

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA PERILAKU PEDAGANG
DI PASAR TRADISIONAL SUMOROTO KAUMAN PONOROGO**

SKRIPSI



Oleh:

AGUS TARMO K
NIM. 210716120

Pembimbing:

HANIK FITRIANI, M.E.SY
NIDN. 2024049101

JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

2020

ABSTRAK

K, Agus Tarmo. Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo. Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Syari'ah

Kata kunci: Pasar Tradisional, Pemahaman dan Implementasi Pedagang, Etika Bisnis Islam

Penelitian ini di latarbelakangi oleh keberadaan pasar tradisional yang menjadi tempat transaksi jual beli. Hal tersebut masih sangat rentan dengan perilaku pedagang yang mengabaikan etika bisnis Islam dalam menjalankan usahanya. Akibatnya pedagang akan bertolak belakang dari tata cara berdagang secara syari'at Islam dikarenakan sikap ingin mendapatkan keuntungan yang besar dengan cara apapun sehingga konsumen dirugikan oleh praktek yang tidak dilandasi dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam seperti menyembunyikan buah yang tidak berkualitas di bawah tumpukan buah yang berkualitas untuk mengelabui pembeli.

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana pemahaman dan implementasi pedagang terhadap etika bisnis Islam di pasar tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo. Jenis penelitian yang digunakan ditinjau dari lokasi sumber datanya termasuk penelitian lapangan (*field research*). Teknik pengumpulan datanya dengan survei, partisipasi, observasi, wawancara atau *interview*, catatan lapangan (*fieldnote*), dokumentasi, dan pengalaman personal. Sedangkan teknik analisis datanya menggunakan reduksi data, sajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa para pedagang pasar tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo telah memahami etika bisnis Islam dengan meyakini bahwa segala transaksi yang dilakukan sesuai dengan ajaran agama Islam akan mendapatkan ridho dari Allah SWT, para pedagang juga telah mengimplementasikan etika bisnis Islam dengan meneladani lima prinsip etika bisnis Islam yaitu prinsip tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan ihsan dalam bentuk implementasi berupa pelayanan yang ramah, sopan terhadap siapa saja di pasar, bermurah hati, jujur dan adil dalam menakar timbangan, menjual barang yang bagus dan layak kualitasnya, menetapkan harga dengan sesuai, dan berkeyakinan bahwa Allah SWT adalah pengatur rezeki.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

No	Nama	NIM	Jurusan	Judul Skripsi
1.	Agus Tarmo K	210716120	Ekonomi Syariah	Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo

Telah selesai melaksanakan bimbingan dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 25 April 2020

Mengetahui,
Pembimbing

Menyetujui,
Pembimbing



Endang Roudhotul Janah, M.Ag.
NIP. 197507162005012004

Hanik Fitriani, M.E.Sy.
NIDN. 2024049101



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
NASKAH SKRIPSI BERIKUT INI:**

Judul : Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Di Pasar
Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo
Nama : Agus Tarmo K
NIM : 210716120
Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang :
Dr. Aji Damanuri, M.E.I.
NIP. 197506022002121003
Penguji 1 :
Unun Roudlotul Janah, M.Ag.
NIP. 197507162005012004
Penguji 2 :
Hanik Fitriani, M.E.Sy.
NIDN. 2024049101

(A.)
(M.)
(Hanik Fitriani)

Ponorogo, 04 Mei 2020

Mengesahkan

Dekan FEB IAIN Ponorogo



Dr. H. Huthfi Hadi Aminuddin, M.Ag.
NIP. 19720712000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang Bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Agus Tarmo K

NIM : 210716120

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi/Tesis : Implementasi Etika Bisnis Islam pada Perilaku Pedagang
di Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo

Menyatakan bahwa naskah skripsi / tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 18 Juni 2020

Penulis



Agus Tarmo K

210716120



KEMENTERIAN AGAMA

INSTITUT AGAMA ISI

Jl. Pramuka 156 Ponorogo 6347 Telp. (0352)

481277 Website : www.iainponorogo.ac.id

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Agus Tarmo K

NIM : 210716115

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi/Tesis : Implementasi Etika Bisnis Islam pada Perilaku Pedagang
di Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo

Menyatakan bahwa naskah skripsi / tesis tersebut adalah benar-benar hasil karya sendiri. Di dalam tidak terdapat bagian yang berupa plagiat dari karya orang lain, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan di dalam karya tulis ini, saya bersedia menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya.

Ponorogo, 05 April 2020

Penulis,



Agus Tarmo K

210716120

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan ilmu ekonomi dewasa ini semakin marak dengan penerapan sistem perekonomian yang berbeda pada setiap negara. Terkait dengan persoalan ekonomi, maka belakangan ini telah berkembang pemikiran ekonomi Islam di antaranya membahas tentang etika bisnis, saat ini etika bisnis menjadi topik yang menarik di kalangan praktisi bisnis. Di setiap kegiatan bisnis saat ini mulai menerapkan unsur etika dan moral dalam aktivitasnya, bukan hanya untuk mencapai tujuan bisnis itu sendiri seperti mendapatkan keuntungan yang besar, melainkan ingin menumbuhkan kedisiplinan dan integritas yang baik pada siapapun pelaku bisnis termasuk praktisi bisnis, karena jika setiap praktisi bisnis menerapkan kedisiplinan dan integritas yang baik maka nilai bisnis di mata masyarakat luas akan baik pula.¹

Masyarakat mulai menekankan pentingnya keterkaitan faktor-faktor etika dalam berbisnis. Sesungguhnya dalam kehidupan sehari-hari manusia telah diatur dalam pandangan ajaran agama Islam untuk mengatur seluruh kehidupan manusia termasuk dalam kaitannya pelaksanaan perekonomian dan bisnis. Dalam ajaran agama Islam memberikan kewajiban bagi setiap muslim untuk berusaha semaksimal mungkin untuk melaksanakan syari'ah (aturan) dalam setiap kehidupannya.

¹Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 22.

Bisnis dalam dunia perdagangan merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Setiap manusia memerlukan harta dan kekayaan untuk memenuhi kebutuhannya dengan menjalankan bisnis melalui berbagai macam jenis pekerjaan. Salah satu pekerjaan yang dapat membantu manusia untuk mendapatkan harta yaitu melalui perdagangan.² Perdagangan bisa dilakukan di mana saja yang memungkinkan orang lain datang untuk membeli, salah satunya yaitu di pasar. Berdagang merupakan pekerjaan yang bermanfaat dalam mencukupi kehidupan pribadi maupun orang lain dan sebagian rezeki manusia diperoleh dari aktivitas.

Pasar tradisional atau yang sekarang disebut juga dengan pasar rakyat merupakan salah satu sektor perdagangan yang masih menggunakan sistem sederhana dengan cara pembeli membayar secara langsung kepada penjual. Di pasar tradisional harga biasanya lebih terjangkau jika dibandingkan pasar modern serta dapat melakukan tawar-menawar, namun pasar tradisional hanya ramai pada setiap pagi saja. Pasar tradisional biasanya ada dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbatas.

Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo adalah salah satu pasar tradisional yang beroperasi di Jl. Raya Ngumpul dan Jl. Ahmad Yani Kecamatan Kauman Kabupaten Ponorogo. Pasar tradisional Sumoroto berada di bawah naungan Dinas Perdagangan, Koperasi dan

²Muslich, *Etika Bisnis*, (Yogyakarta: Ekonsia, 1998), 84.

Usaha Mikro (PERDAGKUM) Kabupaten Ponorogo dan dikelola oleh Bapak Gito yang beralamatkan di Jalan Alun-alun Utara Nomor 9 selaku Kepala Pasar bagian utara.³

Sampai sekarang pasar tradisional Sumoroto merupakan sentra transaksi jual beli masyarakat setempat. Pasar tersebut sudah berdiri sejak lama sekitar tahun 70-an dan terakhir kali pasar tersebut telah direnovasi dan direalisasikan oleh Dinas Perdagangan, Koperasi dan Usaha Mikro (PERDAGKUM) Kabupaten Ponorogopada awal tahun 2018 lalu dan saat ini sedang menyusul renovasi Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo bagian selatan. Mayoritas pelaku transaksi di pasar tersebut merupakan masyarakat beragama Islam.⁴ Namun pada kenyataannya di lapangan masih terdapat pedagang yang tidak menjalankan syari'at Islam, seperti beberapa pedagang ikan yang tetap memotong ikan ketika adzan subuh dan dzuhur berkumandang, tidak menjaga kebersihan kios serta barang dagangan, menaruh barang dagangan di area jalan sehingga menyebabkan jalan untuk pembeli menjadi sempit, menjual buah yang kualitasnya tidak layak meskipun dengan harga yang murah, dan buah yang dijual namun matang belum pada waktunya (karbitan).⁵ Hal tersebut tentulah menjadi fokus penelitian yang tidak dapat dihindari bahwa seharusnya dalam perdagangan terdapat penerapan etika bisnis Islam.

³ Profil Pasar Sumoroto Kecamatan Kauman Kabupaten Ponorogo, <http://siskaperbapo.com/profilpasar/detail/20>, Diakses pada hari Minggu, 5 Januari 2020 pukul 23.00 WIB.

⁴Wawancara dengan Bapak Ahmadi, penjual Ikan di Pasar Tradisional Sumoroto pada hari Jum'at, 3 Januari 2020 pada pukul 15.30 WIB.

⁵Agus, Observasi, 22 Maret 2020.

Pembeli atau konsumen seharusnya menerima barang dalam kondisi baik dan dengan harga yang wajar. Mereka juga harus diberitahu apabila terdapat kekurangan-kekurangan pada suatu barang seperti beberapa buah-buahan di kios penjual buah di pasar Sumoroto Kauman Ponorogo yang harganya lebih murah dari harga pada umumnya tetapi kualitasnya lebih rendah dari buah pada umumnya.⁶ Daya tarik dan kelebihan suatu barang atau produk menjadi faktor yang sangat menentukan bagi pembeli atau konsumen untuk menentukan pilihannya.⁷

Keragaman para pedagang dan para konsumen merupakan faktor yang mendasari baik dari *internal* maupun *ektsternal* menjadikan perilaku para pedagang yang berbeda-beda mulai dari mempromosikan barang dan harga, diskon, bonus, potongan harga, memberikan kemudahan dengan angsuran ataupun hutang, serta menjual barang dengan harga yang lebih murah. Seringkali karena adanya perbedaan perilaku tersebut menimbulkan perselisihan dan juga pertengkaran, yang akibatnya banyak para pedagang akan bertolak belakang dari tata cara berdagang secara Islam dikarenakan sikap ingin mendapatkan keuntungan yang besar dengan cara apapun.⁸ Meskipun di pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo tidak terlihat reaksi berlebihan dalam menyikapi tindakan yang dilakukan sesama pedagang, namun pada kenyataannya para pedagang tetap ingin saling mendapatkan keuntungan yang maksimal dengan

⁶Agus, Observasi, 22 Maret 2020.

⁷Rafik Issa, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 72.

⁸ Fatmawati, <https://rumaysho.com/1441-9-dari-10-pintu-rizki-di-perdagangan.html>, Diakses pada hari Minggu, 5 Januari 2020 pukul 22.00 WIB.

melakukan beberapa hal tersebut seperti memberikan kemudahan pembeli dengan angsuran atau hutang terlebih dahulu jika tidak cukup uang untuk membayar contohnya perkakas dapur, dan memberikan potongan harga apabila sudah mendekati waktu pasar tutup contohnya sayur-sayuran karena dikhawatirkan akan layu.⁹

Berdasarkan data informasi yang dirilis oleh Sistem Informasi Ketersediaan Perkembangan Harga Bahan Pokok (SISKAPERBABO), dapat diperoleh kesimpulan bahwa harga untuk beberapa komoditas di Kabupaten Ponorogo termasuk Pasar Tradisional Sumoroto Kauman tergolong lebih murah jika dibandingkan dengan Kabupaten/Kota lain di Jawa Timur.¹⁰ Namun informasi tersebut bisa dijadikan rujukan ataupun patokan harga jual dari pusat untuk digunakan oleh pedagang dalam menentukan harga pasar. Pedagang bisa memberikan harga sesuai dengan data informasi tersebut ataupun tidak selama harga yang diberikan tidak melebihi harga rata-rata. Sebagian pedagang melakukan hal tersebut dengan alasan untuk mendapatkan laba lebih guna mengganti pengeluaran biaya distribusi dan pengolahan serta perawatan atas barang komoditas yang di jual.¹¹ Pada saat ini banyak para penjual demi memperoleh keuntungan yang besar akan melakukan berbagai macam cara entah itu cara halal atau haram. Peneliti melihat secara langsung beberapa pedagang

⁹Agus, Observasi, 22 Maret 2020.

¹⁰ Sistem Informasi Ketersediaan dan Perkembangan Harga Bahan Pokok (SISKAPERBAPPO), <http://siskaperbapo.com/info/detail/49>, Diakses pada hari Minggu, 5 Januari 2020 pukul 23.00 WIB.

¹¹ Wawancara dengan Bapak Ahmadi, penjual Ikan di Pasar Tradisional Sumoroto pada hari Jum'at, 3 Januari 2020 pada pukul 15.30 WIB.

di pasar tradisional Sumoroto melakukan perdagangan dengan cara tidak jujur seperti menyembunyikan barang yang buruk dibawah barang yang baik dengan memberikan harga yang lebih murah tanpa diketahui oleh pembeli bahwa terdapat barang yang berkualitas buruk, beberapa pedagang yang membeli atau memasok dari pedagang lain sebelum sampai di pasar untuk mengetahui harga pasar agar mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Pak Jono selaku petugas penarikan retribusi Pedagang Kaki Lima (PKL) membenarkan hal tersebut, namun hal tersebut sudah dianggap wajar dan lumrah oleh masyarakat dengan alasan kebutuhan masyarakat yang harus dipenuhi sehingga sistem permainan harga pasar tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo bergerak secara alami yaitu sesuai dengan permintaan dan penawaran barang. Sementara itu di Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo ini sistem pengelolaan terutama bagian pelayanan pengaduan masih belum di ketahui karena tidak ditemukan tempat ataupun kotak yang menyediakan lembar *survey* terkait dengan kepuasan terhadap pasar dan perilaku pedagang.¹²

Beberapa lembaga penelitian seperti Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) marak mendapati pedagang yang curang atau menipu konsumen, sehingga tidak jarang konsumen dirugikan oleh perilaku pedagang yang curang. Data yang dimiliki YLKI tentang jumlah pelapor dari yang mengalami kerugian pada tahun 2016 ke 2017 mengalami

¹²Wawancara, Bapak Jono, 3 Januari 2020.

kenaikan yaitu dari 65 laporan meningkat menjadi 103 laporan.¹³ Jika dilihat dari data dan analisis yang terdapat pada artikel lembaga YLKI tersebut dapat disimpulkan bahwa masih ada pedagang yang berperilaku tidak adil atau tidak jujur terhadap konsumen. Hal ini dibenarkan oleh Bapak Pendik selaku Devisi Keamanan pasar Sumoroto Kauman Ponorogo bahwa sepengetahuan beliau masih ada pedagang yang berperilaku tidak sesuai dengan tujuan dan cita-cita pengelola pasar, dan beliau juga pernah menerima laporan dari pembeli mengenai kerugiannya karena ketidakjujuran pedagang, namun beberapa keluhan tersebut masih ditampung karena belum terlaksananya program tindak lanjut di pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo karena sejauh ini masih dianggap aman dan terkendali.¹⁴

Berkaitan dengan perilaku tersebut, dalam bisnis bukan hanya mencari keuntungan saja, tetapi juga mencari keberkahan. Berbisnis tidak diperkenankan melanggar syari'at Islam, baik dalam strategi, proses maupun manajemen. Islam memiliki perangkat, yaitu norma agama dalam segala aspek kehidupan termasuk dalam usaha dan bisnis. Kecenderungan bisnis saat ini tidak memperhatikan masalah etika bisnis baik secara sosial maupun Islam. Akibatnya, sesama pelaku bisnis sering berbenturan kepentingannya, mereka akan saling menjatuhkan satu sama lain untuk

¹³ Putri Agusti Sholeha, *Laporan Wartawan Bangka Pos*, <http://Bangka.tribunnews.com/201804/23/tertipu-konsumen-bisa-lapor-ke-ylkip>, Diakses pada hari Minggu, 5 Januari 2020 pada pukul 20.00 WIB.

¹⁴Wawancara, Bapak Pendik, 3 Januari 2020.

mendapatkan keuntungan yang besar.¹⁵ Maka dari itu khususnya para pedagang di Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo harus memiliki etika bisnis Islam yang sudah diajarkan oleh Rasulullah SAW dengan adanya sikap etika bisnis Islam yang diterapkan oleh para pedagang khususnya di Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo bisa menjadikan transaksi tersebut bernilai secara *vertikal* (manusia dengan Tuhan) maupun *horizontal* (manusia dengan manusia) dan akhirnya dapat memperoleh *profit* (keuntungan) yang sebenarnya. Melihat permasalahan tersebut penulis ingin melakukan penelitian untuk mengetahui Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang dikemukakan dapat di usulkan penulis sebagai berikut:

1. Bagaimana pemahaman Etika Bisnis Islam para pedagang Pasar Tradisional di Sumoroto Kauman Ponorogo ?
2. Bagaimana Implementasi Etika Bisnis Islam para pedagang Pasar Tradisional di Sumoroto Kauman Ponorogo ?

¹⁵ Siti Halimah Asa'diyah, "Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Di Kedawung Mojo Kediri," Skripsi, IAIN Tulungagung, 2019, 8.

C. Tujuan Penelitian

- a. Untuk menganalisis pemahaman Etika Bisnis Islam para pedagang Pasar Tradisional di Sumoroto Kauman Ponorogo
- b. Untuk mendeskripsikan Implementasi Etika Bisnis Islam para pedagang Pasar Tradisional di Sumoroto Kauman Ponorogo

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau kegunaan yang tepat. Adapun manfaat atau kegunaan yang bisa diperoleh yaitu:

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis kegunaan dari penelitian ini dapat bermanfaat untuk semua pihak yang terkait dapat membantu menyelesaikan permasalahan mereka di bidang ekonomi dan bisnis terutama dalam Etika Bisnis berdasarkan ajaran Islam.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan dan wawasan mengenai etika untuk bisnis berdasarkan ajaran agama Islam.

b. Bagi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo

Bagi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo diharapkan dapat dijadikan bahan referensi penelitian lebih lanjut dalam bidang yang berkaitan dengan etika bisnis islam pedagang

pasar dan memberikan referensi untuk bagian perpustakaan Institut Agama Islam (IAIN) Ponorogo.

c. Bagi Pedagang di Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dan memberikan masukan bagi pedagang dan masyarakat luas pada umumnya saat berdagang atau bersaing dalam dunia bisnis.

d. Bagi Pengelola Pasar Tradisional Sumoroto Kauman

Bahan masukan yang nantinya dapat digunakan terkait masalah yang kemungkinan terjadi, terutama tentang bagaimana perencanaan pasar yang baik.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian ini, maka pembahasan dalam penulisan skripsi ini dibagi menjadi 5 bab. Dari bab per bab tersebut, terdapat sub-sub bab yang merupakan rangkaian untuk pembahasan dalam penelitian. Sistematika pembahasan dalam penyusunan penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tinjauan permasalahan secara global permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini serta dikembangkan beberapa masalah meliputi: latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II ETIKA BISNIS ISLAM PADA PERILAKU PEDAGANG PASAR TRADISIONAL

Bab ini membahas tentang teori yang digunakan. Penggunaan teori dibedakan berdasarkan pendekatan, dalam penelitian ini (penelitian kualitatif) teori digunakan sebagai pisau analisis untuk membaca atau menafsirkan data. Landasan teori yang berisi tinjauan tentang konsep perilaku pedagang yang meliputi pedagang dan perilaku pedagang; etika bisnis Islam yang meliputi etika, bisnis, etika bisnis, Islam dan etika bisnis islam; pasar rakyat atau tradisional dan mekanisme pasar Islami.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan jenis dan pendekatan penelitian, lokasi/tempat penelitian (penelitian lapangan), data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, teknik analisis data, dan teknik pengecekan keabsahan data terhadap pedagang di pasar rakyat Sumoroto Kauman Ponorogo.

BAB IV DATA DAN ANALISA DATA

Pada bagian bab ini berisi analisis dari hasil pengolahan data dan pembahasan mengenai pemahaman etika bisnis Islam dan implementasi etika bisnis Islam para pedagang di pasar tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo.

P O N O R O G O

BAB V PENUTUP

Pada bagian bab terakhir yaitu penutup berisikan kesimpulan dari tiap rumusan masalah dan saran atau rekomendasi peneliti yang berhubungan dengan dengan penelitian serupa di masa mendatang.



BAB II

ETIKA BISNIS ISLAM PADA PERILAKU PEDAGANG PASAR

TRADISIONAL

A. Kajian Teori

1. Etika Bisnis Islam

a. Etika

Istilah etika berasal dari bahasa Yunani, *ethos* yang memiliki arti adat kebiasaan. Dalam pengertian ini etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik itu berhubungan dengan diri sendiri maupun berhubungan dengan orang lain.¹ Dalam KBBI, etika berarti ilmu mengenai apa yang baik dan apa yang buruk, kumpulan nilai yang berkenaan dengan akhlaq serta asas perilaku yang menjadi pedoman.² Secara terminologi, etika dapat diartikan sebagai studi sistematis mengenai konsep nilai, baik, buruk, benar, salah yang memimpin manusia dalam membuat keputusan serta bertingkah laku.³

Menurut Hamzah Ya'qub, etika adalah ilmu yang menyelidiki mana yang baik dan mana yang buruk dengan memperhatikan amal perbuatan manusia sejauh yang dapat diketahui oleh akal pikiran. Sedangkan menurut Burhanudin Salam,

¹Buchari Alma dan Donni Junni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 204.

²Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), 399.

³Faisal Badroen, et al., *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, Cet. Ke-2, 2006), 5.

etika adalah suatu ilmu yang membahas mengenai permasalahan tingkah laku manusia untuk mengetahui mana yang dapat dinilai baik dan mana yang dapat dinilai jahat.⁴ Menurut Keraf yang dikutip oleh Sofyan S. Harahap dalam bukunya menyatakan bahwa etika itu bersifat rasional, artinya benar-salah bergantung pada pemikiran manusia (rasionalitas) dengan menggunakan pemikiran yang kritis, diatur dan dibahas secara sistematis, dan merupakan hal yang bersifat *normative* atau berbobot nilai-nilai atau norma.⁵

Etika adalah ilmu atau pengetahuan tentang apa yang baik dan apa yang tidak baik untuk dijunjung tinggi atau untuk diperbuat (*Ethics is the science of good and bad*). Etika yang baik itu mencakup:⁶

- 1) Kejujuran (*Honesty*): mengatakan dan berbuat yang benar, menjunjung tinggi kebenaran.
- 2) Ketetapan (*Reliability*): janjinya selalu tepat, tepat menurut isi janji (ikrar), waktu, tempat, dan syarat.
- 3) Loyalitas: setia kepada janjinya sendiri, setia kepada siapa saja yang dijanjikan kesetiaannya, setia kepada organisasinya, berikut pimpinannya, rekan-rekan, bawahan, relasi, klien anggaran dasar dan anggaran rumah tangganya.

⁴ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Press, Cet. Ke-1, 2009), 11.

⁵ Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis dalam Prespektif Islam* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 16.

⁶ Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011), 133.

- 4) Disiplin: tanpa disuruh atau dipaksa oleh siapapun taat kepada sistem, peraturan, prosedur, dan teknologi yang telah ditetapkan.

Etika dapat didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan baik dan buruk serta keilmuan yang bersifat normative karena menentukan apa yang harus dilakukan oleh individu yang kadangkala merujuk pada etika manajemen yang secara sederhana membatasi kerangka acuan kepada konsepsi sebuah organisasi.⁷ Etika adalah ilmu pengetahuan tentang apa yang baik dan yang tidak baik untuk dipertahankan, dijunjung tinggi atau diperbuat (*ethics is the science of good and bad*). Sebagaimana firman Allah SWT,

قَوْلٌ مَّعْرُوفٌ وَمَغْفُورَةٌ خَيْرٌ مِنْ صَدَقَةٍ يَتْبَعُهَا أَدَىٰ ۖ وَاللَّهُ غَنِيٌّ حَلِيمٌ

Artinya: “Perkataan yang baik dan pemberian maaf lebih baik dari sedekah yang diiringi dengan sesuatu yang menyakitkan (perasaan si penerima). Allah Maha Kaya lagi Maha Penyantun. (Surat Al-Baqarah ayat 263).”⁸

Dapat disimpulkan bahwa etika merupakan seperangkat nilai yang membimbing manusia untuk membedakan antara baik, buruk dalam berperilaku dan beraktivitas dengan tujuan mencapai kesejahteraan bersama etika mengajarkan manusia untuk menjaga nilai kebaikan di dalam dirinya sehingga segala sesuatu yang

⁷ Mohammad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004), 38.

⁸Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an Al-Karim*, (Solo: Al-Qur'an Qomari, 2004), 35.

dilakukan memberikan dampak positif. Untuk mengukur segala sesuatu yang dilakukan merupakan baik atau buruk didasarkan kepada niat atau kehendak dan cara yang di tempuh.

b. Bisnis

Kata bisnis merupakan kata serapan dari bahasa Inggris yaitu “*business*” yang memiliki arti urusan, usaha dagang dan kesibukan. Dalam KBBI, bisnis diartikan sebagai usaha komersial di dunia perdagangan, bidang usaha, dan usaha dagang.⁹ Bisnis adalah pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan dan memberi manfaat.¹⁰ Bisnis adalah aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengolahan barang.¹¹

Aktivitas bisnis dilakukan sebagai suatu pekerjaan dari seseorang, atau aktivitas kelompok orang dan atau dilakukan oleh suatu organisasi.¹² Bisnis berlangsung karena adanya ketergantungan antar individu, adanya peluang internasional, usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan standar hidup, dan lain sebagainya. Bisnis juga dipahami dengan suatu kegiatan individu (*privat*) yang terorganisir atau melembaga, untuk menghasilkan dan menjual barang maupun jasa guna mendapatkan keuntungan dalam

⁹Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*, 209.

¹⁰Johan Arifin, *Etika Etika Bisnis Islami*, 20.

¹¹ Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004) 37.

¹²Basri, *Bisnis Pengantar*, (Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta, 2005), 1.

memenuhi kebutuhan masyarakat. Bisnis dilakukan untuk mendapatkan keuntungan (*profit*), mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, pertumbuhan sosial, dan tanggung jawab sosial.¹³ Terdapat beberapa unsur dalam bisnis, di antaranya:

1) Diorganisir dan diatur

Artinya bisnis adalah perusahaan atau badan usaha yang diatur dengan manajemen dan diorganisir menggunakan struktur organisasi. Manajemen tersebut maksudnya bahwa pengelolaannya menerapkan fungsi-fungsi manajemen berupa perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*).

Adapun menggunakan struktur organisasi, bermakna:

- a) Terdapat tingkatan korporat
- b) Ada bagian korporat berupa fungsional bisnis yaitu fungsi operasi, pemasaran, keuangan dan pengelolaan SDM dan subbagiannya.
- c) Ada penggabungan korporat yang disebut industri

2) Menghasilkan barang atau jasa atau keduanya

Barang memiliki ciri yang berbeda dengan jasa, adapun perbedaan barang dengan jasa sebagai berikut:

Tabel 2.1: Perbedaan barang dengan jasa

Barang	Jasa
1. Sifatnya berwujud	1. Sifatnya tidak berwujud

¹³ Ika Yunia Fauziya, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: KENCANA PRENADAMEDIA Group, 2013), 4.

2. Minimal kontak konsumen pada saat proses	2. Ektensif kontak konsumen pada saat proses
3. Dikirim oleh produsen	3. Konsumen berpartisipasi penuh
4. Ada tenggang waktu dari produsen ke konsumen	4. Tidak ada tenggang waktu dari penyedia jasa ke konsumen
5. Capital intensif	5. Labor intensif
6. Kualitas mudah diukur	6. Kualitas sulit diukur
7. Konsumen memperoleh hak pakai dan hak milik	7. Konsumen memperoleh hak pakai saja

3) Barang dan atau jasa yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen

Konsumen (*consumers*) juga disebut pelanggan (*customers*), pembeli (*buyers*), pasar (*markets*). Terdapat beberapa jenis konsumen, diantaranya:

a) Konsumen akhir, yaitu konsumen yang membeli barang untuk dikonsumsi.

b) Konsumen industri, yaitu konsumen yang membeli barang untuk diproses menjadi barang yang lain atau diperdagangkan lagi.

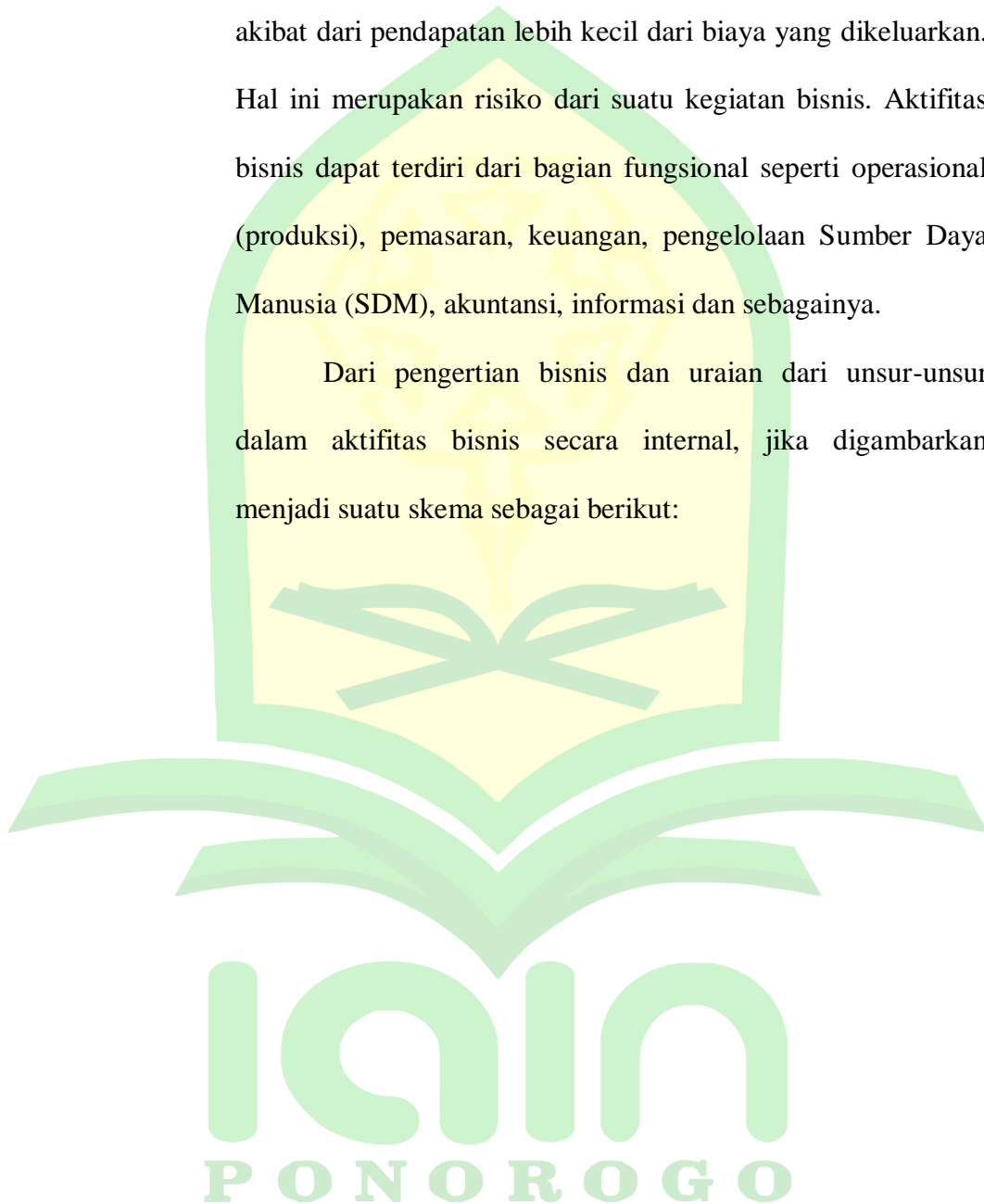
c) Konsumen lembaga (pemerintah atau swasta), yaitu konsumen yang berupa lembaga atau institusi.

4) Kepentingan bisnis untuk mendapatkan laba (*profit*)

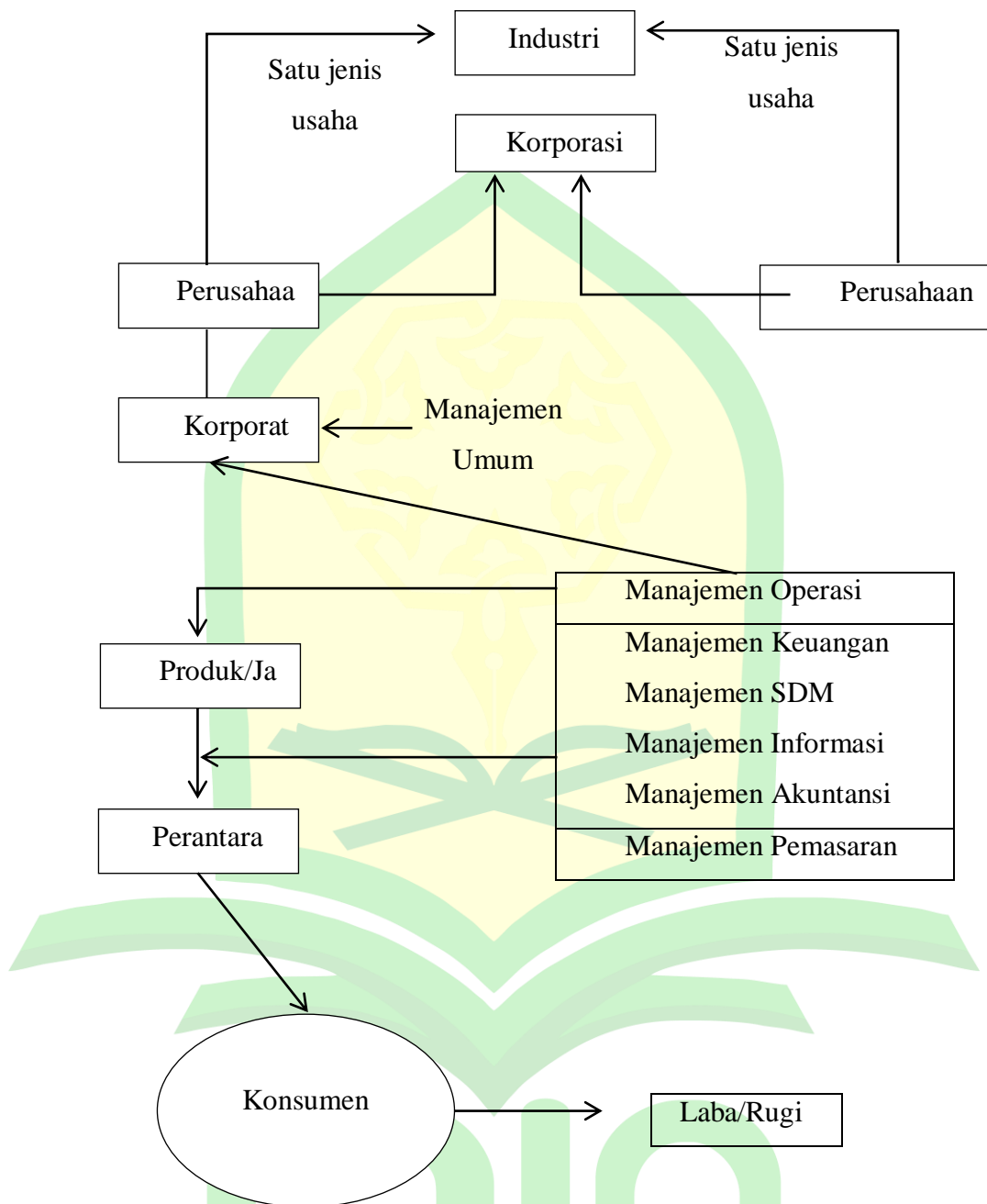
Laba merupakan selisih positif dari pendapatan dan biaya. Pendapatan atau *revenue* adalah penjumlahan harga jual dikalikan dengan volume yang terjual dalam waktu tertentu, sedangkan biaya atau *cost* adalah total pengeluaran untuk

menghasilkan dan menjual barang atau jasa. Dalam menjalankan bisnis dimungkinkan untuk tidak selalu memperoleh laba, sehingga harus menanggung rugi atau *loss* akibat dari pendapatan lebih kecil dari biaya yang dikeluarkan. Hal ini merupakan risiko dari suatu kegiatan bisnis. Aktifitas bisnis dapat terdiri dari bagian fungsional seperti operasional (produksi), pemasaran, keuangan, pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM), akuntansi, informasi dan sebagainya.

Dari pengertian bisnis dan uraian dari unsur-unsur dalam aktifitas bisnis secara internal, jika digambarkan menjadi suatu skema sebagai berikut:



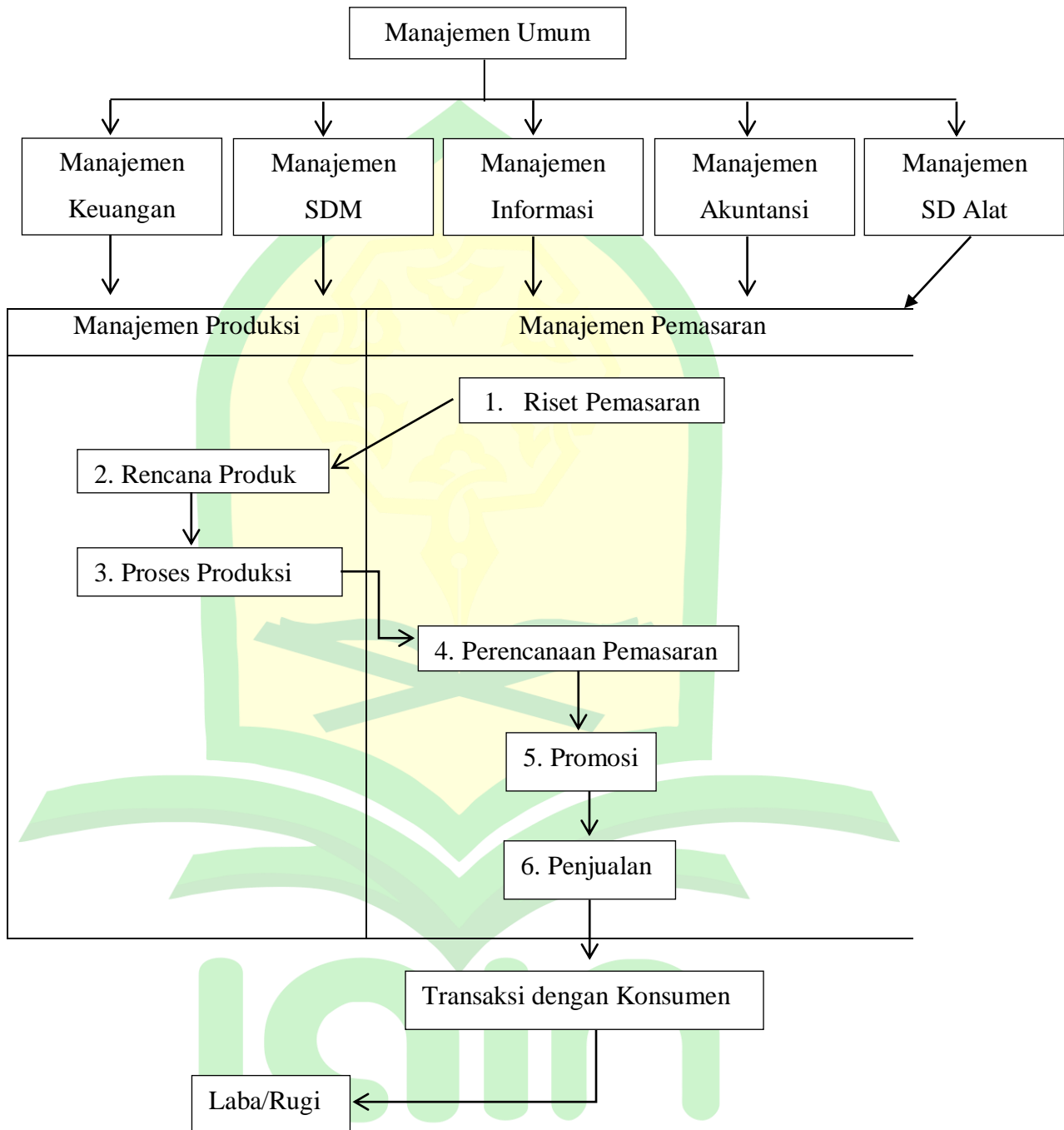
Gambar 2.1: Skema aktifitas bisnis secara internal



Dari gambar tersebut, bisnis dapat digambarkan sebagai suatu sistem yang berupa suatu rangkaian sebagai

berikut:

Gambar 2.2: Rangkaian sistem bisnis



Rangkaian sistem bisnis bergerak secara terarah dari manajemen umum menuju ke bagian manajemen teknik sehingga menghasilkan aspek penentu akhir yaitu laba ataupun rugi.

c. Etika Bisnis

Dari berbagai pandangan tentang etika bisnis, beberapa indikator yang dapat dipakai untuk menyatakan apakah seseorang dan suatu perusahaan telah melaksanakan etika bisnis dalam kegiatan usahanya antara lain adalah:

- 1) Indikator etika bisnis menurut ekonomi apabila perusahaan atau pelaku bisnis telah melakukan pengelolaan sumber daya bisnis dan sumber daya alam secara efisien tanpa merugikan masyarakat lain.
- 2) Indikator etika bisnis menurut peraturan khusus yang berlaku berdasarkan indikator ini seseorang pelaku bisnis dikatakan beretika dalam bisnisnya apabila masing-masing pelaku bisnis mematuhi aturan-aturan khusus yang telah disepakati sebelumnya.
- 3) Indikator etika bisnis menurut hukum Berdasarkan indikator hukum seseorang atau suatu perusahaan dikatakan telah melaksanakan etika bisnis apabila seseorang pelaku bisnis atau suatu perusahaan telah mematuhi segala norma hukum yang berlaku dalam menjalankan kegiatan bisnisnya.
- 4) Indikator etika berdasarkan ajaran agama. Pelaku bisnis dianggap beretika bilamana dalam pelaksanaan bisnisnya senantiasa merujuk kepada nilai-nilai ajaran agama yang dianutnya.

d. Islam

Menurut bahasa, Islam berasal dari bahasa Arab yang diambil dari kata *salima* yang berarti selamat. Dari kata *salima* dibentuk menjadi kata *aslama* yang berarti berserah diri, patuh dan tunduk. Kemudian jadilah kata Islam yang mengandung arti selamat, aman, damai, patuh, berserah diri dan taat.¹⁴

Menurut istilah banyak para tokoh yang memberi penjabaran mengenai pengertian Islam. Menurut Maulana Muhammad Ali yang dikutip oleh Abuddin Nata, Islam adalah agama yang sebenarnya bagi umat manusia. Para nabi mengajarkan agama Islam di berberbagai zaman dan Nabi Muhammad SAW adalah nabi yang terakhir dan paling sempurna. Sedangkan menurut Harun Nasution, Islam adalah agama yang ajaran-ajarannya diwahyukan Allah kepada manusia melalui Nabi Muhammad. Islam membawa ajaran-ajaran mengenai berbagai segi dari keidupan manusia.¹⁵ Sebagaimana firman Allah SWT,

إِنَّ الدِّينَ عِنْدَ اللَّهِ الْإِسْلَامُ وَمَا اخْتَلَفَ الَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ إِلَّا مِنْ بَعْدِ مَا جَاءَهُمُ الْعِلْمُ بَغْيًا
بَيْنَهُمْ وَمَنْ يَكْفُرْ بِآيَاتِ اللَّهِ فَإِنَّ اللَّهَ سَرِيعُ الْحِسَابِ

Artinya: "Sesungguhnya agama (yang diridhai) di sisi Allah hanyalah Islam. Tiada berselisih orang-orang yang telah diberi Al Kitab kecuali sesudah datang pengetahuan kepada mereka, karena kedengkian (yang ada) di antara mereka. Barang siapa yang kafir

¹⁴Abuddin Nata, *Studi Islam Komprehensif*, (Jakarta: Kencana, 2011), 11.

¹⁵ Ibid., 21.

terhadap ayat-ayat Allah maka sesungguhnya Allah sangat cepat hisab-Nya.(Surat Al-Imran ayat 19). ”¹⁶

Jadi, Islam adalah agama yang didasarkan pada wahyu Allah yang disampaikan kepada Nabi Muhammad dalam bentuk ayat-ayat Al-Qur’an yang menjadi pedoman bagi seluruh umat manusia.

e. Etika Bisnis Islam

Di bawah ini merupakan prinsip etika bisnis Islam yang harus diikuti kaum muslim:

1) Prinsip Tauhid

Konsep tauhid (dimensi vertikal) berarti Allah SWT sebagai Tuhan Yang Maha Esa menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya.¹⁷ Sebagaimana firman Allah SWT,

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ اسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَاوَاتٍ ۗ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Artinya: “Dialah Allah, yang menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu dan Dia berkehendak (menciptakan) langit, lalu dijadikan-Nya tujuh langit. Dan Dia Maha Mengetahui segala sesuatu. (Surat Al-Baqarah ayat 29). ”¹⁸

Dari konsep tauhid mengintegrasikan aspek religius, dengan aspek-aspek lainnya, seperti ekonomi, akan mendorong manusia ke dalam suatu keutuhan yang selaras, konsisten,

¹⁶Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahnya*, 52.

¹⁷Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2006), 89.

¹⁸Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahnya*, 10.

dalam dirinya, dan selalu merasa diawasi oleh Tuhan. Dalam konsep ini akan menimbulkan perasaan dalam diri manusia bahwa ia akan merasa direkam segala aktivitas kehidupannya, termasuk dalam aktivitas ekonomi. Karena Allah SWT mempunyai sifat *Raqib* (Maha Mengawasi) atas seluruh gerak langkah aktivitas kehidupan makhluk ciptaan-Nya.

2) Prinsip Keseimbangan (Keadilan/*Equilibrium*)

Keseimbangan adalah menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam, dan berhubungan dengan harmoni segala sesuatu di alam semesta.¹⁹ Prinsip kedua ini lebih menggambarkan dimensi kehidupan pribadi yang bersifat horizontal. Hal itu disebabkan karena lebih banyak berhubungan dengan sesama. Prinsip keseimbangan (*Equilibrium*) yang berisikan ajaran keadilan merupakan salah satu prinsip dasar harus dipegang oleh siapapun dalam kehidupannya sebagaimana Allah SWT berfirman,

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ ۗ
وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ ۗ لَا تَكْلِفُوا نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۗ وَإِذَا
قُلْتُمْ فَأَعْدِلُوا وَلَا كَانَ ذَا قُرْبَىٰ ۗ وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ۗ ذَلِكُمْ وَصَّاكُم
بِهِ لَعَلَّكُمْ تَتَذَكَّرُونَ

Artinya: “Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, hingga sampai ia dewasa. Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya. Dan apabila kamu

¹⁹Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004),5.

berkata, maka hendaklah kamu berlaku adil, kendatipun ia adalah kerabat (mu), dan penuhilah janji Allah. Yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat. (Surat Al-An'am ayat 152).''²⁰

Prinsip-prinsip umum yang berlaku pada semua bentuk transaksi termasuk mengenai prinsip keadilan atau '*adl*'. Prinsip keadilan menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan acuan yang adil dan sesuai dengan kriteria yang rasional objektif dan dapat dipertanggungjawabkan. Keadilan menuntut agar tidak boleh ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya.

3) Prinsip Kehendak Bebas

Kebebasan berarti bahwa manusia sebagai individu dan kolektif mempunyai kebebasan penuh untuk melakukan aktivitas bisnis. Dalam ekonomi, manusia bebas mengimplementasikan kaidah-kaidah Islam karena masalah ekonomi termasuk kepada aspek muamalah bukan ibadah maka berlaku padanya kaidah umum semua boleh kecuali yang dilarang yang tidak boleh dalam Islam adalah ketidakadilan dan riba. Seseorang atau kelompok memiliki kewenangan *absolute* dalam melakukan jual beli. Ia berhak memperjualbelikan harta kekayaan tanpa ada pemaksaan dari orang lain. Namun Allah SWT melarang kebebasan yang

²⁰Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, 79.

merugikan salah satu pihak ibarat memakan harta sesama saudara sendiri seperti firman Allah SWT,

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

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. (Surat An-Nisa’ ayat 29).”²¹

Pengakuan Islam terhadap hak-hak individu dan kelompok dalam memanfaatkan hartanya sama bijaknya dalam hal kepemilikan seorang dan kelompok. Kebebasan tersebut mempunyai koridor yang harus ditaati oleh manusia dalam rangka menciptakan ketertiban dan kesejahteraan bagi manusia itu sendiri.²²

4) Prinsip Tanggung Jawab (*responsibility*)

Aksioma tanggung jawab individu begitu mendasar dalam ajaran-ajaran Islam. Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dalam kehidupannya. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan dalam

²¹Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahnya*, 38.

²²Dede Nurohman, *Memahami Dasar-dasar Ekonomi Islam*, (Yogyakarta : Teras, 2001), 63-64.

menjalankan kegiatan bisnisnya manusia senantiasa perlu mempertanggungjawabkan tindakannya.²³

Allah SWT menghendaki agar manusia selalu bertanggungjawab atas segala perbuatannya, tidak terlepas dalam melakukan kegiatan bisnis, agar selalu bertanggung jawab sehingga akan senantiasa melakukan kegiatan bisnis yang baik, sebagaimana firman Allah SWT,

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْدَةٌ

Artinya: "Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya. (Surat Al-Mudatsir ayat 38)."²⁴

5) Prinsip Kebajikan (*ihsan*)

Ihsan (kebajikan) artinya melaksanakan perbuatan baik yang memberikan manfaat kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu yakinlah bahwa Allah melihat. Keihsanan adalah tindakan terpuji yang dapat mempengaruhi hampir setiap aspek dalam hidup, keihsanan adalah atribut yang selalu mempunyai tempat terbaik disisi Allah SWT. Kedermawanan hati (*leniency*) dapat terkait dengan keihsanan. Jika diekspresikan dalam bentuk perilaku kesopanan dan kesantunan, pemaaf, mempermudah kesulitan

²³Rafik Isa Bekum, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 40.

²⁴Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, 103.

yang dialami orang lain. Dalam pandangan Islam sikap ini sangat dianjurkan.²⁵

2. Perilaku Pedagang

a. Pengertian Perilaku

Menurut Purwanto yang dikutip oleh Zakiyah dan Bintang Wirawan, perilaku adalah segala tindakan atau perbuatan manusia yang kelihatan atau tidak kelihatan yang didasari maupun tidak didasari termasuk didalamnya cara berbicara, cara melakukan sesuatu dan bereaksi terhadap segala sesuatu yang datangnya dari luar maupun dari dalam dirinya.²⁶

Dalam kegiatan perdagangan (bisnis), pelaku usaha dan konsumen (pemakai barang dan jasa) sama-sama mempunyai kebutuhan dan kepentingan. Pelaku usaha harus memiliki tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Untuk itu perlu adanya aturan-aturan dan nilai-nilai yang mengatur kegiatan tersebut, agar tidak ada pihak-pihak yang dieksploitasi, terutama pihak konsumen yang berada pada posisi yang lemah. adapun yang perlu diperhatikan dalam perdagangan adalah perilaku pedagang.

²⁵Rafik Isa Bekum, *Etika Bisnis Islam*, 41.

²⁶ Zakiyah dan Bintang Wirawan, Pemahaman Nilai-Nilai Syari'ah Terhadap Perilaku Berdagang (Studi pada Pedagang di Pasar Bambu Kuning Bandar Lampung), *Jurnal Sociologie*, Vol. 1, 331.

Perilaku adalah pandangan-pandangan atau perasaan yang disertai kecenderungan untuk bertindak sesuai sikap objek. perilaku juga dapat disebut sebagai tingkah laku seseorang senantiasa didasarkan pada kondisi, yaitu tindakan mengenal atau memikirkan seseorang terlibat langsung dalam situasi memecahkan masalah.

Pendekatan *Neurobiologis* juga merupakan pendekatan yang menjelaskan hubungan perilaku dengan psikologi manusia. Pendekatan ini mencoba menjelaskan hubungan antara perilaku yang dapat diamati dan kejadian-kejadian mental seperti (pikiran dan emosi) menjadi proses biologi. Pandangan bahwa faktor biologi *evolusioner* yang menyatakan bahwa manusia, seperti makhluk lainnya planet di bumi ini, telah mengalami proses evolusi biologis selama sejarah keberadaannya, dan hasil dari proses ini adalah kita sekarang memiliki sejumlah besar mekanisme psikologi yang merupakan hasil evolusi yang membantu kita untuk tetap hidup atau mempertahankan keberadaan kita.²⁷

b. Pedagang

Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjual belikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh keuntungan. Pedagang adalah mereka yang melakukan perbuatan perniagaan sebagai pekerjaannya sehari.

²⁷Robert A. Baron dkk, *Psikologi sosial*, (Jakarta: Erlangga, 2003), hal. 12

Perbuatan perniagaan pada umumnya adalah perbuatan pembelian barang untuk dijual lagi. Pedagang dibagi menjadi tiga, yaitu :

- 1) Pedagang besar/distributor/agen tunggal Distributor adalah pedagang yang membeli atau mendapatkan produk barang dagangan dari tangan pertama atau produsen secara langsung. Pedagang besar biasanya diberi hak wewenang wilayah/daerah tertentu dari produsen.
- 2) Pedagang menengah/agen/ grosir Agen adalah pedagang yang membeli atau mendapatkan barang dagangannya dari distributor atau agen tunggal yang biasanya akan diberi daerah kekuasaan penjualan/perdagangan tertentu yang lebih kecil dari daerah kekuasaan distributor.
- 3) Pedagang eceran/pengecer adalah pedagang yang menjual barang yang dijualnya langsung ke tangan pemakai akhir atau konsumen dengan jumlah satuan atau eceran.²⁸

c. Perilaku Pedagang

Perilaku Pedagang adalah respon atau tanggapan yang berupa tindakan secara langsung atau tidak langsung oleh pedagang atau penjual terhadap segala peristiwa di lingkungannya. Perilaku dipengaruhi oleh sikap. Sikap sendiri dibentuk oleh sistem nilai dan pengetahuan yang dimiliki manusia. Maka kegiatan apapun yang dilakukan manusia hampir selalu dilatarbelakangi oleh pengetahuan

²⁸C.S.T. Kensis dan Christine S. Kensis, *Pokok pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*,(Jakarta:Sinar Grafika, 2008), 15.

pikiran dan kepercayaannya. Perilaku ekonomi yang bersifat subyektif tidak hanya dapat dilihat pada perilaku konsumen, tetapi juga perilaku pedagang. Sama halnya dengan perilaku konsumen, perilaku pedagang tidak semata-mata dipengaruhi oleh pengetahuannya yang bersifat rasional tetapi juga oleh sistem nilai yang diyakini.

Wirausaha juga mendasari perilaku ekonominya dengan seperangkat etika yang diyakini. Karena itu perilaku ekonomi wirausaha tidak semata-mata mempertimbangkan faktor benar dan tidak benar menurut ilmu ekonomi dan hukum atau berdasarkan pengalaman, tetapi juga mempertimbangkan faktor baik dan tidak baik menurut etika.²⁹ Prinsip ekonomi Islam bertujuan untuk mengembangkan kebajikan semua pihak sebagaimana yang dinyatakan oleh konsep *falah* yang terdapat dalam Al-Qur'an. Prinsip ini menghubungkan prinsip ekonomi dengan nilai moral secara langsung. Untuk mencapai *falah*, aktifitas ekonomi harus mengandung dasar-dasar moral. Dalam membuat keputusan yang berkaitan dengan ekonomi, nilai etika sepatutnya dijadikan sebagai norma, dan selanjutnya yang berkaitan dengan ekonomi haruslah dianggap sebagai hubungan moral.³⁰

²⁹ Wazin, Relevansi Antara Etika Bisnis Islam dengan Perilaku Wirausaha Muslim (Studi tentang Perilaku Pedagang di Pasar Lama Kota Serang Provinsi Banten), *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, Vol. 1 No. 1 Januari-Juni 2014.

³⁰ Muhammad Nejatullah Siddiqi, *Kegiatan Ekonomi Dalam Islam*, (Jakarta: Bumi Aksara, m 1996), 5.

Dari beberapa definisi di atas, dapat dipahami bahwa yang dimaksud perilaku pedagang adalah suatu tanggapan atau reaksi pedagang terhadap rangsangan atau lingkungan yang ada di sekitar. Perilaku pedagang juga merupakan sebuah sifat yang dimiliki oleh setiap orang pedagang, untuk menangkap reaksi yang telah diberikan oleh lingkungan terhadap keadaan yang telah terjadi sekarang.³¹

Banyaknya perilaku pedagang, mengakibatkan juga banyaknya tanggapan tentang apa yang terjadi. Perilaku pedagang juga akan mempengaruhi harga yang ada pada pasar, terkait dengan apa yang telah disajikan oleh pemerintah atau isu yang telah berkembang. Semisal, tanggapan pedagang biasanya akan bereaksi apabila adanya isu tentang kenaikan premium yang sebelumnya hanya isu berkembang. Adanya isu tersebut, mengakibatkan reaksi terhadap pedagang untuk langsung menaikkan harga barang dagangannya, sebelum ada pengumuman resmi dari pemerintah tentang kenaikan harga premium. Hal di ataslah yang dinamakan reaksi pedagang dalam mengambil keputusan, dan hal tersebutlah yang dinamakan adanya reaksi atau perilaku pedagang yang diambil pada isu kekinian. Ada beberapa indikator yang dapat mempengaruhi perilaku pedagang saat berbisnis dan bisa mempengaruhi ketertarikan pelanggan atau konsumen:

³¹Albara, *Analisis Pengaruh Perilaku Pedagang Terhadap Inflasi*, Academia, Vol. 5, No.2, 2016

- 1) Produk (*product*)
- 2) Harga (*price*)
- 3) Promosi (*promotion*)
- 4) Distribusi (*place*)
- 5) Pelayanan
- 6) Pemenuhan janji

3. Pasar Tradisional

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/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.³² Nuraini dan Merdekawati berpendapat bahwa pasar tradisional menekankan arti pasar secara fisik, sehingga pasar tradisional juga sering disebut sebagai pasar konkret.³³ Asri Bestari dan Setyono menjelaskan bahwa pasar tradisional ialah pasar di mana penjual dan pembelinya melakukan tawar menawar secara langsung sehingga terjadi kesepakatan harga

³²Toti Indrawati dan Indri Yovita, *Analisis Sumber Modal Pedagang Pasar Tradisional di Kota Pekanbaru* (Jurnal Ekonomi, Volume 22, Nomor 1 Maret 2014), 2.

³³E. Nuraini dan Merdekawati D, *Ekonomi: Untuk SMA/MA Kelas X*, (Sidoarjo: Masmedia Buana Pustaka, 2013), 65.

antara kedua belah pihak.³⁴ Rahayu dan Bahri berpendapat bahwa pasar tradisional adalah pasar yang dikelola dengan manajemen yang lebih tradisional dan lebih simple dari pada pasar modern.³⁵

Kesimpulan dari beberapa pengertian diatas yaitu pasar tradisional salah satu jenis pasar yang cara transaksinya masih bersifat tradisional yaitu dengan tawar menawar untuk mendapatkan harga dan membayarnya dengan uang tunai dan kepemilikannya bersifat perseorangan. Adapun kriteria pasar tradisional menurut peraturan dalam negeri adalah sebagai berikut:³⁶

- a. Pasar tradisional dimiliki, dibangun dan atau dikelola oleh pemerintah daerah.
- b. Adanya sistem tawar menawar antara penjual dan pembeli. Tawar menawar ini adalah salah satu budaya yang terbentuk di dalam pasar. Hal ini yang dapat menjalin hubungan sosial antara pedagang dan pembeli yang lebih dekat.
- c. Tempat usaha beragam dan menyatu dalam lokasi yang sama. Meskipun semua berada pada lokasi yang sama, barang dagangan setiap penjual menjual barang yang berbeda-beda. Selain itu juga terdapat pengelompokan dagangan sesuai dengan jenis

³⁴Ratna Asribestari dan Setyono, J. S , *Pengaruh Daya Tarik Pasar Tradisional Dan PasarModern Terhadap Preferensi Konsumen* “Studi Komparasi Pasar Karangayu Dan Giant Superdome”, (Semarang : Jurnal Teknik PWK, volume 2, ISSN 3, 2013), 541.

³⁵ Sri Endang Rahayu dan Halimun Bahri, *Studi Komparatif Perubahan Pendapatan Usaha Warung Tradisional Sebelum Dan Sesudah Adanya Warung Retail Modern Di Kecamatan Medan Timur*. (Sumatera Utara : Jurnal Manajemen & Bisnis, vol.14 No. 2 , 2014), 158.

³⁶Republik Indonesia, *Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 20 th. 2012*, bab II, pasal 4

dagangannya seperti kelompok pedagang ikan, sayur, buah, bumbu, dan daging.

- d. Sebagian besar barang dan jasa yang ditawarkan berbahan lokal. Barang dagangan yang dijual di pasar tradisional ini adalah hasil bumi yang dihasilkan oleh daerah tersebut. Meskipun ada beberapa dagangan yang diambil dari hasil bumi dari daerah lain yang berada tidak jauh dari daerah tersebut namun tidak sampai mengimpor hingga keluar pulau atau Negara.³⁷

4. Mekanisme Pasar Islami

Pasar adalah sebuah fenomena budaya yang berkembang dari zaman prasejarah hingga sekarang yang berguna sebagai tempat tukar menukar barang dan transaksi jual beli. Pasar bisa dikatakan sebagai sebuah monumen yang menyatakan berkembang atau tidaknya suatu pemerintahan. Bila sistem ekonomi pasarnya lemah maka sudah barang tentu negara tersebut tidak berhasil dalam mensejahterakan rakyatnya. Dalam perekonomian, pasar sangat berperan penting khususnya dalam sistem ekonomi bebas/liberal.³⁸

Sejak permulaan Islam di Makkah, ayat-ayat Al-Qur'an sudah menampilkan pandangan Islam mengenai hubungan keimanan dan perilaku ekonomi serta sistem ekonomi Islam. Rasulullah sangat menghargai harga yang dibentuk oleh pasar sebagai harga yang adil.

³⁷Ibid.,

³⁸Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2000),

Saat menjadi pedagang, beliau sangat memegang prinsip kejujuran dengan menolak adanya suatu *price intervention* seandainya perubahan harga terjadi karena mekanisme pasar yang wajar. Namun pasar disini mengharuskan adanya nilai-nilai moralitas, seperti persaingan yang sehat (*fair play*), kejujuran (*honesty*), keterbukaan (*transparency*), dan keadilan (*justice*). Pada saat itu, mekanisme pasar sangat dihargai.

Mengacu dengan Al-Qur'an dan praktek kehidupan pasar pada masa Rasulullah dan para sahabatnya, bahwa ciri khas kehidupan pasar yang Islami adalah:³⁹

- a. Orang baru bebas keluar masuk pasar.
- b. Adanya informasi yang cukup mengenai kekuatan-kekuatan pasar dan barang dagangan.
- c. Unsur-unsur monopolistik harus dilenyapkan dari pasar.
- d. Kolusi antar penjual dan pembeli harus dihilangkan.
- e. Adanya kenaikan penurunan harga yang disebabkan oleh naik\turunnya tingkat permintaan dan penawaran.
- f. Adanya homogenitas dan standarisasi produk agar terhindar dari pemalsuan produk, penipuan, dan kecurangan kualitas barang

Mekanisme pasar dalam konsep Islam melarang adanya sistem kerja sama yang tidak jujur. Islam tidak mengkehendaki adanya koalisis antara konsumen dan produsen, meskipun tidak

³⁹Rozalinda, *Ekonomi Islam teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), 152-153.

mengesampingkan adanya konsentrasi produksi, selama terjadinya konsentrasi tersebut dilakukan dengan cara-cara yang jujur serta tidak melanggar prinsip kebebasan dan kerjasama. Karena itu, prinsip monopoli atau oligopoly tidak dilarang oleh Islam selama pelaku tidak mengambil keuntungan di atas keuntungan yang wajar. Agar sistem tidak menyalahi aturan agama maka penting dibentuk lembaga hisbah. Lembaga ini bertugas memantau dan mengawas praktik-praktik kegiatan perekonomian untuk menjamin keadilan dan perdagangan yang jujur serta tidak melanggar aturan yang termaktub dalam kaidah Al-Qur'an dan hadist Rasulullah SAW.⁴⁰

B. Kajian Pustaka

Studi Penelitian Terdahulu atau kajian pustaka ini dimaksudkan sebagai bahan pertimbangan, perbandingan dan penelitian sebelumnya yang tentunya masing-masing mempunyai andil besar mencari teori, konsep-konsep dan generalisasi-generalisasi yang dapat dijadikan landasan teoritis bagi penelitian yang hendak dilakukan. Daftar dan karya penelitian yang peneliti tersebut jadikan sebagai kajian pustaka.

Skripsi Oleh Umi Mursidah dengan judul *“Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional (Studi Pada Pasar Betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung*

⁴⁰Jusmaliani dkk., *Bisnis Berbasis Syari'ah*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2008), 56-57.

Barat),”⁴¹ menyimpulkan bahwa penerapan etika bisnis secara umum belum diterapkan dengan baik oleh para pedagang di Pasar Betung karena hanya indikator hukum dan indikator ajaran agama saja yang sudah diterapkan dengan baik. Sedangkan indikator ekonomi dan indikator etika dari masing-masing pelaku bisnis belum diterapkan dengan baik. Penerapan etika bisnis Islam di pasar Betung jika ditinjau dari ke empat prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang dijadikan tolak ukur, penerapan etika bisnis Islam di Pasar Betung belum diterapkan dengan baik oleh para pedagang karena hanya prinsip tanggungjawab saja yang sudah diterapkan dengan baik oleh para pedagang di Pasar Betung. Sedangkan prinsip keadilan, prinsip kehendak bebas, dan prinsip kebenaran belum diterapkan dengan baik oleh para pedagang di Pasar Betung.

SitiHalimah Asa'diyah dalam skripsi “*Implementasi Etika Bisnis Islam pada Perilaku PedagangPasar Tradisional di Kedawung Mojo Kediri*,”⁴² menjelaskan bahwa perilaku pedagang tidak sesuai dengan apa yang telah diterapkan dalam etika bisnis Islam meskipun pengetahuan etika bisnis Islam mutlak harus dimiliki oleh setiap individu yang melakukan kegiatan ekonomi baik itu seorang pebisnis atau pedagang yang melakukan aktivitas ekonomi. Jenis penelitian yang digunakan penelitian ini jika ditinjau dari lokasi sumber datanya termasuk kategori penelitian

⁴¹ Umi Mursidah, “*Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional (Studi Pada Pasar Betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat)*,” Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2017.

⁴² Siti Halimah Asa'diyah, “*Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Di Kedawung Mojo Kediri*,” Skripsi, IAIN Tulungagung, 2019.

lapangan (*field research*). Teknik pengumpulan datanya adalah wawancara (*interview*), dokumentasi, observasi. Teknik analisis datanya adalah reduksi data display data serta penarikan kesimpulan. Hasil penelitiannya adalah pedagang di pasar tradisional Kedawung Mojo Kediri dalam menjalankan aktivitas bisnis telah memahami etika bisnis Islam dan pedagang pasar tradisional di Kedawung Mojo Kediri meneladani lima prinsip dalam Etika Binsis Islam yaitu prinsip tauhid, keseimbangan,kehendak bebas,tanggung jawab dan ihsan, bentuk perilakunya yaitu berupa pelayanan yang ramah, sopan kepada pembeli, bermurah hati, jujur dan adil dalam takaran, menjual barang yang baik mutunya, menetapkan harga dengan seimbang dan keyakinan bahwa Allah lah pengatur rezeki.

Sidqi Amalia Izzati dalam Skripsi "*Penerapan Etika Bisnis Islam Di Boombu Hot Resto Tegal*,"⁴³ Untuk memulai dan menjalankan bisnis tentu tidak boleh lepas dari etika, karena mengimplementasikan etika dalam bisnis akan mengarahkan kehidupan manusia untuk mencapai kebahagiaan dunia dalam bentuk memperoleh keuntungan materil dan kebahagiaan akhirat dengan memperoleh ridha Allah. kenyataan yang ada sekarang banyak terjadi pergeseran etika dalam berbisnis, misalnya banyak pelaku bisnis yang terlibat dalam transaksi riba, mengambil keuntungan yang tidak wajar, mengurangi timbangan atau takaran, *gharar*, penipuan, penimbunan, skandal, korupsi, kolusi, dan ijon. Hal tersebut menandakan

⁴³Sidqi Amalia Izzati, "*Penerapan Etika Bisnis Islam Di Boombu Hot Resto Tegal*," Skripsi UIN Walisongo Semarang, 2015.

merosotnya kejujuran, etika, rasa solidaritas serta tanggung jawab, sehingga terjadilah persaingan yang tidak sehat diantara para pelaku bisnis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis yang diterapkan oleh Boombu Hot Resto pada umumnya telah sesuai dengan etika bisnis yang diajarkan dalam Islam.

Helmi Rahmatullah dalam Skripsi “Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Pasar Ngasem Tamansari Kota Yogyakarta,”⁴⁴ menjelaskan bahwa pasar Ngasem merupakan tempat melakukan transaksi jual beli sebagai pasar tradisional yang dalam transaksinya masih mengabaikan etika bisnis yang sesuai dengan aturan-aturan yang berlaku. Penegakan nilai-nilai moral dalam kehidupan perdagangan pasar harus disadari secara personal oleh setiap pelaku pasar mengacu pada Al-Qur’an dan praktek kehidupan pasar pada masa Rasulullah SAW dan sahabatnya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi sebagai alat pengumpulan data. Setelah data terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis kualitatif dengan mengimpretasikannya dalam kalimat sederhana sehingga dapat diambil pengertiannya untuk mendapatkan kesimpulan sebagai hasil penelitian. Untuk uji validitas penulis menggunakan metode triangulasi sumber dan metode dalam mendukung pengukuran tingkat keabsahan data yang diperoleh. Hasilnya dapat diketahui bahwa implementasi etika bisnis

⁴⁴Helmi Rahmatullah, “*Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Pasar Ngasem Tamansari Kota Yogyakarta*,” Skripsi, UIN Sunan Kalijaga, 2016.

Islam di pasar Ngasem sebagian besar dari prinsip etika bisnis sudah sesuai dengan syari'at Islam, namun ada yang tidak sesuai seperti halnya dalam pencatatan utang-piutang.

Penelitian di atas mengidentifikasi penerapan etika bisnis Islam dalam berdagang dari segi secara umum, hukum dan ajaran agama Islam di mana pemahaman dalam etika bisnis Islam masih kurang dan penerapan etika bisnis Islam dalam berdagang belum sesuai dengan lima prinsip etika bisnis Islam yaitu tauhid, keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebajikan. Sedangkan perbedaan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada analisa data dilihat dari kebijakan yang dibuat dinas terkait sebagai patokan, pemahaman dan implikasi etika bisnis Islam dalam berdagang serta lokasi yang mengarah pada pasar tradisional yaitu pasar tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo. Untuk pemaparan hasil penelitian tetap sama yaitu menggunakan salah satu teori etika bisnis Islam. Adapun fungsi dari perbandingan penelitian dengan beberapa penelitian sebelumnya yaitu untuk menjelaskan perbedaan secara mendetail dari permasalahan secara umum dari tiap penelitian. Perbandingan penelitian dilakukan untuk mengetahui pemahaman dan implementasi etika bisnis Islam pada bisnis di wilayah lain.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam metode kualitatif ini penelitian dilakukan dengan menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan merupakan studi mendalam mengenai unit sosial tertentu, yang hasil penelitian ini memberikan gambaran luas dan mendalam mengenai unit sosial tertentu. Penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku berdasarkan aktifitas yang diamati oleh peneliti.¹

Maka dengan ini peneliti dituntut untuk secara aktif dalam pengumpulan data penelitian terutama dari *informan* yang menjadi subjek penelitian yang mana merupakan salah satu hasil akhir dari penelitian kualitatif dengan *field research* di samping hasil lainnya yaitu perilaku subjek penelitian yang diamati oleh peneliti. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui informasi yang mendalam terkait implementasi etika bisnis Islam pedagang pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo.

¹Sudarwan Damir, *Menjadi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Pustaka Setia, 2002), 55.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian di pasar tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo adalah penelitian kualitatif deskriptif, peneliti menggambarkan dan menjelaskan situasi dan kondisi yang terjadi, setelah peneliti melakukan observasi dan wawancara. Metode penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati, penelitian kualitatif akan menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan prosedur analisis statistik atau cara kuantifikasi lainnya.² Penelitian deskriptif adalah metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasi obyek sesuai dengan apa adanya.³

Penelitian deskriptif yang dibuat peneliti berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian. Data penelitian bisa diperoleh dari naskah, wawancara, catatan, foto, dokumen pribadi dan dokumen resmi lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana pemahaman dan implementasi etika bisnis Islam pada perilaku pedagang pasar tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo. Untuk mencapai tujuan tersebut peneliti harus terjun langsung ke lapangan untuk memperoleh data tentang pemahaman

² Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), 4-6.

³ Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Prakteknya* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), 157.

pedagang, dan pengimplikasian etika bisnis Islam yang dilakukan oleh pedagang pasar tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo.

B. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian di Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo yang beralamat di Jalan Raya Ngumpul dan Jalan Ahmad Yani RT/RW 02/03 Dusun Wetan Desa Sumoroto Kecamatan Kauman Kabupaten Ponorogo Kode Pos 63452. Pemilihan lokasi oleh peneliti didasarkan atas pertimbangan sebagai berikut:

1. Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo merupakan pasar yang rentan terhadap penyimpangan perilaku etika bisnis Islam yang menjadi permasalahan dalam penelitian.
2. Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo merupakan pasar yang berada di bawah naungan Dinas Perdagangan, Koperasi dan Usaha Mikro (PERDAGKUM) Kabupaten Ponorogo, sehingga peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana mekanisme dan struktur organisasi dari pasar tersebut.
3. Pedagang yang beraneka ragam dari latar belakang yang berbeda membuat pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo menampung pedagang dari berbagai macam daerah di Ponorogo dan sekitarnya.
4. Terdapat berbagai macam jenis upaya agar dagangannya laris dibeli konsumen dengan melakukan berbagai teknik pemasaran.

5. Pentingnya penerapan etika bisnis Islam dalam menjalankan kegiatan bisnis membuat peneliti tertarik untuk meneliti Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo yang mayoritas pedagang beragama Islam.

C. Data Dan Sumber Data

1. Data Penelitian

Menurut Rohmat yang dikutip oleh Umi, data kualitatif merupakan data yang berbentuk kalimat, gambar atau kata.⁴ Data yang dibutuhkan dalam penelitian adalah:

- a. Pemahaman etika bisnis Islam pedagang pasar tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo.
- b. Implementasi etika bisnis Islam pedagang pasar tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo.

Data kualitatif dalam penelitian ini berupadokumen dari pihak pengelola pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo dan Dinas Perdagangan, Koperasi dan Usaha Mikro (PERDAGKUM) Kabupaten Ponorogo, hasil interview atau wawancara dari narasumber (*informant*) yang mewakili pedagang, pembeli dan pengelola pasar tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo, peristiwa atau aktifitas jual beli antara pedagang dan pembeli yang berkenaan dengan data yang dibutuhkan oleh peneliti berupa pemahaman dan implementasi etika bisnis Islam

⁴Siti Halimah Asa'diyah, "Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Di Kedawung Mojo Kediri," Skripsi, IAIN Tulungagung, 2019.

oleh pedagang pasar tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo, tempat atau lokasi penelitian terhadap pedagang pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo, dokumentasi berupa gambar atau foto objek penelitian, aktifitas penelitian dan temuan penelitian selama pelaksanaan penelitian di pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo.

2. Sumber Data

Pemahaman mengenai berbagai sumber data penelitian merupakan bagian yang sangat penting bagi peneliti, karena ketepatan dalam memilih dan menentukan jenis sumber data akan menentukan ketepatan, kedalaman, dan kelayakan informasi yang diperoleh. Sebuah data tidak akan mungkin dapat diperoleh tanpa sumber data. Betapapun menariknya permasalahan suatu topik penelitian, bila sumber datanya tidak tersedia, penelitian tersebut tidak memiliki arti, karena tidak bisa diteliti untuk dipahami.⁵ Beragam sumber data dalam penelitian kualitatif dapat dikelompokkan berdasarkan jenis dan posisinya, mulai dari yang paling nyata hingga yang samar-samar, mulai dari yang primer hingga sekunder. Oleh sebab itu, dalam memilih sumber data peneliti harus benar-benar berfikir mengenai kelengkapan informasi yang akan dikumpulkan juga berkaitan dengan validitasnya.⁶

⁵Farida Nugrahaini, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*, 108-109.

⁶Ibid, 109.

Adapun dalam penelitian di pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo, peneliti membedakan sumber data dengan berdasarkan sumber dan berdasarkan cara memperolehnya, yakni sebagai berikut:

a. Berdasarkan sumber

1) Data primer

Data primer yaitu data pokok utama atau data yang diambil subjek aslinya atau langsung diperoleh dari objek penelitian.⁷ Dalam penelitian ini yang termasuk data primer adalah data yang diperoleh melalui observasi dan wawancara secara langsung kepada *informant* atau narasumber sebagai sumber terkait di pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo, yakni pedagang, pembeli, pengelola pasar dan dinas terkait serta masyarakat sekitar.

2) Data sekunder

Data sekunder merupakan data tambahan yang diambil tidak secara langsung di lapangan, melainkan dari sumber yang sudah dibuat orang lain, misalnya buku, dokumen, foto, statistik dan jurnal maupun artikel internet yang sumbernya dapat dipertanggungjawabkan. Sumber data sekunder dapat digunakan dalam penelitian, dalam fungsinya sebagai sumber

⁷Sumadi Suryabrata, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 39.

data pelengkap ataupun yang utama bila tidak tersedia narasumber dalam fungsinya sebagai data primer.⁸

Sumber data sekunder dalam penelitian ini berasal dari instansi pemerintah, buku-buku penunjang penelitian, serta literatur yang berhubungan dengan masalah penelitian, jurnal dan artikel dari internet yang sumbernya dapat dipertanggungjawabkan menggunakan alat analisis berupa etika bisnis khususnya Islam, pasar, pedagang dan pembeli.

b. Berdasarkan cara memperolehnya

1) Data observasional

Data observasional merupakan data yang diperoleh dari proses pengamatan panca indera tanpa mengajukan pertanyaan kepada subjek penelitian. Data observasional dalam penelitian ini diperoleh peneliti dari aktifitas para pedagang dan pembeli yang melakukan transaksi di pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo.

2) Data wawancara

Data wawancara adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti dengan mengajukan beberapa pertanyaan secara langsung baik melalui media atau secara tatap muka (*face to face*). Peneliti mengumpulkan data-data dengan mewawancarai

⁸Farida Nugrahaini, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*, 113.

beberapa pedagang, pembeli dan pengelola yang ada di pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan atau pengambilan data kualitatif pada dasarnya bersifat tentatif karena penggunaannya ditentukan oleh konteks permasalahan dan gambaran data yang mau diperoleh. Oleh karena itu, dalam penelitian kualitatif peneliti biasanya diibaratkan sebagai *bricoleur*.⁹ Menurut Denzin dan Lincoln yang dikutip oleh Suyitno, hal itu berarti “*the qualitative research-as-bricoleur uses the tools of historical or methodological trade, deploying whatever strategies, methods, or empirical materials as are at hand*”. Dengan kata lain, ladang penelitian kualitatif itu merupakan *kind of professional di it yourself person*, yang mengimplikasikan keputusan-keputusan profesional penelitian sesuai dengan konteks permasalahan, fakta sasaran penelitian, dan target hasil yang ingin dicapai.¹⁰

Sejumlah teknik pengumpulan data kualitatif yang umumnya digunakan dalam penelitian kualitatif antara lain:¹¹

1. Survei

Teknik survei sering digunakan untuk aktifitas memahami pendapat dan sikap sekelompok masyarakat tertentu. Tujuannya untuk

⁹Suyitno, *Metode Penelitian Kualitatif: Konsep, Prinsip Dan Operasionalnya*, (Tulungagung: Akademia Pustaka, 2018), 108.

¹⁰Ibid, 108-109.

¹¹Ibid.

memperoleh kedalaman dan kelengkapan informasi dari sumber kelompok atau individu tertentu. Teknik ini lazim diikuti penggunaan teknik interview.¹² Adapun teknik yang dilakukan peneliti dalam survei penelitian antara lain:

- a. Mencatat masalah yang akan dikaji dan menambahkan beberapa kemungkinan yang terkait dengan masalah yang diteliti.
 - b. Memilih bahasan dan masalah yang akan dikaji agar tidak terlalu meluas, seperti memilih cakupan objek yang diteliti, subjek yang diwawancarai dan sebagainya.
 - c. Meninjau ulang butir-butir informasi guna pendalaman penelitian.
 - d. Mencatat pertanyaan yang sesuai dengan keadaan lapangan dan informasi yang ingin diperoleh peneliti.
 - e. Mencatat petunjuk atau pedoman yang tepat dan benar guna menghindari kesalahan dan *miss* komunikasi dengan *informan*.
 - f. Menyusun daftar pertanyaan dan menghafalkan butir-butir pertanyaan yang paling strategis.
 - g. Memanfaatkan kreativitas dan keaktifan dalam survey agar memperoleh informasi yang akurat dengan metode lain yang baik dan benar.
2. Partisipasi

Partisipasi merupakan salah satu bentuk cara mencari data utama atau informasi dalam metode penelitian kualitatif. Cara melakukan

¹²Ibid.

pengumpulan data ialah melalui keterlibatan langsung dengan objek yang di teliti. Jika objek tersebut merupakan masyarakat atau kelompok individu, maka peneliti harus berbaur dengan yang diteliti (*immersion*) sehingga peneliti dapat mendengar, melihat dan merasakan pengalaman-pengalaman yang dialami oleh objek yang sedang diteliti. Karena teknik ini menghendaki pengenalan secara mendalam, maka waktu yang dibutuhkan untuk mendapatkan data atau informasi menjadi lama. Semakin lama peneliti berbaur dengan yang diteliti, maka peneliti akan dapat mempelajari pola dan perilaku hidup objek yang diteliti.¹³ Partisipasi yang dilakukan peneliti yaitu dengan ikut dalam proses tutupnya pasar, ikut serta dalam transaksi dengan pedagang, serta mengikuti pelaksanaan petugas kebersihan di Tempat Pembuangan Sampah (TPS) sambil melaksanak wawancara.

3. Observasi

Pengumpulan data dengan menggunakan observasi berperan serta (*Participant Observation*) ditunjukkan untuk mengungkapkan makna suatu kejadian dari *setting* tertentu, yang merupakan perhatian esensial dalam penelitian kualitatif. Observasi dilakukan untuk mengamati objek penelitian, seperti tempat khusus suatu organisasi, sekelompok orang atau beberapa aktifitas suatu sekolah. Pengamat (*observer*) dalam berlangsungnya observasi dapat berperan sebagai pengamat yang hanya semata-mata mengamati dengan tidak ikut

¹³Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 223-224.

berpartisipasi dalam kegiatan subjek dengan sedikit terdapat perbedaan antara peneliti dengan subjek.¹⁴ Metode observasi adalah metode yang digunakan dengan cara melakukan pengamatan langsung dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena-fenomena yang diselidiki. Pengamatan ini dilakukan di Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo. Hal ini dimaksudkan agar penulis dapat memperoleh data yang akurat dan faktual berkenaan dengan hasil penelitian.¹⁵ Observasi ini dilakukan untuk mengamati proses jalannya pelaksanaan kegiatan Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo berkaitan dengan pemahaman serta pengimplikasian etika bisnis Islam para pedagang. Observasi dilakukan dengan pengamatan secara langsung di saat terjadinya aktifitas transaksi jual beli di pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo.

4. *Interview* atau wawancara

Interview merupakan salah satu cara pengambilan data yang dilakukan melalui kegiatan komunikasi lisan dalam bentuk terstruktur, semi terstruktur, dan tak terstruktur. Sama dengan halnya wawancara di manawawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik. Ia juga mengemukakan

¹⁴Salim dan Syahrums, *Metode Penelitian Kualitatif Konsep dan Aplikasi Dalam Ilmu Sosial, Keagamaan dan Pendidikan*, (Bnadung: Citapustaka Media, 2012), 114.

¹⁵Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survai*, (Jakarta: LP3ES, 1989), 60.

beberapa macam wawancara, yaitu wawancara terstruktur, semi terstruktur dan tidak terstruktur.¹⁶

Interview atau wawancara yang terstruktur merupakan bentuk *Interview* yang sudah diarahkan oleh sejumlah pertanyaan secara ketat. *Interview* semi terstruktur, meskipun *Interview* sudah diarahkan oleh sejumlah daftar pertanyaan tidak tertutup kemungkinan memunculkan pertanyaan baru yang idenya muncul secara spontan sesuai dengan konteks pembicaraan yang dilakukannya. *Interview* secara tidak terstruktur (terbuka) merupakan *Interview* di mana peneliti hanya berfokus pada pusat-pusat permasalahan tampak diikat format-format tertentu secara ketat.¹⁷

Dalam pelaksanaan wawancara peneliti melakukan tanya jawab langsung dengan pihak-pihak yang bersangkutan dengan penelitian yaitu dengan berbagai pihak Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo dari pihak pedagang, pembeli, pengelola dan pengatur kebijakan di wilayah Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo yang mempunyai hubungan langsung dengan permasalahan yang diangkat. Adapun teknik dalam melaksanakan wawancara menggunakan *interview* atau wawancara semi terstruktur, hal ini dilakukan peneliti karena peneliti membutuhkan data-data tambahan yang nantinya akan diangkat dalam laporan penelitian di samping

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan; Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Cet. IV (Bandung: CV. Alfabeta, 2008), 317.

¹⁷Suyitno, *Metode Penelitian Kualitatif: Konsep, Prinsip Dan Operasionalnya*, 113-114.

pusat daftar pertanyaan yang telah disediakan peneliti. Selain itu peneliti juga bisa mendalami objek yang diteliti melalui pendekatan dengan objek penelitian tanpa formalitas sehingga lebih akrab dan lebih mudah dalam mendapatkan data informasi yang diperlukan.

5. Catatan Lapangan (*Fieldnote*)

Ketika melakukan wawancara ataupun observasi di lapangan, peneliti membuat catatan-catatan singkat, namun catatan tersebut bukanlah catatan lapangan. Catatan yang dibuat di lapangan berbeda dengan catatan lapangan. Catatan yang dibuat di lapangan merupakan catatan singkat, atau coretan seperlunya berisi kata-kata inti, frase, pokok-pokok pengamatan ataupun wawancara, gambar, sketsa, sosiogram, diagram dan sebagainya.¹⁸

Catatan-catatan singkat yang dibuat di lapangan itu merupakan perantara bagi peneliti untuk mengingat apa yang dilihat, didengar, dicium, dirasakan, dan diraba, untuk nantinya dicatat dalam catatan lapangan. Catatan-catatan singkat itu berfungsi sebagai alat bantu bagi peneliti dalam membuat catatan lapangan untuk digunakan sebagai dasar dalam menganalisis data dan menarik simpulan penelitian. Melalui catatan singkat yang dibuat di lapangan, peneliti lebih mudah untuk mengingat kembali segala sesuatu yang ditemukan dilapangan penelitian.¹⁹ Catatan lapangan (*fieldnote*) yang peneliti peroleh antara lain jadwal penelitian, temuan penelitian, daftar wawancara, alamat

¹⁸Farida Nugrahaini, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*, (Surakarta: Pilar Media, 2014), 151.

¹⁹Ibid, 152.

dan lokasi, gambaran umum dan permasalahan yang ada di pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo.

6. Dokumentasi

Penelitian kualitatif bukan hanya merujuk kepada faktor sosial sebagaimana terjadi dalam kehidupan masyarakat, tetapi bisa juga merujuk bahan berupa dokumen seperti teks berupa bacaan, rupa rekaman audio, maupun berupa audio visual. Semua ini biasa dijumpai ketika melakukan penelitian terhadap naskah, karya sastra, dan seni pertunjukan atau bahkan *entertainment*.²⁰ Metode dokumentasi yaitu segala aktifitas yang berhubungan dengan pengumpulan, pengadaan, pengelolaan dokumen-dokumen secara sistematis dan ilmiah serta pendistribusian informasi kepada informan.²¹ Dalam hal ini peneliti mengumpulkan data dan informasi berupa catatan arsip yang berkaitan dengan penelitian baik yang diperoleh dari sumber langsung maupun tidak langsung. Dokumen yang bisa digunakan berupa bagan struktur organisasi, foto wawancara, observasi dan data informasi yang diperoleh dari pedagang Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo.

7. Pengalaman personal

Pengalaman atau *experience* jalan konteks pembahasan ini adalah *the stories people live people* berupa buku harian, narasi, tuturan pengalaman kesejarahan (secara lisan), surat, maupun jurnal.

²⁰Suyitno, *Metode Penelitian Kualitatif: Konsep, Prinsip Dan Operasionalnya*, 117.

²¹Soedjono Trimo, *Pengantar Ilmu Dokumentasi*, Cet. Ke-1 (Bandung: Remaja Karya, 1981), 7.

Faktor yang perlu diperhatikan dalam mengambil data pengalaman personal ini adalah interaksi dan kontinuitas. Interaksi mengacu pada pertalian pengalaman personal secara individual dengan aspek eksistensi maupun relasi sosialnya. Kontinuitas mengacu pada karakteristik pengalaman yang dikemukakan (ditinjau dari dimensi ruang dan waktu).²²

Peneliti juga perlu memperhatikan perolehan data yang terkait dengan masa lalu, sekarang, dan yang akan datang. Dalam hal demikian peneliti melakukan pengumpulan data dengan perspektif *backward* dan *forward*. Perolehan data dalam berbagai dimensinya secara simbol itu diharapkan bisa dijadikan bahan dalam melakukan akumulasi informasi secara topik, dan sekaligus sebagai bahan dalam menentukan nilai kebenaran pengalaman personal yang diperoleh. Oleh sebab itu, meskipun teknik pengumpulan datanya disebut sebagai teknik pengambilan data berdasarkan pengalaman personal, peneliti pada dasarnya juga mengambil data antar personal sebagai upaya *crosscheck* data.²³ Pengalaman personal peneliti yang mana juga merupakan sumber penggalan data yaitu pernah bekerja di sekitar pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo.

²²Ibid, 117-118.

²³Ibid.

E. Teknik Pengolahan Data

1. Editing Data

Proses editing data merupakan proses di mana peneliti melakukan klarifikasi, keterbacaan, konsistensi dan kelengkapan data yang sudah terkumpul. Proses klarifikasi menyangkut pemberian penjelasan mengenai apakah data yang sudah terkumpul akan menciptakan masalah konseptual atau teknis pada saat peneliti melakukan analisis data.²⁴ Editing data juga dilakukan dengan memeriksa kembali data-data yang telah ditemukan dari segi kelengkapan, kejelasan makna, keterbacaan kesesuaian dan keselarasan satu dengan yang lainnya, relevansi dan keseragaman satuan atau kelompok data. Dalam hal ini peneliti akan mengecek dan mencocokkan kembali data yang sudah diperoleh agar tidak terjadi kekeliruan dan mencegah tertukarnya data yang diperoleh dari pedagang Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo.

2. Pengembangan variabel

Pengembangan variabel yaitu spesifikasi semua variabel yang diperlukan oleh peneliti yang tercakup dalam data yang sudah terkumpul atau dengan kata lain apakah semua variabel yang diperlukan sudah termasuk dalam data.²⁵ Pengembangan variabel yang di ambil dalam penelitian di pasar Tradisional Sumoroto Kauman

²⁴Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, 135-136.

²⁵Ibid, 136.

Ponorogo berupa pemahaman etika bisnis Islam dan implimentasi etika bisnis Islam oleh pedagang.

3. Organizing, menyusun data yang sekaligus mensistematis data-data yang diperoleh dalam rangka paparan yang sudah direncanakan sebelumnya sesuai dengan permasalahannya. Dalam hal ini peneliti akan mengorganisir data yang diperoleh dengan cara menjadikan beberapa folder sesuai dengan indikator dari rumusan masalah yang diangkat.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses pengorganisasian dan mengurutkan data dalam pola, kategori dan satuan urain dasar sehingga dapat menemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Teknik analisis data dimulai dengan cara membacakan seluruh sumber (hasil wawancara dan dokumentasi) yang masih bersifat acak, kemudian dipelajari dan ditelaah. Analisis data merupakan kelanjutan terhadap hasil pengorganisasian masing-masing data, sehingga memperoleh kesimpulan-kesimpulan sebagai jawaban dari pernyataan rumusan masalah. Dari pertanyaan-pertanyaan rumusan masalah, dalam hal ini penulis mengumpulkan teori tentang Etika Bisnis Islam kemudian menganalisis antara teori tersebut dengan kenyataan

yang terjadi dilapangan.²⁶ Dalam hal ini peneliti akan menganalisis teori yang sudah di peroleh dengan kenyataan di Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo.

Jika masih terdapat data yang penting dan belum dimasukan, maka dilakukan kembali dimulai dari pengumpulan data, pemeriksaan data, dan seterusnya. Ini merupakan proses yang simultan dari satu tahap ke tahap lain pengumpulan data peneliti mencatat semua data secara obyektif dan apa adanya sesuai dengan hasil observasi dan wawancara dilapangan. Adapun prosedur pengembangannya yaitu:²⁷

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses seleksi, membuat fokus, menyederhanakan dan abstraksi dari data kasar yang ada dalam catatan lapangan. Proses ini berlangsung terus sepanjang pelaksanaan penelitian, berupa singkatan, pembuatan kode, memusatkan tema, membuat batasan persoalan, dan menulis memo di sepanjang penelitian dan observasi di Pasar tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo.

2. Sajian Data

Sajian data merupakan suatu susunan informasi yang memungkinkan dapat ditariknya suatu kesimpulan penelitian. Dengan

²⁶ Siti Romlah, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Irigasi Sawah Dengan Sistem Sebetan Di Desa Mayangrejo Kecamatan Kalitidu Kabupaten Bojonegoro," Skripsi, IAIN Ponorogo, Ponorogo, 2018, 13.

²⁷Lexy.J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Resda Karya, 2003), 16.

melihat sajian data, peneliti akan memahami apa yang terjadi serta memberikan peluang bagi peneliti untuk mengerjakan sesuatu pada analisis atau tindakan lain berdasarkan pemahamannya. Pada dasarnya sajian data dirancang untuk menggambarkan suatu informasi secara sistematis dan mudah dilihat serta dipahami dalam bentuk sajian keseluruhan sajiannya. Peneliti menyajikan data berupa pemahaman dan implementasi etika bisnis Islam oleh para pedagang dari hasil penelitian di pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo.

3. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi

Sejak awal pengumpulan data, peneliti harus sudah memahami makna-makna dari sesuatu hal yang ditemui di lapangan. Dengan adanya catatan-catatan dan dokumen-dokumen yang menjadi sajian informasi yang telah di saring dan dikelompokkan. Kesimpulan akhir pada penelitian kualitatif, tidak akan ditarik kecuali setelah proses pengumpulan data berakhir. Kesimpulan yang dibuat perlu diverifikasi dengan cara melihat dan mempertanyakan kembali, sambil meninjau secara sepintas pada catatan lapangan untuk memperoleh pemahaman yang lebih cepat.²⁸ Verifikasi dilakukan peneliti dengan keabsahan data temuan atau pengakuan dari pihak terkait untuk menghindari hasil penelitian yang tidak dikehendaki oleh pihak pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo karena penelitian harus bersifat terbuka dan hasilnya diperuntukkan secara luas.

²⁸ Effi Aswita Lubis, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Medan: Unimed Press, 2012) 139-140.

G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Agar data-data yang diperoleh dari tempat penelitian dan para informan memperoleh keabsahan maka penelitian dan informan menggunakan teknik berikut:²⁹

1. Perpanjangan keabsahan temuan

Sebelum melakukan penelitian secara formal terlebih dahulu peneliti menyerahkan surat permohonan penelitian kepada dinas Perdagangan, Koperasi dan Usaha Mikro (PERDAGKUM) Kabupaten Ponorogo, bapak Camat Kauman dan Ketua pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo. Hal ini dimaksudkan agar dalam melakukan penelitian mendapat tanggapan yang baik mulai dari awal sampai akhir penelitian selesai.

2. Triangulasi

Metode triangulasi merupakan metode paling umum yang dipakai untuk uji validitas dalam penelitian kualitatif. Peneliti menerapkan triangulasi dengan membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara juga dengan hasil observasi selama melakukan penelitian di pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo.

3. Pendiskusian teman sejawat

Pada proses pengambilan data, dari awal proses penelitian hingga pengolahannya, peneliti tidak sendirian akan tetapi kadang kadang ditemani oleh orang lain yang bersama-sama untuk membahas data

²⁹Ahmad Tanzeh, *Metode Penelitian Praktis*, (Jakarta: PT Bina Ilmu, 2004), 4-5.

yang telah dikumpulkan dan membantu memenuhi kebutuhan peneliti seperti dokumentasi ketika melakukan penelitian di pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo.. Proses ini juga dipandang sebagai pembahasan yang sangat bermanfaat untuk membandingkan hasil-hasil yang telah peneliti kumpulkan dengan hasil yang orang lain dapatkan, karena bukan mustahil penemuan yang didapatkan bisa juga mengalami perbedaan yang pada akhirnya akan bisa saling melengkapi.³⁰



³⁰ Ahmad Tanzeh, *Metode Penelitian Praktis*, (Jakarta Pusat: PT Bina Ilmu 2004), 4.

BAB IV

DATA DAN ANALISA DATA

A. Deskripsi Data

1. Profil Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo

a. Lokasi Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo

Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo merupakan salah satu pasar yang letaknya sangat strategis karena berada di tengah-tengah kecamatan Kauman dan dekat dengan jalan raya antar provinsi dan berdekatan dengan tempat-tempat umum seperti Puskesmas, kantor Kecamatan, Polsek Sumoroto, Masjid, dan Bank BNI. Pasar Tradisional Sumoroto Kauman ponorogo beralamatkan di RT/RW 02/03 Dusun Wetan Desa Sumoroto Kecamatan Kauman Kabupaten Ponorogo Kode Pos 63452.

Adapun letak Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo secara umum yaitu sebagai berikut:

- 1) Sebelah Utara berbatasan dengan jalur provinsi Jl. Ponorogo-Solo, Kantor Pegadaian Kauman, Puskesmas Sumoroto, dan kantor Kecamatan Kauman
- 2) Sebelah Barat berbatasan dengan jalur kecamatan Jl. Ahmad Yani, Bank BNI dan perumahan warga sekitar.
- 3) Sebelah Timur berbatasan dengan kantor Polsek Sumoroto, dan Mushola.

4) Sebelah Selatan berbatasan dengan pasar hewan, jalur desa Jl. Kalimantan, dan perumahan warga sekitar.

b. Sarana dan Prasarana

Sebagai salah satu tempat perkumpulan massa yang memiliki peranan penting dalam memenuhi kebutuhan pokok masyarakat, terutama kebutuhan sandang dan pangan, maka sebuah pasar tidak dapat dilepaskan dari sarana dan prasarana yang ada di dalamnya. Sebab tanpa adanya sarana dan prasarana yang mendukung, maka kegiatan dalam lingkungan pasar akan terganggu, terhambat atau bahkan tidak akan dapat berlangsung. Hal ini berlaku pada setiap pasar, termasuk salahsatunya adalah Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo. Adapun sarana dan prasarana yang ada di Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo yaitu sebagai berikut:

- 1) Tempat berjualan. Terdiri dari Loss, Kios, dan dasaran terbuka untuk lapak pedagang di luar gedung pasar.
- 2) Kantor Pasar. Terdapat dua kantor pasar yang di gunakan untuk kantor pengelolaan, pengawasan dan penyetoran penarikan retribusi oleh Dinas Perdagangan, Koperasi dan Usaha Mikro (PERDAGKUM) yang terdiri dari Ketua Paguyuban, Wakil Ketua, Sekretaris, Bendahara, Keamanan dan Kebersihan selaku penanggung jawab pasar.

- 3) Pos Keamanan. Terdapat empat pos keamanan di pasar yang berada di pasar hewan, pasar bagian barat, bagian timur dan satu pos di pasar bagian utara.
- 4) Pasar Hewan. Terletak di bagian selatan, pedagang di pasar hewan menjual hewan-hewan ternak seperti ayam, kambing, kelinci, sapi, burung dan sebagainya. Pedagang pasar hewan juga menyediakan peralatan kebutuhan peternakan seperti kandang, sabit, parang, tali, peralatan pertanian dan sebagainya.
- 5) Tempat Ibadah, berupa Mushola dan ruangan yang di sediakan pada gedung pasar.
- 6) Reklame iklan dan papan nama Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo.
- 7) Tempat parkir. berupa halaman luas di depan gedung pada pasar bagian utara, dan di pinggir jalan pada pasar bagian barat dan selatan. Tempat parkir memuat kendaraan roda dua, roda empat, kendaraan pengangkut barang hingga angkutan umum.
- 8) Tempat Pembuangan Sampah (TPS). Terdapat dua TPS pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo yang di setorkan ke TPS pusat yang berada di desa Tajuk Siman Ponorogo pada hari pasaran *wage* dan *pahing*.
- 9) Toilet dan Kamar Mandi. Di sediakan pada tiap loss pasar.

10) Tempat ibu menyusui. Terdapat dua tempat ibu menyusui yang terletak di pasar bagian barat dan timur.

c. Jumlah dan jenis bisnis Pedagang

Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo merupakan pasar tradisional yang cukup luas dengan luas area kurang lebih 7.810 m² yang terdiri dari 19 los, 207 kios, dan kurang lebih 30 toko dan warung.¹ Dengan pasar yang cukup luas memungkinkan pasar untuk menampung lebih 300 pedagang termasuk pedagang yang berada di lapak luar bangunan pasar yang menjual berbagai macam kebutuhan hidup di antaranya sayuran, daging, pakaian, gerabah, perkakas rumah tangga dan dapur, makanan, minuman, jamu-jamuan, bumbu masak (empon-empon, rempah atau bumbu), mainan anak, aksesoris, perlengkapan ibadah, barang elektronik, kebutuhan komunikasi, kebutuhan sekolah, kebutuhan pertanian, kebutuhan peternakan, bibit tanaman, masakan siap saji, dan masih banyak lagi. Juga menjual jasa seperti servis peralatan elektronik, cukur rambut, penjahit dan permak, jasa pengobatan hewan, jasa kesehatan tradisional, dan lain-lain.²

Dari 207 pedagang yang terdaftar, terdapat sekitar 100 pedagang yang tidak terdaftar di Daftar yang di rilis oleh Dinas

¹ Profil Pasar Sumoroto Kab. Ponorogo, <http://siskaperbapo.com/profilpasar/detail/20>, Diakses pada hari Minggu, 5 Januari 2020 pukul 23.00 WIB.

²Observasi, 23 Maret 2020.

Perdagangan, Koperasi dan Usaha Mikro (PERDAGKUM).³ Hal tersebut karena mereka tidak memiliki kios ataupun bagian dari los yang termasuk bangunan pasar seperti para pedagang lapak yang berada di luaran bangunan pasar, namun mereka tetap diperbolehkan berjualan dengan penarikan retribusi tiap hari pasaran *wage* dan *pahing*. Selain itu pedagang yang memiliki toko atau rumahnya di area pasar juga tidak terdaftar, namun mereka tetap berhak berjualan, sama halnya dengan pedagang tidak tetap di pasar hewan yang mana mereka berhak untuk berjualan di dalam area pasar hewan karena di sana memang disediakan untuk umum sehingga siapa saja boleh berjualan, namun dengan membayar retribusi pada pasar sebesar Rp 2.000,- per hari baik untuk penjual atau masyarakat yang membeli hewan di pasar hewan tersebut.⁴

Dari 300 pedagang Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo, peneliti mengambil 30 informan yang mewakili 300 pedagang di antaranya sebagai berikut:⁵

Tabel 4.1: Sample pedagang

No	Jenis usaha Pedagang	Lama usaha	Jenis kelamin	Umur
1.	Sembako	6 tahun	Perempuan	48 tahun
2.	Ayam potong	14 tahun	Laki-laki	52 tahun
3.	Sayur	11 tahun	Perempuan	49 tahun
4.	Ikan	9 tahun	Perempuan	43 tahun

³Lihat tabel lampiran. 20

⁴Lihat Transkrip Wawancara Kode: 01 W-21-III/20

⁵Ibid.,

5.	Baju, tas dan sepatu	6 tahun	Perempuan	42 tahun
6.	Empon-empon	18 tahun	Perempuan	50 tahun
7.	Peralatan ibadah	5 tahun	Laki-laki	53 tahun
8.	Perkakas rumah tangga	2 tahun	Perempuan	40 tahun
9.	Cukur rambut	3 tahun	Laki-laki	43 tahun
10.	Blantik (penjual sapi)	4,5 tahun	Laki-laki	55 tahun
11.	Sayur	10 tahun	Perempuan	59 tahun
12.	Warung Makan	7 tahun	Perempuan	44 tahun
13.	Jual beli ayam	9 tahun	Laki-laki	48 tahun
14.	Buah-buahan	16 tahun	Laki-laki	40 tahun
15.	Kerupuk	10 tahun	Perempuan	42 tahun
16.	Pakaian	16 tahun	Perempuan	39 tahun
17.	Obat dan alat pertanian	20 tahun	Laki-laki	55 tahun
18.	Alat kecantikan	10 tahun	Perempuan	28 tahun
19.	Peralatan sekolah	10 tahun	Perempuan	39 tahun
20.	Hewan peliharaan	6 tahun	Laki-laki	40 tahun
21.	Sayuran	19 tahun	Laki-laki	47 tahun
22.	Emas	20 tahun	Perempuan	43 tahun
23.	Pakaian	10 tahun	Laki-laki	48 tahun
24.	Pisang	12 tahun	Perempuan	55 tahun
25.	Servis jam dan elektronik	8 tahun	Laki-laki	44 tahun
26.	Peralatan ibadah	8 tahun	Laki-laki	44 tahun
27.	Aksesoris	8 tahun	Laki-laki	32 tahun
28.	Perkakas dapur	16 tahun	Laki-laki	42 tahun
29.	Empon-empon	20 tahun	perempuan	62 tahun
30.	Mainan anak	17 tahun	Laki-laki	47 tahun

Dari 30 pedagang di atas dapat diambil kesimpulan bahwa rata-rata pedagang di pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo terdiri dari beragam jenis pedagang dan lamanya berdagang serta beragam usia pedagang.

2. Struktur Organisasi Pengelola Pasar Tradisional Sumoroto Kauman

Ponorogo

Kepemilikan pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo tidak berada di bawah naungan pemerintah desa setempat, berbeda dengan beberapa pasar di kabupaten Ponorogo seperti pasar desa Menang, pasar Jambon dan pasar Jetis yang pengelolaannya berada di bawah naungan setempat karena kepemilikan lahan dan fasilitas merupakan hak milik daerah. Pasar Tradisional Sumoroto Kauman berada di bawah naungan pemerintah yakni Dinas Perdagangan, Koperasi dan Usaha Mikro (DISPERDAGKUM) yang berkoordinasi dengan pemerintah kecamatan Kauman, sehingga pihak pemerintah desa Sumoroto tidak bertanggung jawab atas pengelolaan pasar.⁶

Dalam mengelola pasar, Dinas Perdagangan, Koperasi dan Usaha Mikro (DISPERDAGKUM) khususnya Dinas Perdagangan memiliki tugas dan wewenang sebagai berikut:⁷

⁶Bapak Joko Waskito, Wawancara, 2 April 2020.

⁷Peraturan Bupati Ponorogo Tahun 2016 Tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Uraian Tugas, Fungsi dan Tata Kerja Dinas Perdagangan, Koperasi dan Usaha Mikro, Bab II Pasal 2 Ayat 2.

- a. Penerbitan izin pengelolaan pasar rakyat, pusat perbelanjaan dan izin usaha toko swalayan.
- b. Penerbitan tanda daftar gudang, dan Surat Keterangan Penyimpanan Barang (SKPB).
- c. Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) untuk:
 - 1) Penerima waralaba dari waralaba dalam negeri.
 - 2) Penerima waralaba lanjutan dari waralaba dalam negeri.
 - 3) Penerima waralaba lanjutan dari waralaba luar negeri.
- d. Penerbitan surat izin usaha perdagangan minuman beralkohol golongan B dan C untuk pengecer dan penjual langsung minum ditempat.
- e. Pemeriksaan fasilitas penyimpanan bahan berbahaya dan pengawasan distribusi, pengemasan dan pelabelan bahan berbahaya di tingkat kabupaten.
- f. Rekomendasi penerbitan Pedagang Kayu Antar Pulau Terdaftar (PKAPT) dan pelaporan rekapitulasi perdagangan kayu atau pulau.
- g. Penerbitan surat keterangan asal (bagi kabupaten yang telah ditetapkan sebagai instansi penerbit surat keterangan asal).
- h. Pembangunan dan pengelolaan sarana distribusi perdagangan.
- i. Pembinaan terhadap pengelola sarana distribusi perdagangan masyarakat di wilayah kerjanya.

- j. Menjamin ketersediaan barang kebutuhan pokok dan barang penting di tingkat kabupaten.
- k. Pemantauan harga dan stok barang kebutuhan pokok dan barang penting ditingkat pasar kabupaten.
- l. Melakukan operasi pasar dalam rangka stabilisasi harga pangan pokok yang dampaknya dalam kabupaten.
- m. Pengawasan pupuk dan pestisida tingkat kabupaten dalam melakukan pelaksanaan pengadaan, penyaluran dan penggunaan pupuk bersubsidi di wilayah kerjanya.
- n. Penyelenggaraan promosi dagang melalui pameran dagang nasional, pameran dagang lokal dan misi dagang bagi produk ekspor unggulan yang terdapat pada satu kabupaten.
- o. Penyelenggaraan kampanye pencitraan produk *eksporskala* provinsi (lintas daerah kabupaten/kota).
- p. Pelaksanaan *metrology legal* berupa tera, tera ulang dan pengawasan.

Sedangkan dalam melaksanakan tugasnya, bidang Perdagangan menyelenggarakan fungsi sebagai berikut:⁸

- a. Pelaksanaan analisa data dan bimbingan Usaha Sarana Perdagangan.

⁸Peraturan Bupati Ponorogo Tahun 2016 Tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Uraian Tugas, Fungsi dan Tata Kerja Dinas Perdagangan, Koperasi dan Usaha Mikro, Bab III Pasal 15.

- b. Pelaksanaan bimbingan teknis kepada pengusaha tentang *metrology*.
- c. Pelaksanaan bimbingan teknis usaha pengembangan kegiatan perdagangan dalam negeri dan luar negeri.
- d. Pelaksanaan program kerjasama antar perusahaan serta pengembangan promosi dan perdagangan dalam negeri.
- e. Pelaksanaan kegiatan program pengembangan dan pengawasan perusahaan.
- f. Pemberian informasi pada perusahaan tentang wajib daftar perusahaan.
- g. Pengawasan, pemantauan, penyediaan dan penyaluran barang dan jasa.
- h. Pelaksanaan bimbingan dan pengendalian pelaksanaan penyaluran barang dan jasa.
- i. Pembuatan petunjuk teknis di bidang bimbingan usaha, sarana perdagangan metrologi, *ekspor-import*, promosi, pengawasan dan pengadaan penyaluran serta perlindungan konsumen.
- j. Pelaksanaan pembinaan evaluasi pelaporan pelaksanaan tugas di bidang perdagangan.
- k. Pelaksanaan tugas- tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas.

Susunan pengelolaan pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo juga tidak terlepas dari susunan organisasi dinas, yang terdiri dari:⁹

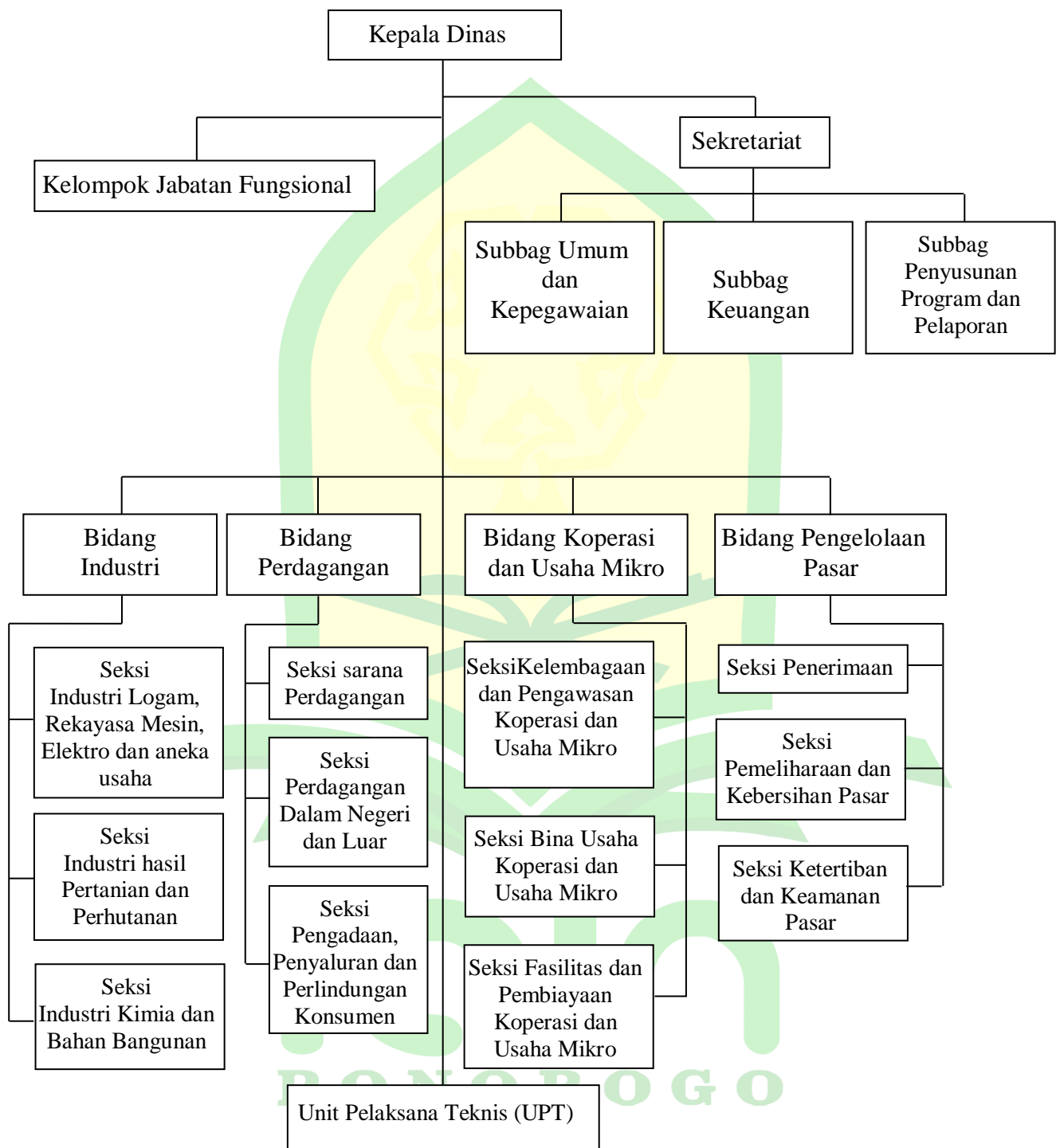
- a. Kepala Dinas
- b. Sekretariat
- c. Bidang Industri
- d. Bidang Perdagangan
- e. Bidang Koperasi dan Usaha Mikro
- f. Bidang Pengelolaan Pasar
- g. Unit Pelaksana Teknis Dinas
- h. Kelompok Jabatan Fungsional

Adapun Sekretariat dipimpin oleh Sekretaris Dinas yang berkedudukan dibawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas, sedangkan tiap bidang dipimpin oleh Kepala Bidang yang berkedudukan dibawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas dan secara teknis administratif mendapatkan pembinaan dari Sekretaris Dinas. Adapun bagan susunan organisasi Dinas Perdagangan, Koperasi dan Usaha Mikro sebagai berikut:¹⁰

⁹Peraturan Bupati Ponorogo Tahun 2016 Tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Uraian Tugas, Fungsi dan Tata Kerja Dinas Perdagangan, Koperasi dan Usaha Mikro.

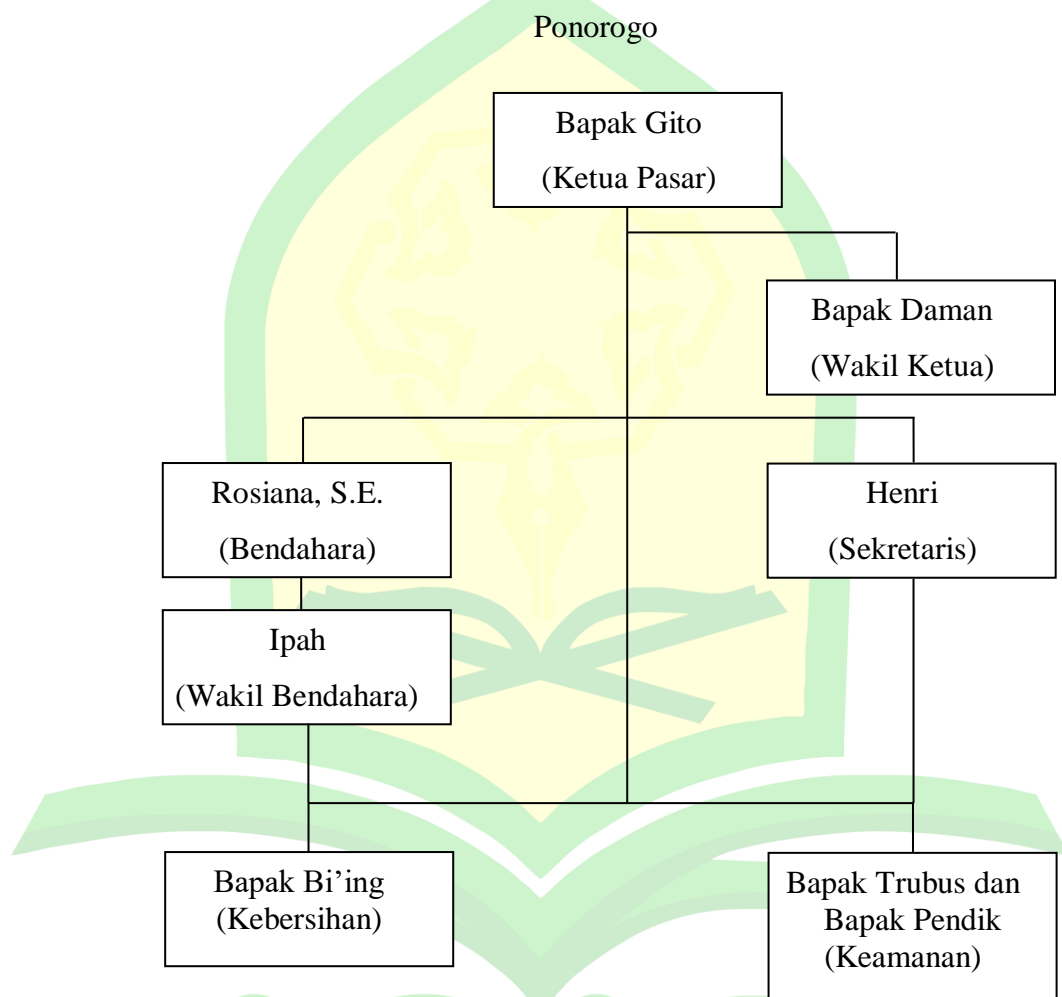
¹⁰Ibid.

Gambar 4.1: Struktur Organisasi Dinas Perdagangan, Koperasi dan Usaha Mikro (PERDAGKUM) Kabupaten Ponorogo (Tipe A)



Adapun struktur pengelolaan pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo adalah sebagai berikut:¹¹

Gambar 4.2: Bagan Pengelolaan pasar Tradisional Sumoroto Kauman



Bagan di atas menunjukkan koordinasi pengurus harian pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo bahwa setiap bagian saling berkoordinasi dalam menjalankan aktifitas pasar agar terus berjalan dengan baik. Bidang kebersihan dan keamanan dalam menjalankan tugasnya saling berkoordinasi kepada bendahara, wakil bendahara dan

¹¹Lihat Transkrip Wawancara Kode: 01 W-21-III/20

sekretaris serta langsung kepada ketua ataupun wakil ketua pasar, sebaliknya ketua maupun wakil ketua pasar bertanggung jawab kepada seluruh bagian dalam garis koordinasi pengelolaan pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo.

3. Permasalahan yang sering di hadapi para pedagang Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo

Sebagai pasar yang luas dan dan menampung berbagai macam jenis barang dan jasa yang di jual oleh pedagang dari berbagai latar belakang tentu saja tidak terlepas dari berbagai macam problematika dalam berdagang. Tidak hanya faktor ekonomi saja namun faktor lain seperti pesatnya perkembangan teknologi, gaya hidup, persaingan berdagang, dan masih banyak lagi di antaranya yaitu:¹²

a. Persaingan yang ketat dengan pusat perbelanjaan modern

Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo mengalami persaingan yang ketat dengan pusat perbelanjaan modern yang semakin menjamur seiring dengan kemajuan kecamatan Kauman khususnya di desa Sumoroto. Hal tersebut mendorong beberapa pusat perbelanjaan modern yang semula hanya berdiri di daerah perkotaan saja kini berinvansi untuk mengembangkan bisnisnya dengan mendirikan cabang-cabang di daerah yang berpotensi semakin maju kedepannya. Setidaknya telah berdiri beberapa swalayan yang menyediakan kebutuhan masyarakat yang sama

¹²Observasi, 23 Maret 2020.

dengan yang di jual di pasar. Keberadaan pusat perbelanjaan modern ini membuat omset yang diperoleh oleh pedagang pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo semakin menurun.

b. Pergeseran pola hidup masyarakat ke arah yang lebih modern

Sejauh ini masyarakat yang masih mau berbelanja ke pasar mayoritas adalah orang dewasa yang berumur di atas tiga puluh tahun atau yang sudah berkeluarga, itupun hanya sebagian saja. Pola hidup modern lebih cenderung mengikuti gaya barat yang menjadi pusat perhatian kehidupan khususnya anak muda. Pergeseran pola hidup seiring berkembangnya zaman membuat banyak masyarakat khususnya anak muda enggan untuk berbelanja ke pasar sehingga berdampak pada penurunan omset yang diperoleh para pedagang pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo.

c. Perkembangan teknologi

Perkembangan teknologi selain memberikan kemudahan dalam segala aspek kehidupan juga menjadi boomerang terutama pedagang pasar karena dengan perkembangan teknologi seperti sekarang ini, masyarakat sebagai konsumen ingin memenuhi kebutuhannya dengan cepat dan instan sehingga banyak masyarakat yang lebih memilih berbelanja yang mudah dan praktis tanpa proses dan waktu yang lama seperti membeli makanan siap saji, berbelanja menggunakan sistem *online*, dan memanfaatkan

jasa kurir atau pengantar untuk berbelanja sehingga tidak perlu keluar rumah seperti beberapa makanan siap saji yang digemari oleh anak muda misalnya Ayam Geprek Assalam yang juga berada di lingkungan sekitar pasar Sumoroto yang menawarkan layanan siap antar menggunakan jasa Go-Food dan Grab-Food sehingga pembeli tidak perlu repot-repot datang ke toko. Hal ini tentu saja menggeser keberadaan para pedagang khususnya pedagang makanan dan warung-warung tradisional di pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo.

B. Paparan Data

1. Pemahaman Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo

Pemahaman tentang Etika Bisnis dalam Islam para pedagang di Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo yaitu para pedagang di Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo dalam menjalankan aktivitas bisnis telah memahami etika bisnis yang dapat diartikan sebagai pengetahuan tentang tata cara ideal pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma dan moralitas yang berlaku secara universal dan secara ekonomi/sosial, dan penetapan norma dan moralitas ini menunjang maksud dan tujuan kegiatan bisnis.¹³

¹³Agus, Observasi, 22 Maret 2020.

Dengan demikian maka sangat perlu sekali untuk memahami pentingnya kegunaan etika dalam berbisnis. Sebagaimana hasil wawancara dengan bapak Anjar yang mengungkapkan bahwa:¹⁴

Dagang bagi saya harus sesuai dengan ajaran Islam, faham mana yang boleh dan tidak boleh, terutama dalam melayani pembeli. Seorang pedagang itu harus bisa bersikap ramah, sopan, selalu sabar dan ikhlas saat melayani pembeli, saat ada pembeli yang komplain dengan barang mereka yang cacat saat membeli, maka sebagai pedagang yang baik maka kita harus siap untuk menggantinya itu salah satu prinsip saya dalam pelayanan.

Berdasarkan wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam sangat penting dilaksanakan oleh pedagang karena merupakan prinsip dalam pelayanan. Demikian pula hasil wawancara dengan bu Tumi yang berpendapat bahwa “dalam berdagang harus senantiasa menjaga sikap yang baik, harus sesuai dengan yang diajarkan oleh agama Islam, sopan santun dan ramah, etika dalam berdagang itu harus digunakan setiap hari jangan sampai tidak. Contohnya dengan menyapa pembeli yang lewat.”¹⁵

Data tersebut diperkuat dengan yang diungkapkan oleh Pak Boimin bahwa “Menerapkan etika bisnis sesuai Islam sangat perlu dilakukan, karena kunci dari kegagalan dari suatu usaha yang dikerjakan/dilakukan tanpa menggunakan etika atau sopan santun pada para pembeli, yang pada akhirnya pembeli tidak mau mampir.”¹⁶

¹⁴Lihat Transkrip Wawancara Kode: 01 W-21-III/20

¹⁵Lihat Transkrip Wawancara Kode: 01 W-21-III/20

¹⁶Lihat Transkrip Wawancara Kode: 02 W-21-III/20

Pendapat serupa disampaikan oleh Ibu Binti Musarofah “Etika bisnis sangat perlu diterapkan, karena melayani pembeli dengan senyum, dengan nada datar, menanyakan apa yang diperlukan dengan baik itu harus dilakukan, karena kalau enggak digituin pembeli pasti pergi dan gak mau datang lagi.”¹⁷

Dari paparan responden tersebut dapat disimpulkan bahwa kunci utama dalam berdagang yaitu etika, jika tidak maka pembeli akan pergi dan tidak menyukai cara berdagang yang tidak beretika. Demikian pula hasil wawancara dengan Pak Bandi “Dalam berdagang itu tuh harus sesuai dengan etika bisnis, memang harus dilakukan tuh, dan juga dalam berbisnis itu yang harus dilakukan bisa menghargai orang dan membuat orang nyaman dan bisa kembali lagi.”¹⁸

Hasil wawancara serupa dikatakan oleh bu Yati “Pedagang harus tau bahkan wajib menerapkan etika bisnis yaitu memberikan layanan yang baik pada konsumen, sangat penting prinsip tersebut, melayani konsumen dalam melayani itu harus sopan santun, rajin, ramah, disiplin. Yang namanya usaha melayani konsumen dengan sebaik-baiknya demi kepuasan demi keuntungan dan menuju ke operasionalan kita.”¹⁹

Beberapa pernyataan tersebut di dukung dari hasil wawancara dengan bu Etik sebagai salah satu pembeli di pasar Tradisional

¹⁷Lihat Transkrip Wawancara Kode: 03 W-21-III/20

¹⁸Lihat Transkrip Wawancara Kode: 04 W-21-III/20

¹⁹Lihat Transkrip Wawancara Kode: 05 W-21-III/20

Sumoroto Kauman Ponorogo “Pedagang di pasar Sumoroto ini mayoritas beragama Islam mbak tapi saat melayani ada baik dan tidak dalam arti dengan wajah judes, tapi saya biasa saja menyikapinya, pedagang di pasar itu sifatnya bermacam-macam.”²⁰

Pendapat serupa oleh bu Rodiyah sebagai salah satu pembeli “Pedagang di Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo ini banyak yang Islam, pelayanan sih ada yang sabardan ada yang tidak sabar.”²¹

Data tersebut diperkuat dengan pernyataan pembeli dan hasil observasi pada tanggal 23 Maret 2020 peneliti melihat dengan jelas saat para pedagang mulai buka, para pedagang melayani pembeli dan waktu para pedagang mulai tutup. Para pedagang mengerti pentingnya etika bisnis Islam, mereka terlihat memberikan pelayanan yang baik dengan bersikap ramah dan tersenyum pada para pembeli.

Berdasarkan hasil wawancara para pedagang meyakini segala aktifitas transaksi yang dilakukannya sesuai dengan ajaran Islam akan mendapatkan ridho dari Allah SWT. Dengan begitu mereka selalu berhati-hati menjaga perilaku dalam menjalankan perdagangan. Bertukketakwaan dalam menjalankan usahanya selalu menyertakan niat ibadah. Pemahaman para pedagang mengenai kejujuran dalam menjalankan usaha harus ada, karena kejujuran merupakan kunci mencapai derajat yang lebih tinggi baik secara materi maupun di sisi

²⁰Lihat Transkrip Wawancara Kode: 06 W-21-III/20

²¹Lihat Transkrip Wawancara Kode: 07 W-21-III/20

Allah SWT. Bukan hanya itu saja kejujuran merupakan kunci utama untuk menjalankan sebuah usaha supaya para konsumen tetap terus terjaga untuk bisa kembali lagi kepada pedagang tersebut, dan meningkatkan pembelian dari sebelumnya. Seperti yang diungkapkan Ibu Sumi, “Karena sifat Jujur dan adil itu bisa membuat pembeli merasa puas dan mereka tidak kecewa, jadi penting kedua sifat tersebut harus ada dalam berdagang.”²²

Hal yang sama diungkapkan Ibu Patun yang berpendapat bahwa:²³

karena saya sebagai orang Islam harus menerapkan sikap adil dan jujur dan harus bisa tidak boleh membohongi pembeli dan jangan sampai menyakiti perasaan pembeli. Dari dulu saya tetap konsisten pada prinsip yang sudah saya buat dan saya berusaha akan menggunakannya sampai sekarang. misalnya dalam mengambil keuntungan itu tidak boleh berlebihan yang sewajarnya saja agar tidak mendzalimi pembeli dan kita sendiri ikut rugi karena suatu saat saya juga akan dimintai pertanggungjawaban menurut saya arti kejujuran sangat penting karena kejujuran akan membawa rezeki. Kalau saya jujur membuat calon pembeli percaya sehingga pembeli akan datang dan tetap setia pada kita.

Hal senada juga diungkapkan oleh bu Darti:²⁴

Karena sifat adil dan jujur itu kunci keberhasilan yang akan saya peroleh nantinya, misal saya menggunakan cara curang pasti nantinya saya yang akan rugi, adil untuk semua pelanggan dan adil untuk diri kita sendiri itu akan memuaskan pelanggan dan saya sendiri, jujur tidak berbohong itu nantinya juga akan mendapatkan hasil yang bagus buat saya maupun pembeli yang datang ke saya, misalnya ada barang yang cacat dan itu cacat murni dari pabriknya saya kasih tau kalau mereka meminta untuk mencarikan yang lainnya kita carikan, tetapi kalau tetap pada pendirian pada pilihannya kita kasih diskon sesuai barangnya, dan jika barangnya cacat sedikit ya kita kasih diskon 15% begitu disesuaikan dengan barangnya.

²²Lihat Transkrip Wawancara Kode: 08 W-21-III/20

²³Lihat Transkrip Wawancara Kode: 09 W-21-III/20

²⁴Lihat Transkrip Wawancara Kode: 10 W-21-III/20

Demikian halnya yang diungkapkan oleh Pak Panut “Masalahnya dalam usaha sangat dibutuhkan jujur dan adil demi kelancaran bersama, adil untuk pembeli dengan menyediakan barang sesuai kebutuhan pembeli, jujur dalam pelayanan misalnya ada pembeli yang menanyakan rasa, kalau enak saya bilang enak dan sebaliknya.”²⁵

Demikian halnya menurut Pak Anjar yang mengungkapkan bahwa “Karena sifat jujur dan adil pedagang dibutuhkan oleh pembeli, mereka akan kembali dan mengulang membeli ke saya. Contohnya jika bahanya kurang baik tidak awet, di pakek mudah rusak atau bagaimana, ya saya kasih tau keadaan barang sebenarnya, bersikap sopan santun dalam berdagang itu yang paling penting, perihal mereka (pembeli) menanyakan kualitas tentu saya akan menjelaskan harga juga menyesuaikan, dan kalau mereka sudah berkunjung, saya ucapkan terimakasih.”²⁶

Beberapa pendapat diatas di dukung hasil wawancara dengan ibu Rodiyah “Pedagang Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo itu bermacam-macam sifatnya, rata-rata bersikap jujur dan adil dalam berdagang.”²⁷ Pendapat serupa disampaikan oleh bu Ita “Ada yang jujur dan adil tapi juga ada satu atau dua pedagang yang

²⁵Lihat Transkrip Wawancara Kode: 11 W-21-III/20

²⁶Lihat Transkrip Wawancara Kode: 01 W-21-III/20

²⁷Lihat Transkrip Wawancara Kode: 09 W-21-III/20

melakukan kecurangan.”²⁸ Data tersebut di atas diperkuat dengan pernyataan pembeli di atas dan hasil observasi pada tanggal 23 Maret 2020 peneliti melihat dengan jelas saat para pedagang menawarkan barang dagangannya dengan jujur dan menawarkan barangnya sesuai dengan keadaan aslinya meskipun ada beberapa sebaliknya menurut beberapa pembeli.²⁹

Berdasarkan paparan di atas para pedagang pasar Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo memahami pentingnya sifat jujur dan adil dalam berdagang. Mereka berusaha menerapkan sifat jujur dan adil. Sikap jujur di tunjukkan dengan mengatakan dengan jujur kondisi barang yang mereka jual dan bersikap adil dengan menetapkan harga sesuai dengan kualitas barang sehingga mereka bisa mendapatkan banyak pembeli bahkan memiliki pelanggan tetap. Sifat jujur dan adil tersebut dapat menumbuhkan kasih sayang dan rasa kepercayaan terhadap sesama manusia, sebagaimana orang tersebut mencintai dirinya sendiri dan percaya akan dirinya, hal ini sesuai dengan yang diajarkan Rasulullah SAW tentang kesempurnaan seorang muslim, sifat jujur dan adil dalam mengelola usaha dapat mengarah pada kejujuran dan keseimbangan pada kehidupan sehari-hari, terutama dalam melakukan transaksi jual beli dan berinteraksi antar sesama manusia.

²⁸Lihat Transkrip Wawancara Kode: 18 W-21-III/20

²⁹Agus, Observasi, 23 Maret 2020.

2. Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo

Para pedagang dalam menjalankan usaha dagang senantiasa harus mengimplementasikan aturan yang telah diatur oleh ajaran Islam. Aturan ajaran Islam dalam kegiatan bisnis dipaparkan pada prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang ada, yaitu: kesatuan (*tauhid*), keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, kebijakan (*ihsan*). Etika bisnis Islam mengatur aktifitas ekonomi terutama dalam dunia perdagangan dengan nilai-nilai agama dan mengajarkan pelaku bisnis atau pedagang untuk menjalin kerjasama, tolong menolong, dan menjauhkan diri dari sikap dengki dan dendam serta hal-hal yang tidak sesuai dengan syari'ah. Berikut Implementasi Etika Bisnis Islam pada Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo.

a. Prinsip Ketauhidan

Konsep tauhid (dimensi vertikal) berarti Allah sebagai Tuhan Yang Maha Esa menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya. Dari konsep tauhid mengintegrasikan aspek religius, dengan aspek-aspek lainnya, seperti ekonomi, akan mendorong manusia ke dalam suatu keutuhan yang selaras, konsisten, dalam dirinya,

dan selalu merasa diawasi oleh Tuhan.³⁰ Sebagaimana hasil wawancara dengan ibu Rodiyah.³¹

Jodoh, mati dan rezeki itu telah ditetapkan oleh Allah SWT, kita sebagai hambanya hanya bisa berusaha dan berdo'a. kalau kita pasrah dan tidak mau berusaha kita tidak bakalan bisa bangkit lagi dan harus istiqomah dalam menjalankannya. Alhamdulillah sholat saya tidak pernah saya tinggalkan karena waktu berdagang di pasar kedawung hanya sampai jam 11 atau 12 siang. Bersedekah pada orang yang tidak mampu entah dalam bentuk barang dagangan atau uang.

Hal serupa juga disampaikan oleh pak Mukip "Berusaha dan pasrahkan kepada Allah SWT pasti bisa, kalau kita pasrah dan tidak mau berusaha kita tidak bakalan bisa bangkit lagi dan harus istiqomah percaya bahwa rezeki takdir sudah ada yang mengaturnya, dan kita sebagai umatnya hanya bisa menjalankan sesuai apa yang direncanakannya dengan bersungguh-sungguh."³²

Demikian pula hasil wawancara dengan Ibu Patun "Sangat percaya sekali, siapa lagi yang mengatur rezeki kalau bukan Allah SWT, dan semuanya sudah ada porsinya masing-masing. Disini kan waktu penjualan hanya dari pagi sampai siang meskipun pasar buka dari tengah malam, jadi kalau soal sholat insyaallah saya tidak akan pernah lalai, apalagi juga sudah disediakan tempat ibadah, itu juga untuk umum."³³

³⁰Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Prenada Media Grup, 2006), 89.

³¹Lihat Transkrip Wawancara Kode: 15 W-21-III/20

³²Lihat Transkrip Wawancara Kode: 14 W-21-III/20

³³Lihat Transkrip Wawancara Kode: 11 W-21-III/20

Hal yang sama juga diungkapkan Ibu Darti “Rezeki sudah diatur oleh Allah SWT jadi saya sangat percaya, kalau rezeki itu sudah ada yang mengaturnya dan saya percaya itu sebagai seorang muslim dan semua itu sudah ada takarannya sendiri.”³⁴ Pendapat serupa dari Bapak Anjar “Saya percaya bahwa rezeki ketentuan dari Allah yang tidak akan tertukar semuanya memiliki takarannya masing-masing, Di sini kan pasarnya cuma sampai siang, jadi saya tidak perlu meninggalkan sholat walaupun saya berdagang. Sebelum saya berangkat ke pasar saya biasanya membaca *bismillah* dengan niat berjualan untuk beribadah.”³⁵

Hasil wawancara serupa dari bu Panut,³⁶

Saya tidak mengambil keuntungan yang lebih, kalau sudah rezeki pasti orang juga akan datang dengan sendirinya, dan kami sudah berusaha dan berikhtiar pada Allah agar dipermudah rezeki saya. Kalau saat melayani pembeli dirumah saya dahulukan dulu sholat kalau sudah waktunya kalau di pasar *alhamdulillah* belum datang waktu sholat sudah pulang dari pasar. Bentuk ketakwaan saya kepada Allah salah satunya dengan bersedekah dan niat berdagang karena ibadah.

Data tersebut di atas diperkuat hasil observasi dan wawancara pada tanggal 22 Maret 2020, peneliti mengambil kesimpulan bahwa perilaku pedagang Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo dalam menerapkan prinsip ketauhidan digambarkan dengan menjalankan usahanya selalu tetap menjalankan kewajibannya beribadah kepada Allah SWT dengan

³⁴Lihat Transkrip Wawancara Kode: 12 W-21-III/20

³⁵Lihat Transkrip Wawancara Kode: 02 W-21-III/20

³⁶Lihat Transkrip Wawancara Kode: 13 W-21-III/20

tidak meninggalkan sholat 5 waktu, menyertakan niat ibadah, supaya menjadikan keberkahan tersendiri dalam menafkahi keluarganya, berserah diri, yakin dan berlapang dada terhadap hasil apapun yang mereka dapatkan setelah mereka sudah menjalankan usaha semaksimal mungkin dalam berdagang di Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo.

b. Prinsip Keseimbangan

Prinsip-prinsip umum yang berlaku pada semua bentuk transaksi termasuk mengenai prinsip keadilan atau *'adl*. Prinsip keadilan menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan acuan yang adil dan sesuai dengan kriteria yang rasional objektif dan dapat dipertanggungjawabkan. Keadilan menuntut agar tidak boleh ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya.

Sebagaimana hasil wawancara dengan bu Dini “Bersikap baik dan ramah terhadap pembeli pasti banyak pembeli datang karena pembeli itu adalah raja, dan saya harus selalu siap dalam menghadapi berbagai macam sifat dari pembeli, jika ada pembeli saya yang komplain tentang barang yang cacat dari dagangan saya, dan barang tersebut rusak asli dari saya. maka saya akan memberikan potongan harga, dan jika mereka tidak mau.”³⁷Hal yang sama diungkapkan bu Sribingah “Jika ada barang yang saya

³⁷Lihat Transkrip Wawancara Kode: 15 W-21-III/20

jual cacat/rusak/busuk maka saya akan membuangnya, jika barang tersebut diketahui cacat setelah di beli maka saya siap menggantinya. Saya menimbang barang melihat harga dari barang tersebut, jika barang tersebut mahal maka timbangan saya seimbang tidak saya berikan kelebihan akan tetapi jika barang tersebut murah harganya maka akan saya lebihkan timbangannya.”³⁸ Sebagaimana hasil wawancara yang diungkapkan bu Patun “Barang yang saya jual bagus mas, jika ada yang cacat maka saya akan menggantinya jika barang tersebut sudah di bawa pembeli dan jika ada yang cacat sebelum dibeli saya sisihkan, saya berikan kepada orang yang mau jika tidak ada ya saya buang, menimbang saya seimbang sesuai alat takarannya.”³⁹ Pendapat sama diungkapkan oleh bapak Mukip “Jika ada barang yang saya tawarkan cacat maka saya akan membuangnya , dan menggantinya dengan yang kualitasnya baik, takaran/timbangan saya melihat bentuk barangnya, jika bentuknya berkulit tebal seperti labu siam maka timbangannya saya akan lebihkan. Apabila barangnya seperti cabai maka timbangan sayaseimbang dengan alat timbangan.”⁴⁰

Sebagaimana hasil wawancara yang diungkapkan oleh pak Panut,⁴¹

³⁸Lihat Transkrip Wawancara Kode: 16 W-21-III/20

³⁹Lihat Transkrip Wawancara Kode: 11 W-21-III/20

⁴⁰Lihat Transkrip Wawancara Kode: 14 W-21-III/20

⁴¹Lihat Transkrip Wawancara Kode: 13 W-21-III/20.

Tidak pernah saya menyediakan barang jelek untuk pelanggan saya, jika memang kualitasnya kurang baik saya bilang kurang baik dan saya akan berikan harga sesuai kualitasnya, dan jika kualitasnya baik saya bilang baik, karena jika barang dagangan saya jelek tidak hanya pembeli yang rugi tapi saya pun akan rugi. Selain itu saya juga mempunyai hak dan kewajiban untuk bertanggung jawab kepada penyuplai buah tempat saya ambil barang, jadi kalo dari sana sudah tidak bagus ya saya kembalikan lagi ke penyuplai. Jika ada barang yang dikembalikan pembeli karena cacat/rusak maka saya akan menggantinya.

Pendapat sama diungkapkan oleh bu Suminah “Jika ada *snack* saya yang kadaluarsa tanpa sepengetahuan saya, maka saya siap mengganti atau mengembalikan uang pembeli, dan saya akan membuangnya/membakarnya *snack* yang kadaluarsa tersebut, saya memberikan harga yang pas tidak bisa ditawar karena untung saya sedikit.”⁴²

Beberapa pendapat diatas di dukung hasil wawancara dengan ibu Rodiyah “Barang di pasar desa kedawung itu bermacam-macam jenisnya harga dan kualitasnya, pedagangnya jika ada barang cacat siap bertanggung jawab jika saya mengembalikannya.”⁴³ Pendapat serupa disampaikan oleh bu Ita “Takaran nya ada yang pas dan ada yang kurang karena timbangan satu pedagang dengan pedagang lain terkadang berbeda, harga yang mereka berikan tetapi sesuai dengan kualitasnya.”⁴⁴

⁴²Lihat Transkrip Wawancara Kode: 17 W-21-III/20

⁴³Lihat Transkrip Wawancara Kode: 09 W-21-III/20

⁴⁴Lihat Transkrip Wawancara Kode: 18 W-21-III/20

Data tersebut di atas diperkuat hasil observasi pada tanggal 23 Maret 2020, peneliti mengambil kesimpulan bahwa implementasi perilaku Pedagang Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo dalam prinsip keseimbangan digambarkan berusaha menyediakan barang dengan kualitas yang baik sesuai dengan kebutuhan pembeli, membuang barang yang rusak atau cacat, menetapkan harga sesuai dengan kualitas barang, dan mayoritas pedagang memberikan takaran dengan seimbang.

c. Prinsip Kehendak Bebas

Kebebasan berarti bahwa manusia sebagai individu dan kolektif mempunyai kebebasan penuh untuk melakukan aktivitas bisnis. Dalam ekonomi, manusia bebas mengimplementasikan kaidah-kaidah Islam karena masalah ekonomi termasuk kepada aspek muamalah bukan ibadah maka berlaku padanya kaidah umum “semua boleh kecuali yang dilarang” yang tidak boleh dalam Islam adalah ketidakadilan dan riba.

Sebagaimana hasil wawancara dengan ibu Sribingah “Saya akan memberikan potongan harga, dan jika mereka tidak mau saya tidak akan memaksa. Saya tidak pernah memberikan penawaran harga sampai melampaui harga pasar.”⁴⁵ Hasil wawancara serupa diungkapkan oleh bu Patun “Tidak ada, mungkin memang pembeli tersebut bukan rezeki saya, penetapan harga saya sesuai

⁴⁵Lihat Transkrip Wawancara Kode: 16 W-21-III/20

dengan dipasaran.”⁴⁶ Hasil wawancara dengan bu Dini mendukung pernyataan tersebut “Saya akan memberikan diskon/potongan harga atau saya akan memberikan kredit, dan jika tetap tidak mau saya tidak akan memaksa.”⁴⁷ Sebagaimana hasil wawancara dengan pak Anjar “Saya tidak memaksa, karena mungkin pembeli tersebut bukan lantaran rezeki untuk saya. Harga barang saya murah tapi tidak sampai melampaui batas apalagi sampai mematikan teman pedagang.”⁴⁸ Hal senada diungkapkan oleh pak Broto “Tidak melakukan apa-apa saya akan membiarkannya pergi dan pembeli yang lain. Saya mengambil keuntungan sedikit dalam berdagang, penetapan harga saya melihat harga beli saya di pasaran dan melihat harga pasarannya dalam menjual karena jika menjual tidak sama dengan harga pasar maka saya akan mendapatkan kerugian sendiri.”⁴⁹ Sebagaimana hasil wawancara yang sama dengan bu Panut “Apabila di tawari tidak mau ya sudah, saya tidak akan pernah memaksa, itu merupakan hak pembeli mau membeli apa tidak, tidak pernah saya menentapkan harga di bawah pasaran karena barang saya untungnya hanya sedikit.”⁵⁰

Data tersebut di atas diperkuat hasil wawancara dan observasi pada tanggal 22 dan 23 Maret 2020, peneliti mengambil

⁴⁶Lihat Transkrip Wawancara Kode: 15 W-21-III/20

⁴⁷Lihat Transkrip Wawancara Kode: 19 W-21-III/20

⁴⁸Lihat Transkrip Wawancara Kode: 02 W-21-III/20

⁴⁹Lihat Transkrip Wawancara Kode: 19 W-21-III/20

⁵⁰Lihat Transkrip Wawancara Kode: 13 W-21-III/20

kesimpulan bahwa implementasi perilaku Pedagang Pasar Sumoroto Kauman Ponorogo dalam prinsip kehendak bebas digambarkan pedagang dengan memberikan kebebasan pembeli apakah membeli mau membeli atau tidak setelah pedagang melakukan promosi, menetapkan harga sesuai dengan pasaran atau permintaan dan penawaran.

d. Prinsip Tanggungjawab

Perihal tanggung jawab individu begitu mendasar dalam ajaran-ajaran Islam. Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggung jawabkan tindakannya.⁵¹

Sebagaimana hasil wawancara dengan bu Sribingah “Jika ada pembeli yang membeli dengan kuantitas yang besar saya akan melebihkan atau memberikan potongan harga. Saya ganti dengan yang baru atau memberikan potongan harga.”⁵² Hasil wawancara serupa diungkapkan oleh bu Panut “Saya meminta tolong suami saya untuk menghantarkanya sampai kerumah pembeli, saya akan menggantinya jika pembeli menginginkan.”⁵³ Hasil serupa diungkapkan pak Mukip “Saya akan senang mengucapkan rasa

⁵¹Rafik Issa Bekuun, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2004),

⁵²Lihat Transkrip Wawancara Kode: 16 W-21-III/20.

⁵³Lihat Transkrip Wawancara Kode: 13 W-21-III/20

syukur kepada Allah SWT dengan memberikan tambahan barang dan memberikan keringanan harga. Jika ada barang yang dipilih pembeli rusak saya akan menggantinya dengan yang lain dan jika pembeli tidak mau saya akan memberikan potongan harga.”⁵⁴

Sebagaimana hasil sama wawancara dengan bu Dini “Saya akan berikan diskon dan jika ternyata barang yang saya jual dan di pilih pembeli ada yang cacat maka saya akan menggantinya dan jika mereka tidak mau saya tidak akan memaksa jika barang tersebut mereka ingin kembalikan, saya persilakan dan uang mereka yang sudah diberikan akan saya kembalikan,jika mereka ingin menukar dengan barang yang lain yang nilai harganya sama atau yang lainnya.”⁵⁵ Hasil wawancara yang sama diungkapkan oleh pak Anjar “Saya akan berikan harga yang miring, dan saya akan menggantinya jika ada barang pembeli yang cacat selagi itu bukan kesalahan dari pembeli.”⁵⁶ Sebagaimana hasil wawancara dengan bu Panut “Saya akan membawakannya sampai kerumahnya dan jika ada yang cacat siap mengganti atau mengembalikan uang pembeli.”⁵⁷ Pendapat diatas diatas didukung dari pernyataan dari ibu Ita “Belanja di pasar Sumoroto itu enak

⁵⁴Lihat Transkrip Wawancara Kode: 14 W-21-III/20

⁵⁵Lihat Transkrip Wawancara Kode: 15 W-21-III/20

⁵⁶Lihat Transkrip Wawancara Kode: 02 W-21-III/20

⁵⁷Lihat Transkrip Wawancara Kode: 13 W-21-III/20

dan nyaman, karena saat saya belanja banyak dan tak mampu membawanya, mereka menghantarkannya.”⁵⁸

Data tersebut di atas diperkuat hasil observasi pada tanggal 22 dan 23 Maret 2020, peneliti mengambil kesimpulan bahwa Implementasi prinsip tanggungjawab yang dilakukan pedagang Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo dengan mendengarkan komplain dari pembeli dan memberikan ganti rugi saat ada barang pembeli yang rusak atau cacat, membantu membawakan atau menghantarkan barang pembeli saat mereka keberatan, menjawab dengan ramah dan sopan setiap menjawab pertanyaan dan penawaran dari pembeli.

e. Prinsip *Ihsan*

Ihsan (kebajikan) artinya melaksanakan perbuatan baik yang memberikan manfaat kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah SWT, jika tidak mampu yakinlah bahwa Allah SWT melihat. Sebagaimana hasil wawancara dengan ibu Sribingah “Saya menghutangi orang, pertama tujuan saya untuk menolong selain itu agar cepat laku apalagi barang dagangannya yang tidak bisa bertahan lama. Kadang kalau ada yang mau hutang ya tidak

⁵⁸Lihat Transkrip Wawancara Kode: 18 W-21-III/20

apa-apa.”⁵⁹ Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Mukip yang mengungkapkan bahwa,⁶⁰

Saya selalu mendengarkan keluh kesah dari pembeli saya, saat mereka menanyakan harga saya menjawabnya, saat mereka ingin mengambil sendiri barang yang mereka butuhkan saya persilakan asalkan mereka menyepakati harga yang saya berikan terlebih dahulu. Jadi pedagang itu harus sabar dalam melayani konsumen. Jika tidak sabar tidak ada pembeli yang mau datang. Saya menggunakan sistem hutang mbak untuk orang-orang yang terpercaya, yang lupa atau kurang membawa uang saat membeli dan sangat membutuhkan, alasan pertama saya untuk menolong sesama, selain itu secara tidak langsung barang saya juga cepat laku terjual.

Hal serupa juga disampaikan oleh bu Patun,⁶¹ Saya selalu sabar dalam berdagang, jika ada pembeli yang komplain atau membandingkan harga dengan pedagang lainnya atau pusat perbelanjaan modern, maka saya akan menjelaskan kelebihan ataupun kekurangan dari barang dagangan saya, dan untuk keputusan membeli saya persilakan ke pembeli, jika pun tidak jadi beli tidak masalah buat saya, karena saya yakin rezeki sudah ada yang mengatur. Saya sering hutang piutang dalam berdagang, alasan utama saya agar jualan saya tetap berjalan, sering ada memiliki kekurangan dalam membayar itu biasa mbak, asalkan dibayar, hutang piutang ini bisa membuat saya mendapatkan pelanggan dan juga pahala mbak karena membantu orang.

Hal senada juga diungkapkan oleh bu Dini “Bersikap baik dan ramah terhadap pembeli pasti banyak pembeli datang karena pembeli itu adalah raja.”⁶² Hal serupa diungkapkan oleh Bapak Anjar yang mengungkapkan “Saya sering memberikan tenggang waktu membayar untuk pembeli yang berhutang dengan tujuan

⁵⁹Lihat Transkrip Wawancara Kode: 16 W-21-III/20

⁶⁰Lihat Transkrip Wawancara Kode: 14 W-21-III/20

⁶¹Lihat Transkrip Wawancara Kode: 11 W-21-III/20

⁶²Lihat Transkrip Wawancara Kode: 15 W-21-III/20

mendapatkan langganan dan juga karena niat ingin menolong.”⁶³
Demikian hasil wawancara yang diungkapkan oleh bu Panut
“Saat pelanggan saya yang merasa kesulitan membawa barang
belanjaannya saya akan menghantarkannya sampai rumah, apalagi
jika saya saat pulang melewati rumahnya pasti lah saya akan
senang hati membantu membawakannya.”⁶⁴

Data tersebut di atas diperkuat dengan pernyataan pembeli dan hasil observasi pada tanggal 22 dan 23 Maret 2020, peneliti mengambil kesimpulan bahwa implementasi prinsip kebajikan (*ihsan*) dilaksanakan dengan kemurahan hati yaitu dengan memberikan tenggang waktu pembayaran jika pembeli belum dapat membayar kekurangan. Bentuk lain dari prinsip kebajikan atau ihsan yang dilakukan oleh pedagang berupa keramahan kepada calon pembeli menolong membawakan atau menghantarkan barang.

C. Analisa Data

⁶³Lihat Transkrip Wawancara Kode: 02 W-21-III/20

⁶⁴Lihat Transkrip Wawancara Kode: 13 W-21-III/20

1. Pemahaman Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo

Berdasarkan paparan data di atas dapat ditemukan tentang pemahaman tentang Etika Bisnis dalam Islam para pedagang di Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo adalah:⁶⁵

- a. Pedagang Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo dalam menjalankan kegiatan bisnis telah memahami etika bisnis Islam mereka terlihat memberikan pelayanan yang baik dengan bersikap ramah dan tersenyum pada para pembeli ditambah dengan pembicaraan sehari-hari, contohnya seperti membicarakan wabah pandemi virus corona (COVID-19) yang sedang hangat-hangatnya di perbincangkan masyarakat akhir-akhir ini. Para pedagang meyakini segala aktivitas transaksi yang dilakukannya sesuai dengan ajaran Islam akan mendapatkan ridho dari Allah SWT. Dengan begitu mereka selalu berhati-hati menjaga perilaku dalam menjalankan perdagangan dan senantiasa berusaha menghindari larangan Allah SWT dalam berdagang.
- b. Pedagang Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo memahami pentingnya sifat jujur dan adil dalam berdagang. Mereka berusaha menerapkan sifat jujur dan adil dan menjadikannya kebiasaan dalam melakukan aktifitas sehari-hari termasuk berdagang. Sikap jujur ditunjukkan dengan mengatakan

⁶⁵Observasi, 22 Maret 2020.

dengan jujur kondisi barang yang mereka jual dan bersikap adil dengan menetapkan harga sesuai dengan kualitas barang dan menggunakan timbangan dengan takaran yang sesuai tidak di kurangi atau di tambahkan dengan alat lain sehingga mereka bisa mendapatkan banyak pembeli bahkan memiliki pelanggan tetap sehingga terjalin silaturahmi yang baik antara pedagang dan pelanggan.

- c. Pedagang Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo dalam menjalankan kegiatan bisnis selalu menerapkan prinsip tanggungjawab dan tidak menjadikan beban, namun menjadikannya dalam rangka untuk mendapatkan ridho Allah SWT. Mereka memahami bahwa dengan tanggungjawab dalam berdagang dapat membantu memudahkan kebutuhan pembeli dan memberikan aura positif kepada keluarga, pedagang lain maupun kepada pembeli yang berkomunikasi dengannya. Sikap tanggungjawab ditunjukkan dengan merawat barang yang dijual, serta membantu pembeli mencari atau mengarahkan kebutuhan yang ingin di beli oleh pelanggan.

2. Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo

Berdasarkan Observasi dan Wawancara yang telah dilaksanakan pada tanggal 22 dan 23 Maret 2020, peneliti dapat menyimpulkan

bahwa pedagang Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo telah menerapkan lima prinsip etika bisnis Islam sebagai berikut.⁶⁶

a. Prinsip Ketauhidan

Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo dalam menerapkan prinsip ketauhidan digambarkan dengan menjalankan usahanya selalu menyertakan niat ibadah, supaya menjadikan keberkahan tersendiri dalam menafkahi keluarganya, berserah diri, yakin dan berlapang dada terhadap hasil apapun yang mereka dapatkan setelah mereka sudah menjalankan usaha semaksimal mungkin.

b. Prinsip Keseimbangan

Bahwa implementasi perilaku Pedagang Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo dalam prinsip keseimbangan digambarkan berusaha menyediakan barang dengan kualitas yang baik sesuai dengan kebutuhan pembeli, membuang barang yang rusak atau cacat, menetapkan harga sesuai dengan kualitas barang, dan mayoritas pedagang memberikan takaran dengan seimbang sesuai yang dipesan pembeli.

c. Prinsip Kehendak Bebas

Bahwa implementasi perilaku Pedagang Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo dalam prinsip kehendak bebas digambarkan pedagang dengan memberikan kebebasan pembeli

⁶⁶Observasi, 23 Maret 2020.

apakah membeli mau membeli atau tidak setelah pedagang melakukan promosi, menetapkan harga sesuai dengan pasaran atau permintaan dan penawaran.

d. Prinsip Tanggung Jawab

Bahwa Implementasi prinsip tanggungjawab yang dilakukan pedagang Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo dengan mendengarkan komplain dari pembeli dan memberikan ganti rugi saat ada barang pembeli yang rusak atau cacat, Membantu membawakan atau menghantarkan barang pembeli saat mereka keberatan, menjawab dengan ramah dan sopan setiap pertanyaan dari pembeli.

e. Prinsip Ihsan

Bahwa implementasi prinsip kebajikan (*ihsan*) dilaksanakan dengan kemurahan hati yaitu dengan memberikan tenggang waktu pembayaran jika pembeli ada yang berhutang atau belum dapat membayar kekurangan. Bentuk lain dari prinsip kebajikan atau *ihsan* yang dilakukan oleh pedagang berupa keramahan kepada calon pembeli, menolong dengan membawakan atau menghantarkan barang.

IAIN
PONOROGO

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Pemahaman Etika Bisnis Islam para pedagang Pasar Tradisional di Sumoroto Kauman Ponorogo
 - a. Para pedagang Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo dalam menjalankan aktifitas bisnis telah memahami etika bisnis Islam mereka terlihat memberikan pelayanan yang baik pada para pembeli.
 - b. Para pedagang Pasar Tradisional di Sumoroto Kauman Ponorogomemahami pentingnya sifat jujur dan adil dalam berdagang. Mereka berusaha menerapkan sifat jujur dan adil mengenai informasi dan takaran timbangan.
2. Implementasi Etika Bisnis Islam para pedagang Pasar Tradisionaldi Sumoroto Kauman Ponorogo

Dalam mengimplementasikan etika bisnis Islam dalam aktifitas berdagang, para pedagang Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo meneladani lima prinsip dalam etika bisnis Islam yaitu prinsip tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan ihsan, berupa pelayanan yang ramah, sopan kepada pembeli, bermurah

hati, jujur dan adil dalam takaran, serta menjual barang yang baik mutunya.

B. Saran/Rekomendasi

1. Bagi Peneliti Selanjutnya 91

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya terutama yang berkaitan dengan ekonomi Islam di bidang perdagangan atau transaksi jual beli.

2. Bagi Pihak Pengelola Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo

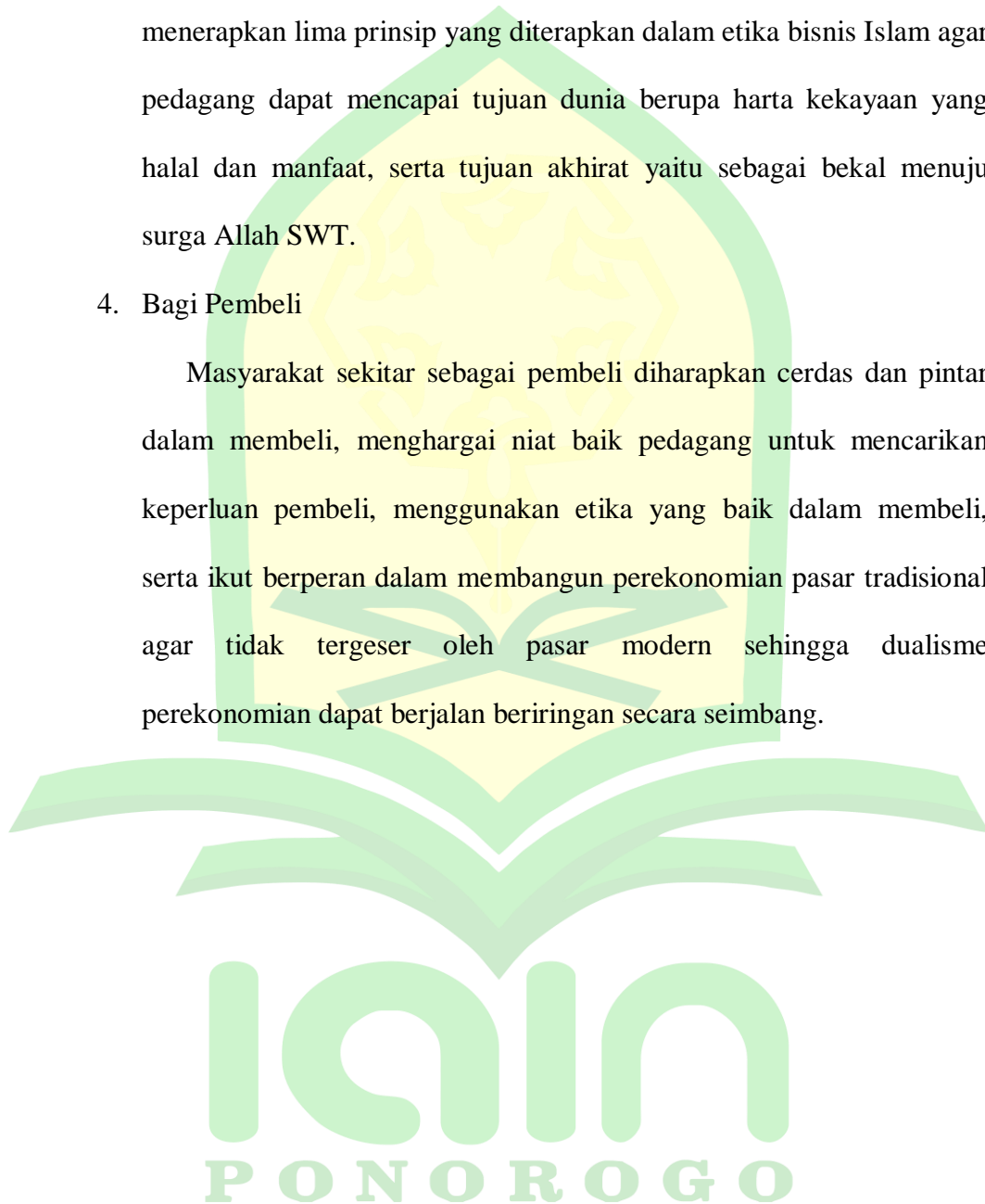
Melalui hasil penelitian ini diharapkan pihak pengelola Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo hendaknya selalu memantau dan mengawasi kondisi pasar baik secara struktural maupun secara pribadi, guna melihat kemungkinan diperlukannya peraturan harga dan juga untuk menghindari oknum yang sengaja mempermainkan harga barang yang dijual di pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo. Dan pengelola harus selalu mengecek kondisi pasar agar selalu dalam keadaan aman dan nyaman. Para pengelola diharapkan bisa bekerjasama untuk membangun pasar menjadi lebih baik sehingga memiliki nilai tambah dan daya saing dengan pasar modern yang selama ini di anggap lebih unggul meskipun harganya relative lebih mahal jika dibandingkan dengan pasar tradisional .

3. Bagi Pedagang

Diharapkan para pedagang Pasar Tradisional di Sumoroto Kauman Ponorogo seluruhnya menggunakan cara berdagang yang sah dan benar sesuai ajaran agama Islam, salah satunya dengan menerapkan lima prinsip yang diterapkan dalam etika bisnis Islam agar pedagang dapat mencapai tujuan dunia berupa harta kekayaan yang halal dan manfaat, serta tujuan akhirat yaitu sebagai bekal menuju surga Allah SWT.

4. Bagi Pembeli

Masyarakat sekitar sebagai pembeli diharapkan cerdas dan pintar dalam membeli, menghargai niat baik pedagang untuk mencarikan keperluan pembeli, menggunakan etika yang baik dalam membeli, serta ikut berperan dalam membangun perekonomian pasar tradisional agar tidak tergeser oleh pasar modern sehingga dualisme perekonomian dapat berjalan beriringan secara seimbang.



DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, Pandji. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011.
- Arifin, Johan. *Etika Bisnis Islami*. Semarang: Walisongo Press, Cet. Ke-1, 2009.
- Badroen, Faisal. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Prenada Media Grup, 2006.
- Basri. *Bisnis Pengantar*. Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta, 2005.
- Bekun, Rafik Isa. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.
- Buchari, Donni. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Damin, Sudarwan. *Menjadi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia, 2002.
- Departemen Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, Bandung: Sigma Creatif Media Corp, 2012.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*, Jakarta: Pusat Bahasa, 2008.
- Faisal Badroen, et al., *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Kencana, Cet. Ke-2, 2006.
- Fauziya, Ika Yunia. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: KENCANA PRENADAMEDIA Group, 2013.
- Harahap, Sofyan S. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Jusmaliani dkk. *Bisnis Berbasis Syari'ah*. Jakarta: Bumi Aksara, 2008.
- Kementrian Agama RI. *Al-Qur'an Al-Karim*. Solo: Al-Qur'an Qomari, 2004.
- Kensil dan Christine S. *Pokok pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika, 2008.

- Lubis, Effi Aswita. *Metode Penelitian Pendidikan*. Medan: Unimed Press, 2012.
- Lubis, Suhrawardi K. *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta: Sinar Grafika, 2000.
- Masri, Effendi. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES, 1989.
- Mohammad. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013.
- Murti dan Soeprihanto. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 1995.
- Nata, Abuddin. *Studi Islam Komp* ⁹³. Jakarta: Kencana, 2011.
- Nugrahaini, Farida. *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Surakarta: Pilar Media, 2014.
- Nuraini dan Merdekawati. *Ekonomi: Untuk SMA/MA Kelas X*. Sidoarjo: Masmmedia Buana Pustaka, 2013.
- Nurohman, Dede. *Memahami Dasar-dasar Ekonomi Islam*. Yogyakarta : Teras, 2001.
- Robert A. Baron dkk. *Psikologi social*. Jakarta: Erlangga, 2003.
- Rozalinda. *Ekonomi Islam teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2009.
- Salim, Syahrums. *Metode Penelitian Kualitatif Konsep dan Aplikasi Dalam Ilmu Sosial, Keagamaan dan Pendidikan*. Bandung: Citapustaka Media, 2012.
- Sarwono, Jonathan. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.
- Siddiqi, Muhammad Nejatullah. *Kegiatan Ekonomi Dalam Islam*. Jakarta: Bumi Aksara, 1996.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan; Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Cet. IV. Bandung: CV. Alfabeta, 2008.

- Sukardi. *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Prakteknya*. Jakarta: Bumi Aksara, 2007.
- Suryabrata, Sumadi. *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Suyitno. *Metode Penelitian Kualitatif: Konsep, Prinsip Dan Operasionalnya*. Tulungagung: Akademia Pustaka, 2018.
- Tanzeh, Ahmad. *Metode Penelitian Praktis*. Jakarta: PT Bina Ilmu, 2004.
- Trimono, Soedjono. *Pengantar Ilmu Dokumentasi*, Cet. Ke-1. Bandung: Remaja Karya, 1981.
- Dinas Perdagangan, Koperasi dan Usaha Mikro, Daftar Nama Pedagang Los Daerah Pasar Somoroto. Sesuai Lampiran Peraturan Bupati Ponorogo Tahun 2016.
- Peraturan Bupati Ponorogo Tahun 2016 Tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Uraian Tugas, Fungsi dan Tata Kerja Dinas Perdagangan, Koperasi dan Usaha Mikro.
- Republik Indonesia. Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 20 th. 2012.
- Albara, “Analisis Pengaruh Perilaku Pedagang Terhadap Inflasi,” *Academia*, 2016, Vol. 5, No. 2.
- Ratna Asribestari dan Setyono, J. S , “Pengaruh Daya Tarik Pasar Tradisional Dan Pasar Modern Terhadap Preferensi Konsumen Studi Komparasi Pasar Karangayu Dan Giant Superdome”, Semarang : *Jurnal Teknik PWK*, volume 2, ISSN 3, 2013.
- Sri Endang Rahayu dan Halimun Bahri, “Studi Komparatif Perubahan Pendapatan Usaha Warung Tradisional Sebelum Dan Sesudah Adanya Warung Retail Modern Di Kecamatan Medan Timur,” *Sumatera Utara: Jurnal Manajemen & Bisnis*, vol.14 No. 2 , 2014.
- Toti Indrawati dan Indri Yovita, “Analisis Sumber Modal Pedagang Pasar Tradisional di Kota Pekanbaru,” *Jurnal Ekonomi*, Volume 22, Nomor 1 Maret 2014.
- Wazin, “Relevansi Antara Etika Bisnis Islam dengan Perilaku Wirausaha Muslim (Studi tentang Perilaku Pedagang di Pasar Lama Kota Serang Provinsi Banten),” *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, Vol. 1 No. 1, 2013.

Zakiyah dan Bitang Wirawan, "Pemahaman Nilai-Nilai Syari'ah Terhadap Perilaku Berdagang (Studi pada Pedagang di Pasar Bambu Kuning Bandar Lampung)," *Jurnal Sociologie*, Vol. 1, 2014.

Sidqi Amalia Izzati, "Penerapan Etika Bisnis Islam Di Boombu Hot Resto Tegal," Skripsi, Semarang: UIN Walisongo Semarang, 2015.

Siti Halimah Asa'diyah, "Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Di Kedawung Mojo Kediri," Skripsi, Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2019.

Siti Romlah, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Irigasi Sawah Dengan Sistem Sebetan Di Desa Mayangrejo Kecamatan Kalitidu Kabupaten Bojonegoro," Skripsi, Ponorogo: IAIN Ponorogo, Ponorogo, 2018.

Umi Mursidah, "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional (Studi Pada Pasar Betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat)," Skripsi, Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2017.

<https://almanhaj.or.id/12601-berkata-benar-jujur-dan-jangan-dusta-bohong-2.html>

<https://rumaysho.com/1441-9-dari-10-pintu-rizki-di-perdagangan.html>

Profil Pasar Sumoroto Kecamatan Kauman Kabupaten Ponorogo, <http://siskaperbapo.com/profilpasar/detail/20>.

Pusat pelayanan YLKI, <http://pelayanan.ylki.or.id/open.php>,

Putri Agusti Sholeha, *Laporan Wartawan Bangka Pos*, <http://Bangka.tribunnews.com/201804/23/tertipu-konsumen-bisa-lapor-ke-ykip>, Diakses pada hari Minggu, 5 Januari 2020 pada pukul 20.00 WIB.

Sistem Informasi Ketersediaan dan Perkembangan Harga Bahan Pokok (SISKAPERBAPO), <http://siskaperbapo.com/info/detail/49>.

Wawancara dengan Pak Gito, Ketua pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo.

Wawancara dengan pedagang pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo.

Wawancara dengan Pembeli di pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo.

