada alternative sulit, dengan cara pertimbangan yang matang, jangan ragu-ragu dalam mengambil keputusan yang baik sesuai dengan keyakinan. Pada pedagang sembako di Pasar Cendrawasih Kota Metro

yaitu bapak Samsuri menjelaskan bahwa beliau mencatat semua transaksi yang terjadi setiap hari di tokonya, hal ini dilakukan beliau untuk memberikan informasi seberapa banyak keuntungan yang beliau dapatkan untuk menghindari tersisipnya barang dagangan ataupun uang keuntungan.

Beliau juga menegaskan bahwasanya hal ini dapat berguna untuk mengetahui selisih harga suatu barang yang di ambil dari produsen jika dihadapkan dalam alternative pilihan yang sulit. Dan berguna juga apabila terjadi selip dalam penjualan atau penerimaan barang beliau sudah punya bahan pertanggung jawaban berupa nota penjualan dan penerimaan barang.

Dari pemaparan diatas menunjukkan bahwa pedagang di Pasar Cendrawasih Kota Metro melakukan pencatatan-pencatatan manual pada dagangan, ini menunjukkan bahwa kita sebagai pedagang harus pandai mengambil keputusan dalam mengatur pemasukan dan pengeluaran barang yang kita jual. Dan mengambil keputusan yang matang tersebut akan meminimalisir terjadinya kerugian dalam usaha.

6. Mau Menambah Ilmu Pengetahuan

Dengan menambah ilmu pengetahuan, terutama dibidang usaha, diharapkan seorang pedagang dapat mendukung kemampuan dan kemajuan dalam usaha. Menurut Ibu Rinawati selaku pedagang pakaian beliau menuturkan bahwasanya wawasan pengetahuan sangat diperlukan untuk kemajuan bidang usaha yang ditekuninya, seperti halnya mengikuti trend perkembangan zaman untuk model-model pakaian baik laki-laki ataupun perempuan. Karena hal tersebut berguna untuk menarik para calon

pembeli untuk memilih pilihan model yang banyak dan sesuai trend zaman. Dan tentunya tetap menyesuaikan kualitas produk yang di sediakan sesuai harga dan kebutuhan. Hal ini terbukti sangat berpengaruh untuk bidang usaha terutama bidang usaha seperti pakaian yang harus benar-benar jeli melihat suatu produk yang akan dipasarkan agar dilirik dan disukai konsumen.

7. Ambisi untuk Maju

Tanpa ambisi yang kuat, seorang pedagang tidak akan dapat mencapai keberhasilan. Ambisi yang kuat, harus diimbangi dengan usaha yang keras dan disiplin dari yang baik. Hal tersebut dapat penulis temukan di berbagai pedagang seperti contoh Bapak Riyanto dan Ibu yani (suami-istri) yang berdagang cabai, beliau menjelaskan bahwa setiap hari mereka akan berangkat untuk berdagang mulai pukul 03.00 pagi berangkat menggunakan mobil bak L300 kemudian membuka lapaknya sampai siang hari, berdagang cabai menggunakan timbangan Kg. beliau menjelaskan bahwa akan melayani pembeli mulai dari pembelian kecil maupun sampai berkarung-karung. Hal tersebut beliau lakukan karena ambisi yang kuat untuk menggapai tujuan serta usaha yang keras berangkat berdagang mulai malam dan disiplin yang tentunya tidak mudah dilakukan tanpa niat dan tujuan.

8. Pandai Berkomunikasi

Seorang pedagang harus dapat menarik orang lain dengan tutur kata yang baik, sopan, jujur dan percaya diri. Dengan demikian akan memberi kesan kepada orang lain menjadi tertarik dan orang akan percaya

dengan apa yang disampaikan. Seperti halnya pada pedagang sembako di Pasar Cendrawasih Kota Metro yaitu Bapak Agus menjelaskan bahwa beliau selalu menyampaikan tentang keadaan barang yang dijual maupun harga dengan jujur. Beliau selalu menyampaikan perubahan harga pada setiap barang dagangannya, karena barang yang beliau jual rentan mengalami perubahan harga seperti minyak goreng, telur, tepung terigu dan yang lainnya.

Beliau juga selalu memberi keterangan barang dagangan secara jelas, misalnya ketika terdapat pembeli yang memerlukan barang untuk membuat kue beliau selalu merekomendasikan barang dagangannya, seperti tepung terigu yang berkualitas bagus. Seperti yang dijelaskan oleh Ibu Rina bahwa pada saat beliau akan membeli keperluan untuk membuat kue bolu, Bapak Agus selaku penjual tepung terigu merekomendasikan tepung yang berkualitas bagus untuk beliau yaitu tepung terigu segitiga biru.

Dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa dalam berdagang kemampuan dalam mengkomunikasikan barang dagangan dan membangun relasi adalah hal yang sangat penting. Tanpa kemampuan komunikasi sebuah produk, maka pedagang tidak mampu meyakinkan pembeli untuk membeli dan memanfaatkan barang dagangannya. Selain itu pedagang dan pembeli harus saling menghormati satu sama lain, serta pedagang harus sopan dan senyum ketika melayani pembeli.

C. Pembahasan

Etika bisnis merupakan aturan-aturan main yang berhubungan erat dengan norma dan prinsip-prinsip umum yang berlaku di dalam masyarakat yang bertujuan untuk memberikan rasa aman dan nyaman bagi pihak-pihak yang melakukan aktivitas bisnis yang di dalamnya terdapat aspek hukum, kepemilikan, pengelolaan dan pendistribusian harta. Tinjauan etika bisnis islam terhadap perilaku para pedagang di pasar cendrawasih kota metro dapat dilihat dari prinsip etika bisnis islam yaitu :

1. Prinsip kesatuan (*Unity*)

Prinsip Kesatuan (*Unity*) Adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh. Dari konsep ini maka islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis dapat terpadu.

a. Tidak melalaikan salat meskipun sedang berjualan

Sebagian besar pedagang sembako di Pasar Cendrawasih Metro beragama islam yang mana sebagai seorang muslim berkewajiban menunaikan solat wajib 5 waktu. Di Pasar Cendrawasih Metro terdapat masjid yang digunakan pedagang untuk beribadah. Dari hasil wawancara beberapa pedagang melaksanakan solat tepat waktu meskipun masih ada beberapa orang pedagang yang tidak tepat waktu.

b. Membayar zakat

Sebagai wujud dari ketaatan kepada Allah SWT yang dilakukan oleh seorang muslim yang mampu yaitu dengan membayar zakat. Dari hasil wawancara di dapatkan hasil beberapa pedagang sembako membayar zakat mal sesuai nisabnya.

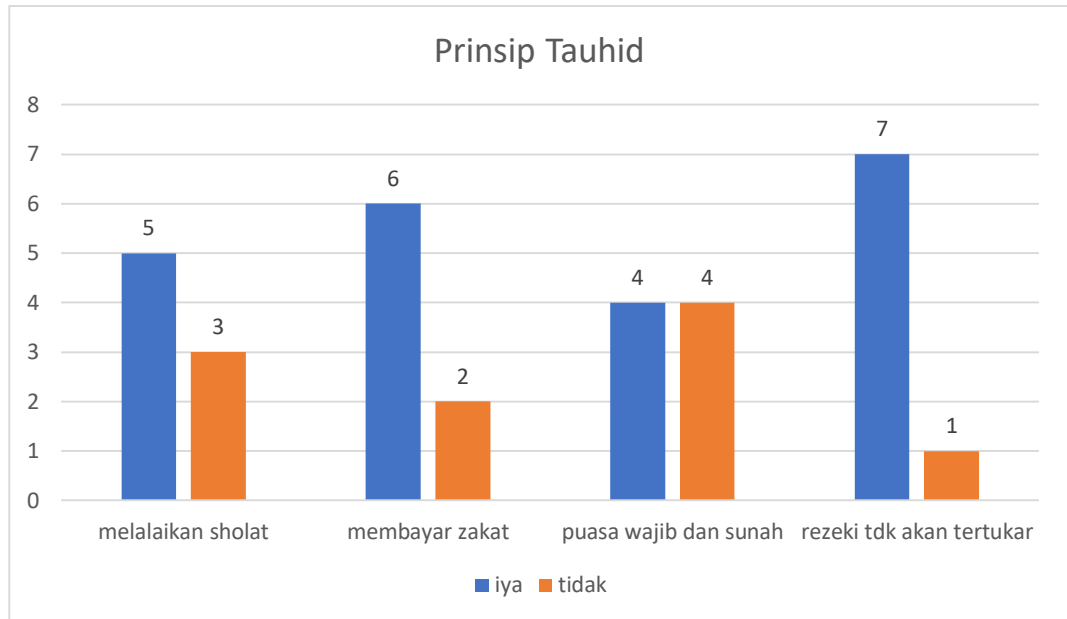
c. Mengerjakan puasa wajib dan puasa sunah.

Karena mayoritas pedagang di Pasar Pasar Cendrawasih Metro beragama islam maka mereka mengerjakan puasa wajib maupun sunnah. Namun masih ada beberapa pedagang hanya mengerjakan puasa wajib saja tidak dengan puasa sunnah.

d. Meyakini bahwa rezeki tidak akan tertukar

Seorang muslim wajib meyakini bahwa rezeki yang Allah berikan tidak akan tertukar dengan orang lain. Begitupun para pedagang sembako di Pasar Cendrawasih Metro meyakini hal ini, mereka berupaya untuk berjualan dengan giat setiap harinya baik itu dalam keadaan pasar yang sedang ramai maupun tidak.

Para pedagang tetap memperhatikan aturan-aturan Al-Quran dan tidak akan menunda atau melalaikan tugasnya kepada Allah, karena apabila pedagang yang mentaati aturan yang sesuai dengan bisnis Islam maka dalam melakukan aktivitasnya akan memperoleh keberkahan dari Allah SWT. Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa pedagang sembako di Pasar Cendrawasih Metro sudah cukup baik dalam menjalankan prinsip tauhid.



Dari diagram diatas, dapat disimpulkan bahwa pedagang sembako di Pasar Pasar Cendrawasih Metro belum sepenuhnya menerapkan prinsip tauhid karena masih ada pedagang sembako yang belum menerapkan prinsip tauhid tetapi sebagian pedagang sembako sudah menerapkan prinsip tauhid seperti tidak melalaikan solat, membayar zakat, puasa wajib dan sunnah, dan meyakini rezeki tidak tertukar.

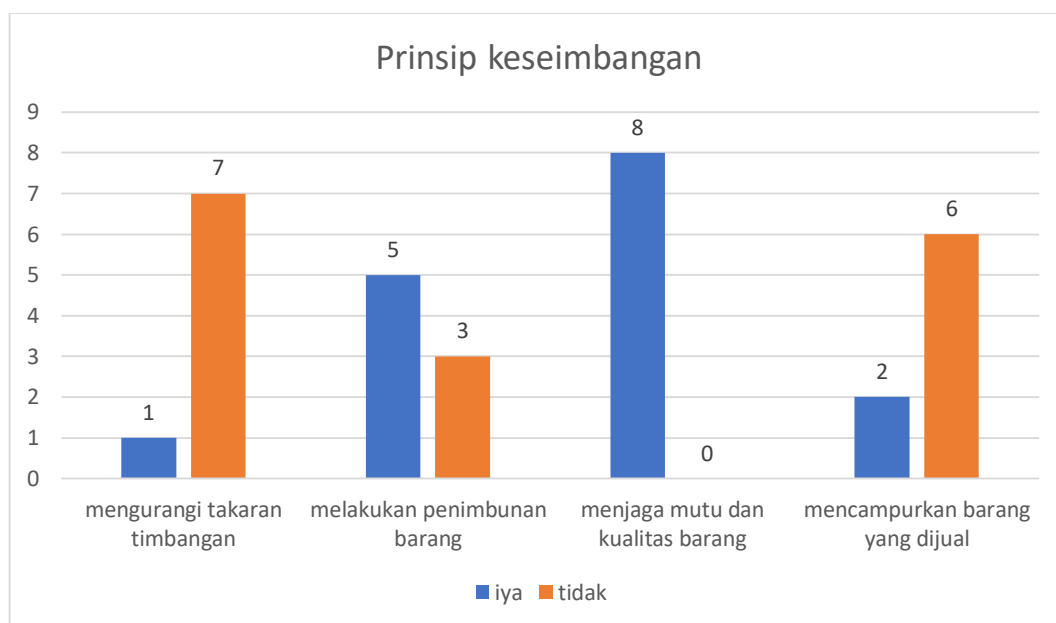
2. Prinsip Keseimbangan (*equilibrium*)

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT:

Prinsip keseimbangan (Equilibrium) yang berisikan ajaran keadilan merupakan salah satu prinsip dasar harus dipegang oleh siapapun dalam kehidupannya. Prinsip perilaku adil sangat menentukan perilaku seseorang,

Hasil penelitian menurut penulis perilaku keseimbangan juga dilakukan oleh para pedagang sembako di Pasar Cendrawasih Metro

dimana mereka dalam kegiatan jual beli selalu melakukan prinsip keseimbangan seperti tidak mengurangi takaran dan timbangan, pedagang tidak melakukan penimbunan barang, pedagang selalu berusaha menjaga mutu dan kualitas barang yang dijual, dan pedagang tidak mencampurkan barang yang dijual.



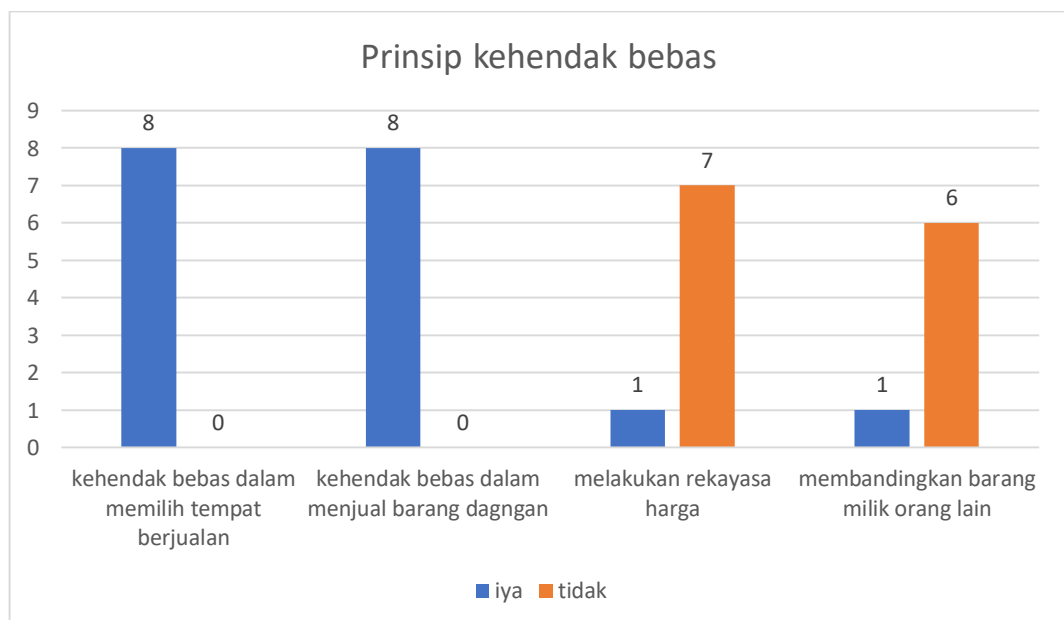
Dari diagram diatas dapat disimpulkan bahwa sembako di Pasar Cendrawasih Metro belum sepenuhnya menerapkan prinsip keseimbangan karena masih ada pedagang sembako yang melakukan penimbunan barang dan pencampuran barang yang dijual. Tetapi sebagian pedagang sudah menerapkan prinsip keseimbangan yaitu dengan menjaga mutu dan kualitas barang dan tidak mengurangi takaran timbangan karena para pedagang selalu menunjukkan nilai timbangannya kepada pembeli.

3. Prinsip Kebebasan (*free will*)

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif tidak adanya batasan pendapat bagi seorang mendorong manusia untuk aktif berkarya

dan bekerja dengan segala potensi atau kemampuan yang dimilikinya. Kebutuhan manusia yang terus-menerus memenuhi kebutuhan yang tidak ada batasnya dan dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakat.

Dalam hal ini menurut penulis mengenai prinsip kehendak bebas yang diwujudkan oleh pedagang sembako di Pasar Cendrawasih Metro dengan memberikan kebebasan penjual lain untuk berjualan di dekatnya serta tidak memberikan harga dibawah harga standar untuk menarik pembeli. Implementasi dari wujud prinsip kehendak bebas kepada sesama pedagang tidak melarang pedagang lain untuk berjualan didekatnya meskipun barang yang dijualnya sama, pedagang tidak melakukan rekayasa harga, pedagang tidak menjelek-jelekan barang milik pedagang lain.



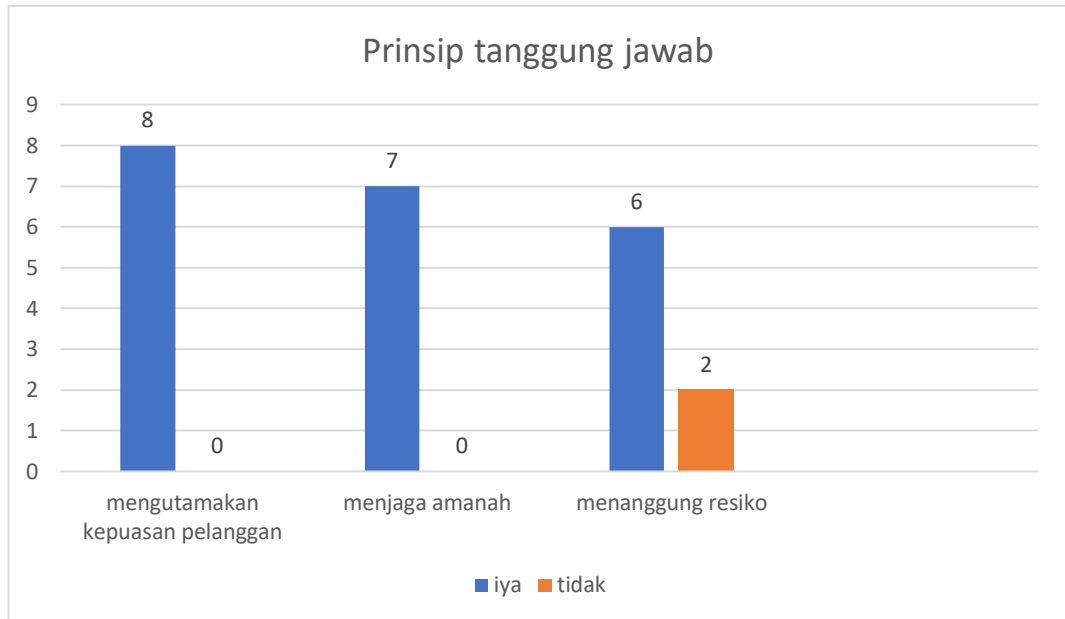
Berdasarkan diagram diatas dapat disimpulkan bahwa pedagang sembako di Pasar Cendrawasih Metro sudah menerapkan prinsip

kehendak bebas, hal ini dilihat dalam kebebasan dalam memilih tempat berjualan, kebebasan menjual barang dagangan, tidak melakukan rekayasa harga, dan tidak membandingkan barang milik orang lain.

4. Keempat Prinsip Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas untuk memenuhi tuntunan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya. Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya.

Prinsip pertanggungjawaban yang dilakukan oleh pedagang adalah dalam hal pemenuhan janji dengan pembeli. Prinsip tanggung jawab dilakukan oleh pedagang yaitu dengan selalu memenuhi amanah kepada pembeli mengenai kondisi barang, jumlah, ukuran, dan takaran. Dalam prinsip ini pedagang sembako selalu mengupayakan setiap barang yang pembeli cari akan tersedia di kios mereka agar pembeli tersebut mempercayai bahwa pedagang tersebut dapat memenuhi setiap barang yang mereka inginkan. Selain itu, pedagang juga menjaga amanah yang diberikan oleh pembeli dalam melakukan pembelian dalam jumlah yang banyak. Pedagang juga bersedia menanggung resiko apabila ada barang dagangan yang dijualnya berkualitas kurang baik



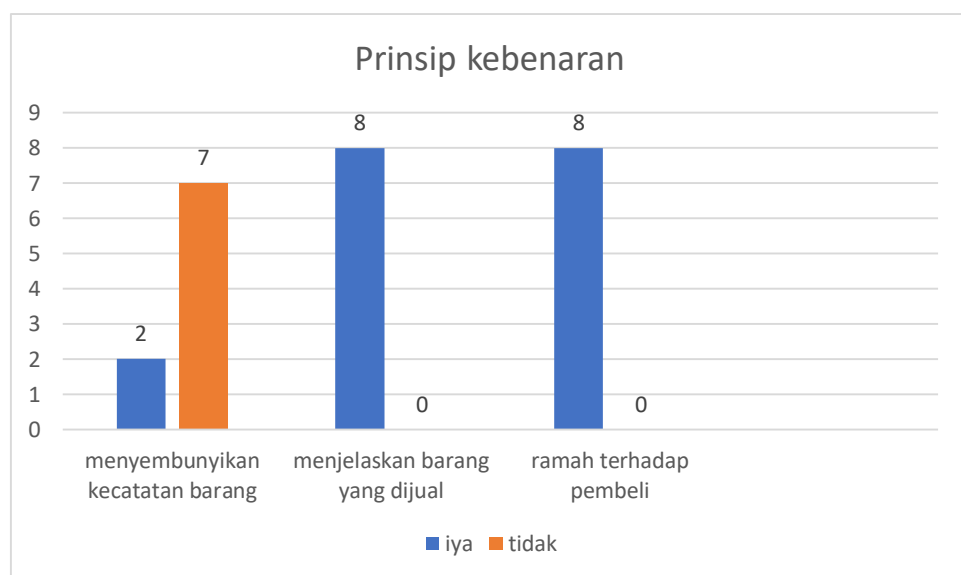
Dari gambar diatas dapat disimpulkan bahwa pedagang di Pasar Cendrawasih Metro telah menerapkan prinsip tanggungjawab hal ini dilihat dari menjaga kepuasan pelanggan, menjaga amanah, dan menanggung resiko.

5. Kelima prinsip Kebenaran

Dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu kebijakan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap, dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis islam sangat menjaga dan berlaku prefensiv terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis.

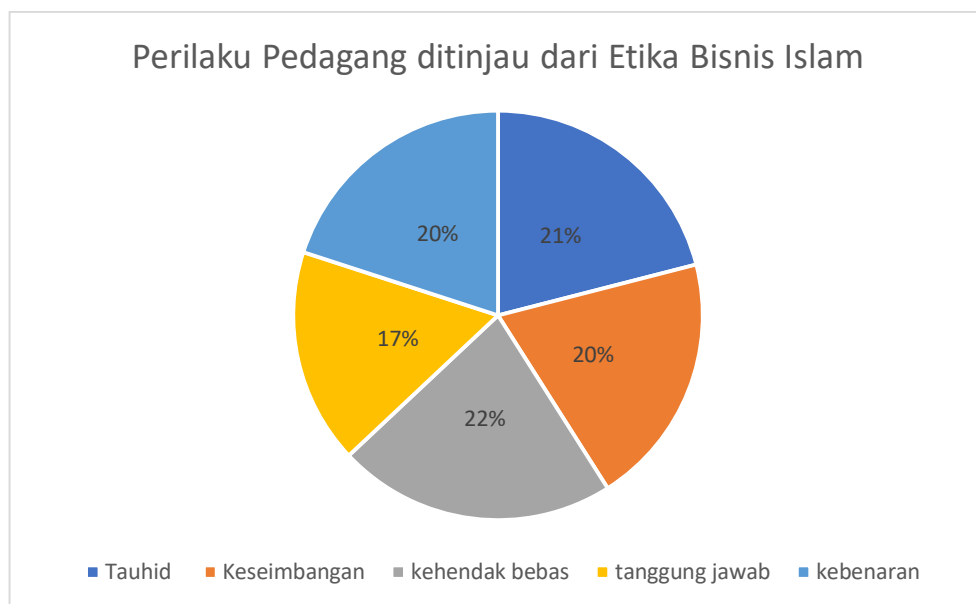
Sikap kebijakan kebenaran dan kejujuran dalam bisnis dapat diartikan dan ditunjukkan para pedagang dengan sikap keramahan kepada para calon pembeli, dalam melayani pembeli pedagang dituntut untuk memberikan pelayanan yang terbaik demi mewujudkan kepuasan terhadap pembeli. Dengan bersikap ramah dan jujur itu adalah kunci kesuksesan dalam setiap perdagangan. Dengan bersikap ramah, para calon pembeli tidak segan-segan untuk sekedar mampir bahkan akan membeli barang dagangan yang ditawarkan oleh pedagang. Akan tetapi, sikap yang ditunjukkan oleh para pedagang berbeda-beda ketika melayani para calon pembeli ada yang marah atau membanding-bandingkan harga.

Implementasi prinsip kebenaran yang dilakukan oleh pedagang sembako di Pasar Cendrawasih Metro dapat dilihat dengan perilaku pedagang yang tidak berbohong, tidak menyembunyikan kecacatan pada barang yang dijualnya, pedagang bersikap ramah terhadap pembeli, dan pedagang jujur dalam menjelaskan produk yang dijualnya. Hal ini dapat dilihat dalam diagram dibawah ini:



Dilihat dari diagram diatas bahwa ada pedagang di Pasar cendrawasih metro telah menerapkan prinsip kebenaran dengan tidak menyembunyikan kecacatan barang, menjelaskan barang yang dijual, dan ramah terhadap pembeli.

Dari hasil penelitian diatas Jika ditinjau dari ke lima prinsip etika bisnis Islam yaitu prinsip kesatuan (*unity*), kebebasan (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*), dan kebenaran, dapat disimpulkan bahwa pedagang sembako di Pasar Cikurubuk sudah cukup baik dalam menjalankan prinsip etika bisnis Islam dalam menjalankan aktivitas berjualannya. Hal ini dapat dilihat pada diagram berikut



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan mengenai perilaku pedagang sembako di Pasar Cendrawasih Metro ditinjau dari etika bisnis Islam. Hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis menunjukkan bahwa perilaku pedagang di Pasar Cendrawasih Metro belum sepenuhnya sesuai dengan etika bisnis Islam. Untuk perilaku pedagang yang sesuai dengan etika bisnis Islam harus lebih ditingkatkan dan tidak ada kecurangan dalam berdagang untuk mendapatkan keuntungan.

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan, dapat disimpulkan bahwa perilaku pedagang di Pasar Cendrawasih Metro dalam menjalankan bisnisnya atau berdagang yang meliputi prinsip-prinsip etika bisnis Islam diantaranya: Prinsip Tauhid (utility) yang diwujudkan para pedagang sebesar 67,5% telah menerapkan prinsip tauhid dan 32,5% pedagang belum menerapkan prinsip tauhid. Prinsip keseimbangan sebesar 80% pedagang telah melakukan prinsip keseimbangan dan 20% pedagang belum menerapkan prinsip keseimbangan. Prinsip kehendak bebas sebesar 87,5% pedagang telah menerapkan prinsip kehendak bebas dan 12,5% pedagang belum menerapkan prinsip kehendak bebas. Prinsip tanggung jawab sebesar 83,3% pedagang telah menerapkan prinsip tanggung jawab dan 16,7% belum menerapkan prinsip tanggung jawab. Prinsip kebenaran dan kejujuran sebesar 83,2% pedagang telah menerapkan kebenaran dan kejujuran dan 16,8% pedagang belum menerapkan prinsip kebenaran.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan simpulan diatas, penulis memberikan beberapa saran bagi pedagang buah-buahan di Pasar Cendrawasih Metro. Adapun saran yang dapat penulis kemukakan sebagai berikut:

1. Bagi para pedagang buah-buahan di Pasar Cendrawasih Metro diharapkan menjalankan bisnis atau berdagang yang dijalankan tetap memegang tenuh nilai-nilai atau aturan-aturan yang sudah ditetapkan oleh syariat islam;

2. Sebaiknya pedagang diharapkan jujur atau terbuka dalam menjelaskan kelemahan atau kelebihan barang yang dijualnya. Menepati kesepakatan yang telah ditentukan dan lebih bersikap ramah, sopan kepada calon pembeli;

3. Sebaiknya pedagang diharapkan jujur atau terbuka dalam menjelaskan kelemahan atau kelebihan barang yang dijualnya. Menepati kesepakatan yang telah ditentukan dan lebih bersikap ramah kepada calon pembeli.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas Anwar, *Sistem Ekonomi Islam: Suatu Pendekatan Filsafat, Nilai-Nilai Dasar, Dan Instrumental*, Vol IV, No. 1, Al-Iqtishad, Januari 2012.
- Abdul Azis, *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Anoraga Pandji, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011.
- Arifin Johan, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, 2013.
- Aris Baidowi, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, *Jurnal Hukum Islam*, Vol. 9, No. 2, IAIN Pekalongan, Desember 2018.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: Diponegoro, 2011.
- Hardani, Dkk, *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*, Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu Group, 2020.
- Hidayati Sri, *Potensi Pasar Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat Ditinjau Dalam Ekonomi Islam (Pasar Subuh Tungkep, Darussalam, Aceh Besar)* Banda Aceh, UIN Ar-Raniry, 2019.
- Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2015.
- Ikit, DKK, *Jual Beli Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Gava Media), 2018.
- Kansil, *Pokok-pokok pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*, Jakarta: Aksara Baru, 1984.
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015.
- M. ilhamsyah eddy, *Peran Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pelaku Usaha (Studi Kasus Pada Toko Sepatu Amigo Pasar Sentral Medan)* Medan, IUSU, 2014.
- Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta: Penebar Plus, 2012
- Muhammad, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007.
- Muthmainnah, *Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli pada Pedagang di Pasar Tradisional Peunayong Banda Aceh*, (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2019.

- Nase Saefudin Zuhri, *Kewirausahaan Kajian Perspektif Umum Dan Islam*, Bandung: Plater Media Kreasi, 2016.
- R. Ernawan Erni, *Business Ethics*, Bandung : Alfabeta, 2011.
- Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: Pustaka Belajar, 1997.
- Rismayani, *Manajemen Pemasaran*, Bandung: Mizan, 1999.
- Rivai, Veithzal dan Andi Buchari, *Islamic Economics: Ekonomi Syariah Bukan Opsi, Tetapi Solusi*, Jakarta: Bumi Aksara, 2009.
- Robi, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*, Indramayu: Adanu Abimata, 2020.
- Sidiq Umar dan Moh. Miftahchul Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif Dibidang Pendidikan*, Ponorogo: CV Nata Karya, 2019.
- Siyoto Sandu Dan Muhammad Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Literasi Media 2015.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi Dan Praktiknya*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2005.
- Wahyudi dan Ahmadi, *Kasus Pasar Wonokromo Surabaya Cermin Buruknya Pengelolaan Pasar. Kompas*, 24 Maret 2003.
- Wazin, *Relevansi Antara Etika Bisnis Islam dengan Perilaku Wirausaha Muslim (Studi tentang Perilaku Pedagang di pasar Lama Kota Serang Provinsi Banten)*, Jurnal Vol. 1 No. 1, 2014.
- Yunia Ika Dan Abdul Kadir, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syariah*, Jakarta: Kencana, 2014.
- Yunus Indrawan, *Analisis Peran Pasar Tradisional Pengelolaan Pada Pasar Surya Surabaya (Cabang Utara) Dalam Mendukung Program Revitalisasi*, Surabaya, 2011.
- Zamzam Fakhry, Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: Deepublish, 2020

Lampiran-lampiran



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : /n.28.1/J/TL.00//2023
Lampiran : -
Perihal : SURAT BIMBINGAN SKRIPSI

Kepada Yth.,
Heranita (Pembimbing 1)
(Pembimbing 2)
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : ILHAM PRATAMA
NPM : 1903011057
Semester : 9 (Sembilan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syari'ah
Judul : ANALISIS PERILAKU PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DALAM TRANSAKSI JUAL BELI DITINJAU ETIKA BISNIS ISLAM

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
 - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 27 November 2023
Ketua Prodi



Yudhistira Ardana
NIP 198906022020121011



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tolopon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.fobl.motrouniv.ac.id; e-mail: fobi.iaim@motrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-2928/In.28/D.1/11..14/02/2024

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro,
menugaskan kepada saudara:

Nama : **ILHAM PRATAMA**
NPM : 1903011057
Semester : 10 (Sepuluh)
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di UPTD PENGELOLA PASAR CENDRAWASIH METRO, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "ANALISIS PERILAKU PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DALAM TRANSAKSI JUAL BELI DITINJAU ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS PASAR CENDRAWASIH METRO)".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 14 Februari 2024



Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-2927/In.28/D.1/TL.00/05/2024
Lampiran :-
Perihal : **IZIN
RESEARCH**

Kepada Yth.,
PIMPINAN UPTD PENGELOLA
PASAR CENDRAWASIH METRO
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-2928/In.28/D.1/TL.01/05/2024, tanggal 27 Mei 2024 atas nama saudara:

Nama : **ILHAM PRATAMA**
NPM : 1903011057
Semester : 10 (Sepuluh)
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada PIMPINAN UPTD PENGELOLA PASAR CENDRAWASIH METRO bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di PASAR CENDRAWASIH METRO, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "ANALISIS PERILAKU PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DALAM TRANSAKSI JUAL BELI DITINJAU ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Pasar Cendrawasih Metro)

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terseleenggaranyatugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 27 Mei 2024
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001



PEMERINTAH KOTA METRO
DINAS PERDAGANGAN
UPTD PENGELOLAAN PASAR KOTA METRO

Jalan Imam Bonjol Pasar Cendrawasih Lantasi Atas Telp. (0725)7850983

Metro, 03 Juni 2024

Nomor : 510/55 /D-18.06/2024
Lampiran : -
Hal : **Persetujuan Izin Penelitian**

Kepada Yth,

Ketua Jurusan Institut Agama Islam Negeri Metro

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Di_
Tempat

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan Surat Nomor: B-2928/In.28/D.1/TL.1/05/2024, tanggal 27 Mei 2024, perihal surat izin riset/penelitian menerangkan nama mahasiswa di bawah ini :

Nama : **ILHAM PRATAMA**
Semester : 10 (Sepuluh)
Jurusan : Ekonomi Syari`ah
Judul : "ANALISIS PERILAKU PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DALAM TRANSAKSI JUAL BELI DITINJAU ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Pasar Cendrawasih Metro)"

Pada prinsipnya kami menyetujui penelitian tersebut, yang akan dilaksanakan di pasar cendrawasih kota metro guna melengkapi data pada penyusunan skripsi yang berjudul "**ANALISIS PERILAKU PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DALAM TRANSAKSI JUAL BELI DITINJAU ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Pasar Cendrawasih Metro)**". Demikian surat ini dibuat, atas perhatian dan kerjasamanya, kami ucapkan terimakasih.

Kepala UPTD Pengelolaan Pasar
Kota Metro



Renan joko sajarwo, S.IP., MM
Pembina
NIP. 19680613 199303 1 005



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

NPP: 1807062F0000001

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-1102/In.28/S/U.1/OT.01/10/2024**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : ILHAM PRATAMA
NPM : 1903011057
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2024/2025 dengan nomor anggota 1903011057

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya



Metro, 23 Oktober 2024
Kepala Perpustakaan

Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me.
NIP. 19750505 200112 1 002

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

ANALISIS PERILAKU PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DALAM TRANSAKSI JUAL BELI DITINJAU ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Pasar Cendrawasih Metro)

A. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :
Waktu Wawancara :
Responden :

B. INSTRUMEN WAWANCARA

No	Variabel	Kisi-kisi	Nomor Soal
1.	Perilaku Pedagang	a. Kerja Keras	1
		b. Kerja Sama dengan Orang Lain	2
		c. Penampilan yang Baik	3
		d. Yakin	4
		e. Pandai Membuat Keputusan	5
		f. Mau Menambah Ilmu Pengetahuan	6
		g. Ambisi untuk Maju	7
		h. Pandai Berkomunikasi	8
2.	Etika Bisnis Islam	a. Kesatuan (<i>Unity</i>)	9
		b. Keseimbangan (<i>Equilibrium</i>)	10
		c. Kehendak Bebas (<i>Free Will</i>)	11
		d. Tanggung Jawab (<i>Responsibility</i>)	12
		e. Kebenaran kebijakan dan kejujuran	13
Jumlah Soal			13

C. PEDOMAN WAWANCARA

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bagaimana cara Anda dalam berusaha secara maksimal ketika menjual barang dagangan ?	

2.	Bagaimana cara Anda untuk mudah bergaul, ramah dan menghindari perbuatan yang merugikan orang lain ketika berdagang ?	
3.	Bagaimana cara Anda menerapkan kejujuran dan disiplin dalam berdagang ?	
4.	Bagaimana cara Anda memiliki keyakinan untuk maju dan memiliki ketekunan dan kesabaran dalam berdagang ?	
5.	Keputusan apa yang Anda ambil jika barang dagangan Anda banyak yang belum laku terjual ?	
6.	Apakah anda sudah merasa puas dengan skill berdagang yang Anda miliki ? Jika belum apa yang Anda lakukan ?	
7.	Bagaimana cara Anda untuk dapat memiliki ambisi yang kuat, dan selalu bekerja keras dalam berdagang ?	
8.	Bagaimana cara Anda menawarkan dagangan agar menarik minat pembeli?	
9.	Bagaiamana cara anda untuk menyeimbangkan antara urusan dunia (berdagang) dengan urusan akhirat (shalat) ?	
10	Apakah Anda berperilaku adil dengan tidak menutup-nutupi apabila ada	

	barang dagangan yang cacat kepada pembeli ?	
11	Apakah Anda memberikan kebebasan kepada pembeli untuk memilih barang dagangan Anda sesuai dengan kehendak mereka ?	
12	Apakah Anda bertanggung jawab penuh atas dagangan anda dan menerima komplain jika barang dagangan Anda kualitasnya tidak sesuai ?	
13.	Apakah anda jujur terhadap hasil timbangan dan memperlihatkan hasil timbangan kepada pembeli ?	

D. PEDOMAN OBSERVASI

No	Aspek yang Diamati	Sesuai	Tidak Sesuai
1.	Kerja Keras		
2.	Kerja Sama dengan Orang Lain		
3.	Penampilan yang Baik		
4.	Yakin		
5.	Pandai Membuat Keputusan		
6.	Mau Menambah Ilmu Pengetahuan		
7.	Ambisi untuk Maju		
8.	Pandai Berkomunikasi		
9.	Kesatuan (<i>Unity</i>)		
10	Keseimbangan (<i>Equilibrium</i>)		
11	Kehendak Bebas (<i>Free Will</i>)		
12	Tanggung Jawab (<i>Responsibility</i>)		

13.	Kebenaran kebijakan dan kejujuran		
-----	-----------------------------------	--	--

E. DOKUMENTASI

1. Sarana dan pra sarana Pasar Cendrawasih Kota Metro.
2. Data terkait Pedagang di Pasar Cendrawasih Kota Metro.

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



HERMANITA, M. M
NIP. 19730220 199903 2 001

Metro, 17 Januari 2024
Peneliti

ILHAM PRATAMA
NPM. 1903011057



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Ilham Pratama
NPM : 1903011057
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Analisis Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Dalam Transaksi Jual Beli Ditinjau Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pasar Cendrawasih Metro)** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan **Score 22%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 23 Oktober 2024
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Yudhistira Ardana, M.E.K.
NIP.198906022020121011



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47290; Website: www.metrotv.ac.id E-mail: iainmetro@metrotv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SEKRIPI

Nama : Ilham Pratama
NPM : 1903011057

Fakultas/Jurusan : FEBI/Esy
Semester/TA : XI/2024

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 21/24 /10	ACC BAB IV-V Lanjutkan untuk di munqosahkan !!	

Dosen Pembimbing,

Hermanita, M.M
NIP. 19730220 199903 2001

Mahasiswa Ybs,

Ilham pratama
NPM. 1903011057

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Peneliti bernama lengkap Ilham Pratama dilahirkan di Purwosari, 20 Oktober 2001.



Ilham merupakan anak kedua dari 3 bersaudara dari pasangan Bapak Bejo Riyanto dan Ibu Latminah.

Pendidikan Sekolah Dasar di Sekolah SDN 2 Purwosari selesai tahun 2013. Kemudian Sekolah Menengah Pertama di MTs Roudlotul Huda Purwosari selesai tahun 2016. Sedangkan Sekolah Menengah Atas di SMK Al-barokah Poncowarno

selesai tahun 2019. Setelah lulus penulis melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Prodi Ekonomi Syariah (ESY) dimulai semester satu tahun akademik 2019.

Pada akhir masa studi peneliti mempersembahkan skripsi yang berjudul “Analisis Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Dalam Transaksi Jual Beli Ditinjau Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pasar Cendrawasih Metro)”