

**PERILAKU PEDAGANG DI PASAR WISATA PLAOSAN
DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**

SKRIPSI



Oleh :

Novita Ambarsari

NIM 401180273

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2022

ABSTRAK

Ambarsari, Novita. Perilaku Pedagang di Pasar Wisata Plaosan dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. *Skripsi*. 2022. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo
Pembimbing: Dr. Luhur Prasetyo, S.Ag., M.E.I

Kata Kunci : Etika Bisnis Islam, Pedagang, Pasar

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya beberapa pedagang di Pasar Wisata Plaosan Kabupaten Magetan yang disinyalir melakukan perilaku penyimpangan terhadap Etika Bisnis Islam. Perilaku menyimpang ini rawan terjadi di pasar tradisional karena rendahnya tingkat pendidikan dan pengetahuan pedagang. Seorang pedagang muslim hendaknya berdagang dengan cara yang jujur dan adil serta berpegang pada prinsip etika bisnis Islam. Oleh karena itu, etika bisnis Islam sangat berperan dalam mengatur perilaku para pedagang. Adapun rumusan masalah pada penelitian ini yaitu tentang perilaku pedagang, faktor yang mempengaruhi perilaku pedagang dan dampak perilaku pedagang terhadap kegiatan bisnis. Maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui perilaku yang dilakukan pedagang dan penerapan prinsip-prinsip dalam etika bisnis Islam di Pasar Wisata Plaosan Kabupaten Magetan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, jenis penelitiannya adalah penelitian lapangan, data yang dikumpulkan melalui wawancara secara terstruktur dan tidak terstruktur, selain itu metode pengumpulan data melalui observasi dan dokumentasi. Metode analisis pada penelitian ini adalah deskripti kualitatif yaitu dengan menganalisis perilaku pedagang di Pasar Wisata Plaosan Kabupaten Magetan serta penerapan prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, sebagian besar pedagang di Pasar Wisata Plaosan ini memegang kelima prinsip etika bisnis Islam. Walaupun masih ada beberapa pedagang yang belum menerapkan prinsip tersebut. Dalam hal ini pedagang telah menerapkan beberapa prinsip yang ada dalam etika bisnis Islam dengan bersifat jujur, tidak melakukan tindak diskriminasi, penipuan, selalu bersikap adil dalam memberikan dan melayani pembeli. Pada faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pedagang antara lain berasal dari internal yang meliputi motivasi, pengalaman dan kepribadian. Sedangkan faktor eksternal yakni terdapat pendatang baru atau pesaing, pemasok serta sosial ekonomi. Dampak perilaku pedagang tersebut dapat mempengaruhi terhadap kegiatan bisnis antara lain dampak positif bagi aspek sosial maupun finansial. Serta dampak negatifnya apabila pedagang melakukan pelayanan yang kurang baik maka akan berdampak pada pendapatan yang akan menurun.



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	Novita Ambarsari	401180273	Ekonomi Syariah	Perilaku Pedagang di Pasar Wisata Plaosan dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

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

Ponorogo, 27 April 2022

Mengetahui

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah


Dr. Luhur Prasetiyo, S.Ag., M.E.I
NIP 197801122006041002

Menyetujui


Dr. Luhur Prasetiyo, S.Ag., M.E.I
NIP 197801122006041002



**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 : Perilaku Pedagang di Pasar Wisata Plaosan dalam Perspektif
Etika Bisnis Islam
Nama : Novita Ambarsari
NIM : 401180273
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 :
Ridho Rokamah S.Ag., M.Si.
NIP. 197412111999032002

(.....)

Penguji I :
Unun Roudlotul Janah, M.Ag.
NIP. 197507162005012004

(.....)

Penguji II :
Luhur Prasetyo, S.Ag., M.E.I.
NIP. 197801122006041002

(.....)



Ponorogo, 27 Mei 2022
Mengesahkan,
Dekan FEB IAIN Ponorogo

Dr. H. Luqmi Hadi Aminuddin, M.Ag.
NIP. 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Novita Ambarsari

NIM : 401180273

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul : Perilaku Pedagang di Pasar Wisata Plaosan dalam Perspektif
Etika Bisnis Islam

Menyatakan bahwa naskah skripsi 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.

Ponorogo, 7 Juni 2022

Penulis



Novita Ambarsari

IAIN
PONOROGO

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Novita Ambarsari

NIM : 401180273

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

PERILAKU PEDAGANG DI PASAR WISATA PLAOSAN DALAM
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 27 April 2022

Pembuat Pernyataan



Novita Ambarsari
NIM 401180273

DAFTAR ISI

COVER

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
SURAT KEASLIAN TULISAN	v
DAFTAR ISI.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Studi Penelitian Terdahulu	6
F. Metode Penelitian	10
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	10
2. Kehadiran Peneliti.....	11
3. Lokasi Penelitian.....	11
4. Data dan Sumber Data	12
5. Teknik Pengumpulan Data.....	13
6. Teknik Pengolahan Data.....	16
7. Teknik Analisis Data.....	18
8. Pengecekan Keabsahan Data	19
G. Sistematika Pembahasan.....	20

BAB II ETIKA BISNIS ISLAM	23
A. Bisnis	23
B. Etika Bisnis Islam	25
C. Perilaku Pedagang	29
D. Pasar.....	34
E. Dampak.....	35
BAB III PAPARAN DATA	39
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	39
1. Profil Pasar Wisata Plaosan	39
2. Data jumlah pedagang di Pasar Wisata Plaosan	41
3. Struktur Organisasi Pasar Wisata Plaosan	42
4. Sarana dan Prasarana Pasar Wisata Plaosan	44
B. Perilaku Pedagang di Pasar Wisata Plaosan	45
C. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pedagang di Pasar Wisata Plaosan.....	52
D. Dampak Perilaku Pedagang di Pasar Wisata Plaosan terhadap Kegiatan Bisnis	56
BAB IV ANALISIS PERILAKU PEDAGANG DI PASAR WISATA PLAOSAN DALAM PERSPEKTFI ETIKA BISNIS ISLAM	55
A. Analisis perilaku pedagang di Pasar Wisata Plaosan	55
B. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pedagang di Pasar Wisata Plaosan.....	63
C. Analisis dampak perilaku pedagang di Pasar Wisata Plaosan terhadap kegiatan bisnis	68
BAB V PENUTUP.....	70
A. Kesimpulan.....	70

B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	73



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Etika merupakan penunjang dari komponen bisnis, terutama dalam hal tindakan dan perilaku pribadi, atau juga tanda-tanda yang dapat membimbing dan mengingatkan suatu pekerjaan yang patut dipuji dan harus dipatuhi dan dilaksanakan. Etika bisnis mematuhi prinsip-prinsip etika yang membedakan antara apa yang baik dan buruk, benar dan salah, untuk melakukan yang terbaik bagi perusahaan dan pelanggannya.¹ Pentingnya etika bisnis berkaitan erat dengan norma dan prinsip umum yang berlaku dalam kehidupan masyarakat, yang bertujuan untuk memberikan rasa aman dan nyaman bagi mereka yang terlibat dalam kegiatan bisnis.

Dalam transaksi bisnis, baik pelaku bisnis maupun konsumen memiliki kebutuhan dan kepentingan. Bisnis memiliki tanggung jawab kepada pelanggan, karyawan, dan komunitas mereka dalam semua aspek operasi mereka. Untuk melindungi semua pihak yang terlibat, penting untuk mematuhi aturan dan nilai yang mengatur kegiatan bisnis ini.² Seiring dengan perkembangan zaman, tidak jarang apabila dalam melakukan bisnis dapat menimbulkan persaingan.

¹ Fakhry Zam-zam dan Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan* (Yogyakarta : CV Budi Utama, 2021), 2.

² Sri Mulyono, *Etika Bisnis Islam* (Nusa Tenggara Barat: CV Alliv Renteng Mandiri, Cet. Pertama 2021), 122.

Kegiatan transaksi jual beli di pasar merupakan salah satu contoh sarana dan prasarana dalam memenuhi kebutuhan hidup yang dapat memberikan peluang maupun ancaman. Persaingan ini akan memberikan peluang bagi para pelaku bisnis untuk menggunakan berbagai strategi yang berguna untuk meningkatkan keuntungan, namun seringkali mereka mengabaikan prinsip-prinsip etika dalam menjalankan bisnisnya.

Dalam Islam secara tegas Rasulullah SAW pernah bersabda bahwa “perdagangan (bisnis) adalah suatu lahan yang paling banyak mendatangkan keberkahan”. Dengan demikian, perdagangan atau kegiatan bisnis tampaknya menjadi arena yang sangat menguntungkan. Penting untuk dipahami bahwa praktik bisnis yang harus diikuti oleh setiap orang adalah sesuai dengan ajaran agama Islam yang telah ditetapkan. Oleh karena itu Islam memberikan klasifikasi tindakan yang diperbolehkan (halal) dan tindakan yang dilarang (haram).¹ Semua aktivitas manusia dalam kehidupan sehari-hari diatur dalam ajaran Islam, yang tidak lepas dari nilai-nilai fundamental yang diatur dalam Al-Qur'an, Hadits Nabi dan sumber ajaran Islam lainnya.

Dalam ajaran agama Islam telah disampaikan bahwa bagi setiap muslim diharapkan untuk berusaha semaksimal mungkin dalam menjalankan kegiatan di kehidupannya serta memperhatikan segala aturan yang telah diberlakukan. Karena Islam merupakan agama Allah SWT yang

¹ Dwi Santosa Pambudi, *Etika Bisnis Islam Meneladani Etos Kerja Nabi dan Rasul*, (Yogyakarta: UAD Press, 2021), 9-10.

sempurna dan memuat berbagai persoalan kehidupan manusia. Islam memposisikan bisnis, perniagaan atau perdagangan sebagai cara terbaik untuk mendapatkan keuntungan dan kesejahteraan, sesuai dengan profesi Nabi Muhammad SAW pada masa hidupnya.

Oleh karena itu, bisnis harus dilakukan dengan etika yang baik jujur tidak boleh ada tindak kecurangan, riba, rekayasa harga maupun penimbunan barang. Prinsip Islam dalam bisnis didasarkan pada gagasan bahwa Tuhan adalah otoritas tertinggi. Semua aktivitas, termasuk bisnis, memiliki dimensi duniawi. Ini berarti mereka terkait dengan untung dan rugi. Bisnis dalam Islam adalah cara melayani Tuhan dan bersikap baik satu sama lain. Ini adalah cara untuk menunjukkan ketaatan kita kepada-Nya dengan membantu orang lain.²

Lima prinsip yang menjadi pedoman kegiatan bisnis dalam Islam adalah kesatuan, keseimbangan/keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebajikan. Bisnis harus memiliki hal ini agar berhasil, dan mereka yang percaya harus memilikinya. Ada beberapa perilaku perdagangan umum yang sering terjadi di pasar. Ini adalah beberapa perilaku yang harus ditiru oleh usaha ketika memberikan layanan pelanggan.

² Mustafa Kamal Rokan, *Bisnis ala Nabi: Teladan Rasulullah Saw dalam Berbisnis*, (Yogyakarta: PT Bentang Pustaka, 2013), 3.

Pasar Wisata Plaosan merupakan salah satu pasar tradisional yang beroperasi di Kecamatan Plaosan, Kabupaten Magetan dan beralamat di jalan Raya Sarangan. Mayoritas pelaku transaksi di Pasar Wisata Plaosan merupakan masyarakat yang beragama Islam. Terdapat berbagai macam pedagang di Pasar Wisata Plaosan, antara lain pedagang sayur mayur, kebutuhan pokok, perabotan rumah tangga, sandang, pangan, dan lain-lain. Aktivitas perdagangan dimulai pukul 04.00-16.30 WIB. Dalam aktivitas perdagangannya, ada pedagang yang menggunakan etika bisnis Islami dan ada juga yang tidak. Berdasarkan hasil wawancara dengan seorang pembeli yang bernama Ibu Susi beliau mengatakan bahwa pernah membeli beras kepada salah satu penjual sembako dan ternyata sesampainya di rumah oleh beliau dicek ternyata beras yang telah dibelinya terdapat kutu dan warnanya sudah agak berubah. Pengalaman lain juga dialami oleh Ibu Sri yang membeli buah jeruk, dan penjualnya mengatakan jeruk ini manis lalu diberi tester untuk dicicipi Ibu Sri. Beliau pun tertarik untuk membeli buah jeruk tersebut karena manis, namun sampai dirumah beliau makan jeruk tersebut dan rasanya asam beda dengan tester yang diberikan penjualnya.¹ Peneliti juga menemukan beberapa pedagang yang menyembunyikan sayuran yang sudah agak lembek/busuk dan ditutupi sayuran dengan kualitas yang masih bagus.

Hal lain juga terkait prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang sebaiknya dihindari antara lain tindak diskriminasi, melakukan pemaksaan,

¹ Wawancara dengan pembeli, 19 Januari 2022.

menimbun barang, mengurangi timbangan, melakukan riba, penipuan dan lain sebagainya yang dapat merugikan orang lain. Juga sebagai pedagang harus memberikan hak yang sesuai dengan pekerjaan yang telah dilakukan orang lain demi keberlangsungan usahanya, seperti memberikan upah atau gaji atau juga bisa dalam hal memberikan tambahan barang sebagai tanda kemurahan hati dan rasa terimakasih telah membeli barang dagangannya.

Mengingat tingginya tingkat peredaran uang di pasar, ada banyak peluang untuk penipuan. Sehingga tidak heran jika pasar menjadi pusat maksiat dan kedzaliman antar sesama manusia. Dan pasar menjadi sebab manusia lupa terhadap aturan Allah SWT dan berdzikir kepada-Nya.² Untuk itu Rasulullah SAW juga berpesan kepada para pedagang untuk jujur dalam bertransaksi. Dalam sebuah hadits mengatakan, “Pedagang yang beramanah dan dapat dipercaya itu akan bersama orang-orang yang mati syahid” (HR Ibnu Majah). Sistem pasar yang adil harus didasarkan pada prinsip keadilan. Pasar yang adil adalah pasar di mana praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat tidak ada. Norma ini yang telah disebutkan dalam beberapa sabda Nabi Muhammad, antara lain “Barang siapa melakukan monopoli, maka dia adalah pendosa” (HR Muslim). “Barang siapa menimbun bahan makanan selama empat puluh malam, maka Allah akan berlepas darinya” (HR Ahmad).³

² Ammi Nur Baits, *Pasar Muslim & Dunia Makelar*, (Muamalah Publishing) 8.

³ Mustafa Kamal Rokan, *Bisnis ala Nabi Teladan Rasulullah SAW dalam Berbisnis* (Yogyakarta: PT Bentang Pustaka, 2013), 15.

Berdasarkan pernyataan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mendalam tentang aktivitas atau perilaku para pedagang di Pasar Wisata Plaosan dalam sebuah skripsi dengan judul “Perilaku Pedagang di Pasar Wisata Plaosan dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”.

B. Rumusan Masalah

Untuk mendapatkan pembahasan pada jalurnya, peneliti akan menyajikan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana perilaku pedagang di Pasar Wisata Plaosan Kabupaten Magetan?
2. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pedagang di Pasar Wisata Plaosan Kabupaten Magetan?
3. Bagaimana dampak perilaku pedagang di Pasar Wisata Plaosan Kabupaten Magetan terhadap kegiatan bisnis?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini secara umum bertujuan untuk menganalisis secara menyeluruh jawaban atas rumusan masalah yang dijabarkan di bawah ini.

1. Untuk mengetahui perilaku pedagang di Pasar Wisata Plaosan Kabupaten Magetan.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pedagang di Pasar Wisata Plaosan Kabupaten Magetan.
3. Untuk mengetahui dampak perilaku pedagang di Pasar Wisata Plaosan Kabupaten Magetan terhadap kegiatan bisnis.

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik yang bersifat teoritis maupun praktis, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan memberikann kontribusi positif bagi khasanah keilmuan dan pengembangan kajian teoritis. Penelitian ini dapat digunakan untuk mempelajari etika bisnis Islam dan bagaimana penerapannya dalam situasi tertentu terutama bagi masyarakat muslim yang berada di Pasar Wisata Plaosan dan juga diharapkan nantinya akan berguna sebagai bahan referensi dan masukan penting untuk penelitian selanjutnya, terutama bagi mahasiswa, dosen, pemerintah dan instansi terkait.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini memberikan informasi tambahan tentang etika bisnis Islam, yang akan membantu penulis lebih memahami topik dan mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana menerapkan prinsip-prinsip Islam dalam praktik bisnis mereka. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pedoman bagi seluruh pelaku usaha yang beroperasi di wilayah pasar, untuk membantu mereka dalam menjalankan prinsip-prinsip bisnis syariah.

E. Studi Penelitian Terdahulu

Titik Pramitasari. Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis (Studi Pada *Home Industry* Tenun Tikar Nies Collection). Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2019. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan jenis penelitian lapangan, dengan melakukan observasi dan wawancara. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan prinsip etika bisnis Islami oleh *home industry* tenun tikar Nies Collection dalam menghadapi persaingan bisnis. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa industri tenun tikar Nies Collection telah menerapkan empat prinsip etika bisnis Islami: tauhid, keseimbangan, kebebasan, dan tanggung jawab. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah, penelitian milik Titik Pramitasari ini melakukan penelitian tentang etika bisnis Islam dalam menghadapi persaingan bisnis pada *home industry*, sedangkan penelitian ini adalah etika bisnis Islam pada perilaku pedagang pasar. Sedangkan persamaannya adalah penelitian ini sama-sama meneliti tentang etika bisnis Islam dengan metode penelitian *field research* atau lapangan dan juga deskriptif kualitatif.⁴

Reni Widya Ningsih. Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Tokopedia. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif,

⁴ Titik Pramitasari, "Implementasi Etika Bisnis dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Studi pada Home Industri Tenun Tikar Nies Collection," *Skripsi* (Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2019), 39.

dimana data dikumpulkan melalui wawancara atau observasi dan *google forms*. Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan untuk mengetahui bagaimana pembeli dan penjual online di Tokopedia menerapkan etika bisnis dalam transaksi jual beli mereka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis dalam jual beli online di Tokopedia telah memenuhi rukun dan sejalan dengan etika bisnis Islami, namun masih ada sebagian pelanggan atau penjual yang merasa kecewa saat barang sampai dan tidak sesuai dengan gambar dan kualitasnya juga berbeda dengan aslinya. Perbedaan antara penelitian ini dan apa yang akan peneliti lakukan adalah, penelitian ini tentang transaksi jual beli online di Tokopedia, sedangkan penelitian yang akan saya lakukan pada pedagang pasar. Kesamaan antara penelitian ini dengan penelitian etika bisnis Islam lainnya terlihat jelas dalam penggunaan metode penelitian lapangan.⁵

Titin Zakiyah. Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Pada Toko Busana Muslim Galeri Yasmin Kabupaten Trenggalek). Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2017. Metode penelitian ini didasarkan pada teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Menurut prosedur kualitatif analisis data, yaitu pengumpulan data, analisis data sumber data, dan efektivitas data. Studi ini menemukan bahwa penerapan etika bisnis Islami dalam komunikasi pemasaran di toko busana muslim Galeri Yasmin selalu

⁵ Reni Widya Ningsih, , “ Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli Online di Tokopedia,” *skripsi* (Bandar Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020), 69.

mengutamakan kejujuran, kepercayaan dan fokus pada kualitas produk itu sendiri adalah penting. Ibu Dini, pemilik toko busana muslim Galeri Yasmin, lebih memilih perbankan berbasis syariah, yakni BRI syariah, untuk meminimalisir sistem bunga. Perbedaan penelitian ini yaitu, penelitian milik Titik Zakiyah ini melakukan penelitian tentang etika bisnis Islam dalam komunikasi pemasaran di toko busana muslim. Sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan yaitu tentang etika bisnis Islam pedagang pasar. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang etika bisnis Islam dan menggunakan metode yang sama.⁶

Nuri Arisa. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Rahmat Batik Lampung, Bandar Lampung). Institut Raden Intan Lampung, 2017. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi dari konsumen di Rahmat Batik Lampung dengan menggunakan kuesioner. Metode analisa yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji t (parsial), uji f (simultan) dan determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk, harga, tempat/saluran distribusi dan promosi berpengaruh terhadap tingkat penjualan, hal ini dapat dilihat berdasarkan perhitungan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$. Rahmat Batik Lampung, Bandar Lampung telah mengikuti prinsip-prinsip bisnis Islam dengan menerapkan bauran pemasaran yang menggabungkan prinsip-

⁶ Titin Zakiyah, "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Komunikasi Pemasaran Studi Kasus pada Toko Busana Muslim Galeri Yasmin Kabupaten Trenggalek," *skripsi* (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2017), 79.

prinsip tauhid, kebenaran, amanah dan keadilan. Studi ini menemukan bahwa bauran pemasaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat penjualan dalam etika bisnis Islam, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan mengenai implementasi etika bisnis Islam pedagang pasar dan juga metode yang digunakan berbeda. Kedua studi ini menyelidiki etika bisnis Islam.⁷

Susi Kurniasih. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Manajemen Pemasaran PT. Lautan Teduh Punggur. Institute Agama Islam Negeri Metro, 2018. Penelitian ini bersifat kualitatif dan deskriptif. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data wawancara dan dokumentasi untuk memperoleh informasi. Studi ini menemukan bahwa ada empat sistem manajemen pemasaran yang berbeda di PT. Punggur yang teduh adalah badan air besar yang terletak di bagian timur benua. Ada perencanaan yang ada di PT. Lautan Teduh Punggur membantu mempromosikan promo DP kepada konsumen agar lebih berpeluang untuk membelinya. Kedua, organisasi menugaskan karyawan ke peran mereka yang paling tepat berdasarkan keahlian mereka. Ketiga, kegiatan di PT. Lautan Teduh Punggur dapat ditambahkan ke jaringan. Keempat, memantau rencana untuk memastikan berjalan dengan baik dan memenuhi target penjualan. Dari tinjauan ke sistem manajemen etika bisnis Islam bukan sistem, ada etika bisnis Islam, yaitu rencana pelaksanaan promo DP murah) sehingga

⁷ Nuri Arisa, "Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Tingkat Penjualan dalam Perspektif Etika Bisnis Islam," *skripsi* (Bandar Lampung: IAIN Raden Intan Lampung, 2017), 109.

mempromosikan penerapan karena tidak ada unsur kejujuran dalam pelaksanaan promo tersebut. Perbedaan penelitian yang dilakukan Susi Kurniasih dengan penelitian ini adalah membahas tentang system manajemen pemasaran serta lokasi penelitian yang berbeda. Sedangkan persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang etika bisnis Islam dan juga menggunakan metode kualitatif deskriptif.⁸

F. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara mengumpulkan data untuk tujuan tertentu secara ilmiah. Dari data-data yang telah diperoleh, dapat digunakan sebagai dasar untuk penalaran, diskusi, atau perhitungan dalam sebuah penelitian ilmiah.

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan. Dengan jenis penelitian ini, peneliti mengkaji bagaimana etika bisnis Islami yang diterapkan di pasar wisata Plaosan.

Sedangkan pendekatan penelitian adalah deskriptif kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah metode penelitian yang berfokus pada pemahaman pengalaman subjek penelitian. Ini bisa melibatkan mempelajari perilaku, persepsi, dan motivasi mereka. Positivisme dan

⁸ Susi Kurniasih, “ Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Manajemen Pemasaran di PT. Lautan Teduh Pungur,” *skripsi* (Metro: IAIN Metro, 2018), 38.

kualitas konsep penelitian kualitatif lebih banyak digunakan untuk menyelidiki kondisi objek alam, bukan instrumen peneliti laboratorium, dan penggunaan teknologi pengumpulan data. Analisis data bersifat induktif/kualitatif dan hasil penelitian kualitatif lebih ditekankan dalam arti daripada digeneralisasikan.⁹

2. Kehadiran Peneliti

Penelitian kualitatif menunjukkan bahwa kehadiran peneliti di lapangan sangatlah penting. Peneliti merupakan sarana utama untuk mengkomunikasikan makna dan sekaligus sebagai sarana pengumpulan data. Oleh karena itu, peneliti harus terbuka dan terlibat dalam kehidupan orang-orang yang diteliti dengan cara yang menumbuhkan kepercayaan dan hubungan penelitian yang bermakna. Sehingga peneliti dalam penelitian ini langsung turun ke lapangan untuk memantau dan mengumpulkan data-data yang dibutuhkan. Peneliti melakukan penelitian di Pasar Wisata Plaosan untuk mengetahui lebih jauh tentang keadaan pasar di kawasan tersebut.

3. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, lokasi penelitian yang digunakan adalah di Pasar Wisata Plaosan yang beralamat di Jl. Raya Sarangan, Kelurahan Plaosan Kecamatan Plaosan, Kabupaten Magetan, Kode Pos 63361. Pasar Wisata Plaosan berada di lokasi yang sangat strategis, karena letaknya di pinggir jalan raya arah Sarangan menuju Kabupaten

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2015), 15.

Karanganyar Jawa Tengah. Pasar Wisata Plaosan merupakan salah satu pasar besar di wilayah Magetan sebelah barat. Pasar ini selain ramai pembeli dari masyarakat sekitar juga banyak wisatawan dari luar daerah yang mampir ke pasar ini untuk sekedar melihat-lihat atau membeli oleh-oleh.

4. Data dan Sumber Data

a. Data

Data merupakan sesuatu yang melekat pada suatu objek dan digunakan untuk memberi tahu kita informasi tentang objek tersebut. Pengumpulan data dapat dilakukan melalui metode atau instrumen pengumpulan data.¹⁰ Data yang diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Perilaku pedagang di Pasar Wisata Plaosan Kabupaten Magetan. Data tersebut bersumber dari hasil observasi, wawancara serta dokumentasi dari pihak terkait dari pedagang dan pembeli di Pasar Wisata Plaosan.
- 2) Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pedagang di Pasar Wisata Plaosan Kabupaten Magetan. Data tersebut bersumber dari hasil observasi, wawancara serta dokumentasi dari pihak terkait dari pedagang dan pembeli di Pasar Wisata Plaosan.

¹⁰ Haris Herdiansyah, *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups* (Jakarta: Rajawali Press, 2015), 11-12.

3) Dampak perilaku pedagang di Pasar Wisata Plaosan Kabupaten Magetan terhadap kegiatan bisnis. Data tersebut bersumber dari hasil observasi, wawancara serta dokumentasi dari pihak terkait dari pedagang dan pembeli di Pasar Wisata Plaosan.

b. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Adapun sumber data yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Sumber data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari lapangan. Adapun sumber data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara yang dilakukan dengan pengelola pasar, pembeli dan penjual di Pasar Wisata Plaosan Kabupaten Magetan.

2) Sumber data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung atau data data yang telah tersedia dan diperoleh dengan cara membaca, melihat dan mendengarkan. Adapun sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah buku data pedagang di Pasar Wisata Plaosan Kabupaten Magetan.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan berbagai sumber data dan merupakan suatu hal yang penting, teknik pengumpulan data ini akan digunakan

sebagai dasar untuk menyusun instrumen penelitian. Jika tidak tahu cara mengumpulkan data, maka tidak akan bisa mendapatkan data yang akurat.¹¹ Untuk itu, dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Metode Observasi

Penelitian kualitatif didasarkan pada observasi dan interpretasi data. Ini adalah bagian penting dari proses penelitian, dan dapat memberikan wawasan berharga tentang pengamatan dan pengalaman para peserta. Dengan mengamati aktivitas dan interaksi subjek penelitian, peneliti dapat mendokumentasikan dan merefleksikan pekerjaan mereka secara sistematis. Semua pengamatan yang dilakukan selama penelitian akan dicatat dan dapat dipertimbangkan dalam kaitannya dengan tema dan masalah yang diteliti.¹² Tahap observasi ini meliputi mengamati masalah dan detail-detail yang terkait. Setelah itu, mengidentifikasi aspek-aspek situasi yang menjadi fokus perhatian, pembatasan terhadap apa yang dapat dilihat dan diingat, dan pencatatan atas apa yang terjadi. Observasi membutuhkan kemampuan untuk melihat dan mendengar serta memahami apa yang peneliti coba pelajari dengan mengamati subjek/peristiwa/objek penelitian tanpa mempengaruhi perilakunya. Pada penelitian ini bentuk observasi yang dilakukan

¹¹ Ibid., 308.

¹² Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa* (Surakarta), 132 – 133.

peneliti dengan cara langsung mendatangi dan mencatat semua kegiatan ekonomi di Pasar Wisata Plaosan.

b. Metode Wawancara

Metode wawancara merupakan suatu cara penggalan data dari percakapan guna memenuhi suatu tujuan tertentu. Dua orang atau lebih terlibat dalam percakapan, dan tujuannya adalah untuk mengumpulkan informasi. Wawancara yang digunakan adalah wawancara terpimpin, artinya pewawancara menggunakan kerangka pertanyaan untuk memandu diskusi, yang menghemat waktu tetapi tidak menghalangi munculnya pertanyaan baru. Ini mengurangi keragaman dan pengulangan akuisisi data, tetapi tetap terlihat formal.¹³ Wawancara ini bertujuan untuk menggali data-data akurat yang ditujukan kepada pengelola pasar, pedagang dan juga pembeli terkait praktik bisnis atau jual beli para pedagang Pasar Wisata Plaosan dalam perspektif etika bisnis Islam.

c. Dokumentasi

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan, mengadakan, dan mengelola semua laporan kegiatan dengan metode *paperwork* secara sistematis-ilmiah dan terinformasi.¹⁴ Untuk memperoleh data dan informasi dapat melalui buku, arsip, dokumen, jurnal ilmiah, *website*, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan

¹³ Hadari Nawan dan M. Martini, *Instrumen Penelitian Bidang Sosial* (Yogyakarta: Gajah Mada University, 2012), 101.

¹⁴ Soedjono Trimo, *Pengantar Ilmu Dokumentasi*, Cet. Ke-1 (Bandung: Remaja Karya, 1981), 7.

serta keterangan yang dapat mendukung penelitian ini. Dokumentasi yang dikumpulkan oleh peneliti dipilih dan dipilah untuk diambil mana yang sesuai dengan fokus yang diteliti. Dokumen yang diambil dijadikan sebagai data pendukung penelitian. Agar hasil kajian dan penelitian yang dilakukan dapat disajikan lebih valid dan lebih lengkap. Pada penelitian ini peneliti mengumpulkan data dan informasi berupa catatan arsip yang berkaitan dengan penelitian. Data tersebut berupa bagan struktur organisasi pasar, foto wawancara pada saat melakukan kegiatan jual beli dan juga foto beberapa pengunjung atau wisatawan yang berasal dari luar daerah.

6. Teknik Pengolahan Data

Teknik pemrosesan data membantu memproses dan menganalisis data dengan cara tertentu. Data kualitatif dalam penelitian ini akan dideskripsikan secara berurutan, logis, dan efektif. Dalam pengolahan data, Miles dan Huberman mengatakan bahwa kegiatan analisis data kualitatif selalu bersifat interaktif dan berlanjut hingga selesai. Tahapan yang dilalui antara lain :

a. Reduksi Data

Mereduksi data berarti memusatkan perhatian pada aspek terpenting dari situasi tertentu dan meringkas informasi yang sesuai. Ini dapat dilakukan dengan mencari tema dan pola dalam

data, serta memilih detail utama yang paling penting.¹⁵ Untuk mempermudah analisis data, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas. Reduksi data merupakan gambaran yang lebih lengkap dan memudahkan peneliti mengumpulkan lebih banyak data.

b. Display

Setelah mereduksi data, langkah selanjutnya adalah menyajikannya dengan cara yang mudah dipahami. Miles dan Huberman menemukan bahwa teks naratif adalah format penyajian data yang paling sering digunakan dalam penelitian kualitatif. Menampilkan data akan membantu kami memahami apa yang terjadi dan merencanakan pekerjaan lebih lanjut berdasarkan informasi tersebut.

c. Menarik kesimpulan atau Verifikasi

Pada tahap ini merupakan tahap penarikan kesimpulan dari data yang diperoleh dari hasil penelitian. Temuan awal dari pengumpulan data ini masih bersifat sementara dan dapat berubah jika ditemukan lebih banyak bukti pada tahap pengumpulan data selanjutnya.¹⁶ Menurut Miles dan Huberman, proses analisis tidak bersifat satu dimensi tetapi bersifat interaktif, dengan aktivitas silih berganti antara reduksi, penyajian data, dan penarikan

¹⁵ Ibid, 2012, 92.

¹⁶ Sugiyono, 2014, 252.

kesimpulan atau verifikasi. Setelah validasi selesai, Anda dapat meringkas temuan dalam deskripsi. Kesimpulan dalam penelitian ini merupakan tahap akhir dari pengolahan data.

7. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses sistematis mencari, mengumpulkan, dan menganalisis data untuk memahaminya dan menggunakannya untuk menginformasikan orang lain. Analisis data mengorganisasikan data, membaginya menjadi unit-unit, mensintesiskannya, menempatkannya dalam pola-pola, memilih apa yang penting dan apa yang akan dipelajari, dan memberitahu orang lain. Hal ini dilakukan dengan membuat kesimpulan yang dapat ditemukan dalam penelitian.¹⁷

Dalam penelitian kualitatif ini, responden atau sumber data lain digunakan untuk menggambarkan masalah peristiwa. Para peneliti mencatat dengan cermat data yang mereka kumpulkan dari pengamatan dan wawancara mereka untuk memutuskan apakah itu layak. Kedua, data disusun sedemikian rupa sehingga mencerminkan topik penelitian yang telah diajukan sebelumnya. Ketiga, informan menggunakan interpretasi berdasarkan teori untuk mengorganisasikan data dan membuat hubungan atau generalisasi.

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2015), 334.

8. Pengecekan Keabsahan Data

Keabsahan data diperiksa untuk melihat apakah sudah akurat dan untuk melihat apakah data penelitian diperoleh dengan benar. Keabsahan data didasarkan pada kepercayaan (*credibility*), transferabilitas, ketergantungan dan kepastian. Moeleng berpendapat bahwa diperlukan suatu metode untuk memastikan validitas data dalam penelitian ini. Untuk mendukung validitas temuan, perlu dipertimbangkan kredibilitasnya dengan menggunakan teknik berikut:

a. Ketekunan Pengamatan

Pemantauan terus menerus dilakukan dengan cara mengamati dan membaca secara cermat sumber data penelitian sehingga dapat diketahui data yang diperlukan. Hasil penelitian deskriptif dapat disampaikan secara akurat melalui proses merinci dan menyimpulkan.

b. Triangulasi

Triangulasi merupakan pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data untuk keperluan pengecekan atau pembandingan terhadap data itu.¹⁸ Triangulasi objek dicapai dengan beberapa data dari hasil tes tertulis dan wawancara data yang diperoleh dibandingkan untuk menguji beberapa keaslian data. Studi ini triangulasi sumber data dengan

¹⁸ Lexy J Moloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006), 178.

membandingkan dan memeriksa kembali tingkat kepercayaan informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. Peneliti menggunakan data dari pengamatan pedagang untuk membandingkannya dengan data dari wawancara untuk memahami bagaimana pedagang dengan hasil wawancara.

c. Pendiskusian melalui Teman Sejawat

Teknik ini dilakukan dengan cara mengekspos hasil sementara atau hasil akhir yang diperoleh dalam bentuk diskusi analisis dengan rekan-rekan sejawat. Teknik ini mengandung beberapa maksud sebagai salah satu teknik pemeriksaan data. Pertama, untuk membuat peneliti tetap mempertahankan sikap terbuka dan kejujuran. Kedua, diskusi dengan sejawat ini memberikan suatu kesempatan awal yang baik untuk mulai menjajaki dan menguji hipotesa kerja yang muncul dari pemikiran peneliti. Teman sejawat yang dimaksud disini adalah teman kuliah dan kakak tingkat yang lebih paham terkait masalah yang diteliti dan dosen yang lebih paham dan mengerti tentang metodologi penelitian kualitatif.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan sangat diperlukan untuk menyelesaikan tugas-tugas yang telah ditetapkan, oleh karena itu sesuai dengan tugas yang dihadapi peneliti dibagi menjadi 5 (lima) bab, yaitu:

Bab I yaitu pendahuluan, bagian ini berisi tentang gambaran umum untuk memberikan pola pemikiran secara keseluruhan terhadap skripsi ini yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, studi penelitian terdahulu, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II membahas tentang landasan teori Etika Bisnis Islam yang digunakan peneliti untuk menganalisis permasalahan-permasalahan dalam penelitian. Dalam bab ini diungkapkan mengenai teori bisnis, etika bisnis Islam, pedagang, pasar serta dampak.

Bab III membahas tentang paparan data yang meliputi gambaran umum Pasar Wisata Plaosan, Perilaku Pedagang Di Pasar Wisata Plaosan, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pedagang di Pasar Wisata Plaosan dan Dampak Perilaku Pedagang di Pasar Wisata Plaosan terhadap Kegiatan Bisnis.

Bab IV berisi tentang analisis data dan pembahasan mengenai data yang telah diperoleh yakni tentang perilaku pedagang di Pasar Wisata Plaosan, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pedagang di Pasar Wisata Plaosan dan Dampak Perilaku Pedagang di Pasar Wisata Plaosan terhadap Kegiatan Bisnis.

Bab V merupakan bab penutup akhir dari pembahasan dari bab satu sampai bab empat. Bab ini dimaksudkan untuk memudahkan pembaca memahami intisari penelitian yang berisi kesimpulan dari pembahasan yang

intinya merupakan jawaban dari pokok permasalahan yang dirumuskan serta memuat kritik dan saran.



BAB II

ETIKA BISNIS ISLAM

A. Bisnis

Bisnis merupakan pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Menurut arti dasarnya bisnis memiliki makna sebagai *the buying and selling of goods and services*¹. Bisnis juga dipahami sebagai kegiatan usaha individu (*privat*) yang terorganisasi atau melembaga, untuk menghasilkan dan menjual barang atau jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Bisnis dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan (*profit*), mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, pertumbuhan social, dan tanggung jawab sosial.

Kata bisnis dalam al-Quran biasanya yang digunakan adalah *al-tijarah*, *al-bai'*. Tetapi yang seringkali digunakan yaitu *al-tijarah* yang bermakna berdagang atau berniaga yang artinya pertukaran sesuatu dengan sesuatu. . Ia merupakan sebuah nama yang mencakup pengertian terhadap kebalikannya yakni *al-syira'* (membeli). Demikianlah *al-bai'* sering diterjemahkan dengan “jual beli”.²

Aktivitas dalam bisnis umumnya memiliki tujuan menghasilkan laba untuk kelangsungan hidup serta mengumpulkan cukup dana bagi pelaksanaan kegiatan pelaku bisnis. Dalam konteks yang lebih sempit, masyarakat awam

¹ Ika Yunia Fauzi, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta : Kencana Prenadamedia Group, 2013), 4.

² Ghufron A. Masadi, *Fiqh Muamalah Kontekstual* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), 119.

seringkali menghubungkan bisnis dengan usaha, perusahaan atau suatu organisasi yang menghasilkan dan menjual barang serta jasa. Sedangkan seorang pebisnis dikaitkan dengan pedagang, pengusaha, usahawan atau orang yang bekerja dalam bisnis, serta orang yang menjalankan perusahaan atau industri komersial.³

Bisnis Islami merupakan serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuk yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dalam agama Islam dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan harta perolehannya sesuai dengan aturan halal dan haram. Setiap manusia memerlukan harta untuk memenuhi kebutuhannya. Karenanya manusia berusaha untuk memperoleh harta kekayaan itu, salah satunya dengan bekerja, sedangkan salah satu bagian dari bekerja adalah berbisnis.

Bisnis dalam pandangan Al-Qur'an mempunyai visi masa depan yang tidak semata-mata mencari keuntungan sesaat, melainkan mencari keuntungan yang baik dan berakibat baik pula bagi sesudahnya. Norma ini yang telah disebutkan dalam beberapa sabda Nabi Muhammad, antara lain "Barang siapa melakukan monopoli, maka dia adalah pendosa" (HR Muslim). "Barang siapa menimbun bahan makanan selama empat puluh malam, maka Allah akan berlepas darinya" (HR Ahmad).

³ I Gusti Ketut Purnaya, *Ekonomi dan Bisnis* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016), 1-2.

B. Etika Bisnis Islam

Etika atau moral dalam Islam merupakan buah dari keimanan, keislaman dan ketakwaan yang didasarkan pada keyakinan yang kuat pada kebenaran Allah SWT. Islam diturunkan Allah pada hakikatnya adalah untuk memperbaiki akhlak atau etika yang baik.⁴ Etika sangat mempengaruhi kehidupan manusia, karena etika memberikan manusia orientasi bagaimana ia menjalani hidupnya melalui rangkaian tindakan sehari-hari. Etika bisnis Islam merupakan akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar. Nilai etik, moral, susila atau akhlak adalah nilai-nilai yang mendorong manusia menjadi pribadi yang utuh. Setiap orang boleh mempunyai seperangkat pengetahuan tentang nilai, tetapi pengetahuan yang mengarahkan dan mengendalikan perilaku orang Islam hanya ada dua yaitu Al-Quran dan hadis sebagai sumber segala nilai dan pedoman dalam setiap sendi kehidupan termasuk dalam bisnis.

Prinsip umum etika bisnis ialah karakter bisnis yang sangat menentukan sukses tidaknya sebuah bisnis yang mana harus dimiliki pebisnis apalagi pebisnis muslim yang menghendaki kesuksesan dalam berbisnis.⁵ Prinsip-prinsip dasar dalam etika bisnis Islam antara lain:

⁴ Sofyan S. Harapan, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 70.

⁵ Muhammad Amin Suma, *Menggali Akar Menggali Serat Ekonomi dan Keuangan Islam*, (Tangerang: Kholam Publishing, 2008), 309.

a. Prinsip Kesatuan (*Tauhid/Unity*)

Konsep tauhid merupakan dimensi vertical Islam, sekaligus horizontal yang memadukan segi politik, sosial ekonomi kehidupan manusia menjadi kebulatan yang homogen dan konsisten dari dalam dan luas sekaligus terpadu dengan alam luas. Dari konsepsi ini, maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini maka pengusaha muslim dalam melakukan aktivitas bisnis harus memperhatikan tiga hal yaitu⁶ *pertama*, tidak melakukan diskriminasi terhadap pekerja, penjual, pembeli dan mitra kerja atas dasar pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin atau agama. *Kedua*, tidak terpaksa atau dipaksa melakukan praktik-praktik bisnis yang tidak sesuai dengan aturan, karena hanya Allah yang paling ditakuti dan dicintai. *Ketiga*, tidak menimbun kekayaan atau serakah karena hakikatnya kekayaan merupakan amanah Allah. Landasan tauhid ini bertitik tolak pada keridhoan Allah, tata cara yang dilakukan sesuai dengan syariah agama Islam. Kegiatan bisnis dan distribusi diikatkan pada prinsip dan tujuan ilahiyah.⁷

b. Prinsip Keseimbangan / Keadilan (*Equilibrium*)

Kebutuhan akan sikap keseimbangan atau keadilan ini ditekankan oleh Allah dengan menyebut umat Islam sebagai *ummatan wasathan*⁸ yang artinya umat yang memiliki kebersamaan, kedinamisan dalam gerak,

⁶ Rafiq Issa Beekun, *Islamic Business Ethic*, (Virginia: International Institute of Islamic Thought, 1997), 20-23.

⁷ Muslich, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Ekosian, 2004), 30.

⁸ *Ibid.*, 23.

arah dan tujuannya serta memiliki aturan-aturan kolektif yang berfungsi sebagai penengah atau pembenar. Dengan demikian keseimbangan, kebersamaan dan kemoderatan merupakan prinsip etis mendasar yang harus diterapkan dalam aktivitas maupun entitas bisnis. Seperti yang telah dijelaskan bahwa pembelanjaan harta benda (pendayagunaan harta benda) harus dilakukan dalam kebaikan atau jalan Allah dan tidak pada sesuatu yang dapat membinasakan diri. Harus menyempurnakan takaran dan timbangan dengan neraca yang benar.

c. Prinsip Kehendak Bebas (*Freewill*)

Manusia sebagai khalifah di muka bumi sampai batas-batas tertentu mempunyai kehendak bebas untuk mengarahkan kehidupannya pada tujuan yang akan dicapainya. Manusia dianugerahi kehendak bebas (*freewill*) untuk membimbing kehidupannya sebagai khalifah. Berdasarkan aksioma kehendak bebas ini, dalam bisnis manusia mempunyai kebebasan untuk membuat aktivitas bisnis tertentu, berkreasi mengembangkan potensi bisnis yang ada. Dengan hal tersebut manusia diberi keleluasaan untuk memanfaatkan segala sumber daya yang dimiliki. Manusia bebas berkreasi, melakukan transaksi, melakukan bisnis dan berinvestasi dengan anugerah yang diberikan Allah berupa kemampuan dasar spiritual, akal budi dan *insting*. Dengan adanya kebebasan berkehendak maka mekanisme pasar dan perekonomian akan terjadi.⁹

⁹ Adiwarman A Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 43.

d. Prinsip Tanggungjawab (*Responsibility*)

Segala kebebasan dalam melakukan bisnis oleh manusia tidak lepas dari pertanggungjawaban yang harus diberikan atas aktivitas yang dilakukan sesuai dengan apa yang ada dalam Al-Quran “Tiap-tiap diri bertanggungjawab atas apa yang telah diperbuatnya.” Pertanggungjawaban ini secara mendasar akan mengubah perhitungan ekonomi dan bisnis karena segala sesuatunya harus mengacu pada keadilan.

Hal ini diimplementasikan minimal pada tiga hal yaitu *pertama*, dalam menghitung margin, keuntungan nilai upah harus dikaitkan dengan upah minimum yang secara sosial dapat diterima oleh masyarakat. *Kedua*, *economic return* bagi pemberi pinjaman modal harus dihitung berdasarkan pengertian yang tegas bahwa besarnya tidak dapat diramalkan dengan probabilitas nol dan tak dapat lebih dahulu ditetapkan (seperti sistem riba). *Ketiga*, Islam melarang semua transaksi dengan istilah *gharar* (penipuan).¹⁰ Tanggung jawab dalam bisnis harus diterapkan secara transparan, jujur, optimal dalam segala urusannya.¹¹

e. Prinsip Ihsan (Kebajikan/Kebenaran)

¹⁰ Syed Nawab Naqvi, *Etika dan Ilmu Ekonomi Suatu Sintesis Alami*, terj. Husin Anis, (Bandung: Mizan, 1993), 103-104.

¹¹ Ahmad Nur Zaroni, *Bisnis dalam Perspektif Islam* (Telaah Aspek Keagamaan dalam Kehidupan Ekonomi), *Mazahib*, Vol.IV, No. 2, Desember 2007. 181.

Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku yang benar, yang meliputi proses akad (transaksi), proses mencari atau memperoleh komoditas proses pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan margin keuntungan (laba). Proses transaksi melalui media takaran dan timbangan merupakan salah satu hal mendasar untuk membangun dan mengembangkan perilaku bisnis yang baik. Suatu bisnis pasti membutuhkan suatu alat ukur atau timbangan, oleh karena itu Al-Quran menekankan adanya kebenaran dalam pengertian ukuran dan timbangan yang benar. Hal ini secara jelas telah diteladankan oleh Nabi Muhammad yang juga merupakan pelaku bisnis yang sukses. Dalam menjalankan bisnisnya, Nabi tidak pernah sekalipun melakukan kebohongan, penipuan atau menyembunyikan kecacatan suatu barang. Sebaliknya Nabi mengharuskan agar bisnis dilakukan dengan kebenaran dan kejujuran.¹²

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 lingkungan sekitarnya. 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 pikiran dan kepercayaannya.

¹² M. Quraish Shihab, *Etika Bisnis dalam Wawasan Al-Quran*, Jurnal Ulumul Quran. No. 3/VII, 8.

Perilaku pedagang juga merupakan sebuah sifat yang dimiliki oleh setiap pedagang, untuk menangkap reaksi yang telah diberikan oleh lingkungan terhadap keadaan yang telah terjadi sekarang. Teori kepribadian tentang faktor-faktor dalam diri individu dan kejadian-kejadian di lingkungannya merupakan hal yang penting sehingga dapat mempengaruhi perilaku.¹³ Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku pedagang, yakni ada faktor internal dan faktor eksternal, berikut penjelasannya:

1. Faktor Internal

Menurut McClelland dalam Alma (2007) menyatakan bahwa faktor internal merupakan aspek-aspek yang menyangkut kepribadian yang dimiliki oleh seseorang pengusaha/wirausaha yang memiliki keinginan untuk berprestasi tinggi dibandingkan orang yang tidak berwirausaha. Hal lain disampaikan oleh Stewart yang menyatakan bahwa faktor internal berasal dari diri wirausahawan yang berupa sifat-sifat personal, sikap, kemauan dan kemampuan individu sehingga dapat memberikan kekuatan individu dalam berwirausaha.

Faktor internal dapat juga diartikan sebagai faktor individual atau personal yang dapat dipengaruhi oleh adanya pengalaman hidup dari kecil sampai dewasa. Faktor individu bisa berasal dari motivasi dalam diri seseorang. Segenap pikiran emosi dan persoalan dari dalam diri

¹³ Daniel Cervonne dan Lawrence, *Kepribadian Teori dan Penelitian Edisi 10 Buku 1*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2011), 27.

seseorang yang mempengaruhi niat sehingga tidak dapat dipusatkan juga merupakan salah satu dari faktor internal.

Faktor-faktor internal dalam mengembangkan usaha, berdagang maupun berbisnis antara lain sebagai berikut:

a) Motivasi

Tercapainya tujuan usaha membutuhkan motif-motif untuk mendorong dan memberikan semangat dalam menjalankan aktivitas pekerjaan. Motif tersebut meliputi motif kreatif dan inovatif yang dapat memotivasi seorang individu dalam menyampaikan pemikirannya secara spontan dalam menghadapi sebuah perubahan dalam memberikan alternative yang berbeda dari yang lain. Motivasi untuk menjadi seorang wirausaha biasanya muncul dengan sendirinya, motivasi tersebut antara lain dimana seseorang dalam bekerja pasti ingin mendapatkan laba atau keuntungan, mereka memiliki kebebasan dalam mengatur waktu, mereka dengan bebas mencapai standar hidup yang diharapkannya.¹⁴

b) Pengalaman

Pengalaman diartikan sebagai sesuatu yang pernah seseorang alami, di jalan maupun dirasakan baik sudah lama atau baru saja terjadi. Pengalaman tersebut dapat sebagai pedoman hidup serta pembelajaran bagi manusia yang mengalami maupun orang lain.

Kebutuhan akan pengalaman merupakan sesuatu yang harus dicari

¹⁴ Basrowi, *Kewirausahaan*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 67.

sebanyak mungkin. Kurang pengalaman dalam hal bisnis/wirausaha adalah suatu hal yang wajar tetapi pengalaman harus terus dipupuk. Menurut Kristanto (2009:18) dalam Fiki, pengalaman adalah guru terbaik, kompetensi hanya dapat dicapai dalam jangka panjang.¹⁵ Adakalanya kurang pengalaman dalam hal bergaul, memahami orang, memahami komunitas, hukum dan aturan lain dalam kehidupan bisnis menjadi sumber kegagalan dalam berbisnis.

c) Kepribadian

Kepribadian merupakan ciri khas seseorang dalam berpikir, merasakan dan berperilaku yang relative stabil dan dapat diperkirakan.¹⁶ Kepribadian meliputi segala perilaku dan sifat yang khas dan dapat diperkirakan pada diri seseorang, yang digunakan untuk bereaksi dan menyesuaikan diri terhadap rangsangan, sehingga tingkah lakunya merupakan satu kesatuan fungsional yang khas bagi individu tersebut.

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal mencakup pemahaman berbagai faktor di luar diri individu. Faktor eksternal merupakan faktor di luar kendali yang dapat mempengaruhi pilihan dalam berusaha mengenai arah dan tindakan, yang pada akhirnya juga mempengaruhi struktur organisasi. Hal ini dapat mempengaruhi kegiatan di lingkungan tempat usahanya. Faktor-faktor

¹⁵ Fiki, "Pengaruh Pengalaman Berwirausaha dan Latar Belakang Pendidikan Terhadap Karakteristik Wirasaha", (Universitas Negeri Semarang: 2017).

¹⁶ Dorland, Newman, *Kamus Kedokteran Dorland*. Edisi 29 (Jakarta: EGC, 1765, 2002).

dalam mengembangkan usaha, berdagang maupun berbisnis antara lain:¹⁷

a. Ancaman masuknya pedagang baru (pesaing)

Adanya pendatang baru dapat membuat suatu lingkungan usaha yang sudah ada sebelumnya menjadi lebih efektif dan efisien serta saling belajar untuk bersaing dalam lingkungan yang baru. Kemungkinan dari adanya pedagang baru akan menimbulkan dua faktor yaitu hambatan dan relasi. Apabila hambatan-hambatan untuk masuk tergolong tinggi dan pendatang baru mendapatkan reaksi yang baik dari pedagang lama, maka pendatang tersebut tidak akan menimbulkan suatu ancaman yang serius, begitu juga sebaliknya.

b. Pemasok

Dalam melakukan suatu kegiatan bisnis tentu akan mencari pemasok yang bermutu dan efisiensinya dapat dipertahankan karena perkembangan pemasok dapat memberikan pengaruh yang sangat penting terhadap pelaksanaan kegiatan berwirausaha. Pemasok berpengaruh dalam kegiatan usaha, namun pemasok juga dapat menjadi ancaman dalam suatu usaha sebab pemasok dapat menaikkan harga produk yang dijual atau mengurangi kualitas produk yang ditawarkan. Jika hal itu terjadi maka akan mengurangi kepuasan konsumen yang membeli barang tersebut.

¹⁷ Eddy Yunus, *Manajemen Strategis*, (CV Andi Offset: Yogyakarta, 2016), 62.

c. Sosial Ekonomi

Hal ini berpengaruh terhadap penentuan jumlah permintaan produk dan besarnya biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk yang dijualnya. Kondisi usaha, pengaruh iklim dan cuaca, pengaruh lingkungan social dapat membantu atau memperlambat tujuan usaha, seperti munculnya inflasi, besarnya tingkat pajak yang harus dibayarkan dan tingkat pendapatan masyarakat. Hal tersebut tentunya bisa mempengaruhi perilaku pedagang.

D. Pasar

Pasar adalah sebuah mekanisme pertukaran barang dan jasa yang alamiah dan telah berlangsung sejak peradaban awal manusia. Menurut Philip Kotler pasar terdiri dari konsumen/pelanggan potensial yang mempunyai kebutuhan dan keinginan tertentu yang ingin dan mampu dipenuhi, sehingga dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan tersebut.¹⁸ Di dalam pasar kedua pihak antara pembeli dan penjual mendapat manfaat dari adanya transaksi. Pihak pembeli mendapat barang yang diinginkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhannya sedangkan penjual mendapat imbalan pendapatan yang selanjutnya digunakan untuk membiayai aktivitasnya sebagai pelaku ekonomi produksi atau pedagang.

Pasar merupakan salah satu bagian penting bagi sebagian masyarakat Indonesia. Penduduk yang kurang mampu yang menggantungkan kehidupannya pada pasar terbilang tidak sedikit. Menjadi penjual yang

¹⁸ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT Grafindo Persada, 24), 98.

menjual produk di pasar merupakan pekerjaan alternatif yang dilakukan masyarakat di tengah banyaknya pengangguran yang terjadi di Indonesia.

Peranan ekonomi Islam dalam mekanisme pasar menyumbangkan andil yang sangat penting di tengah kondisi perekonomian bangsa Indonesia. Praktek pasar harus ditampilkan nilai-nilai yang sesuai dengan norma yang telah dibenarkan. Dari sini moralitas atau etika Islami harus punya peranan yang akan membentuk arah, cara dan penyelesaian pemenuhan kebutuhan para pelaku pasar. Dengan demikian, para pelaku pasar akan bertindak sesuai dengan kaidah nilai atau etika Islam yang ada.

E. Dampak

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI: 2010), pengertian dampak adalah benturan, pengaruh yang mendatangkan akibat baik positif maupun negative. Pengaruh adanya daya yang ada dan timbul dari suatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang. Dampak merupakan kajian mengenai dampak besar yang membawa perubahan pada lingkungan. Prof. Otto Soemarwoto menggunakan istilah tersebut dengan analisis dampak yang merujuk pada perubahan lingkungan. Istilah tersebut menunjukkan pada pengertian dampak dan perubahan perlu dikaji (dianalisis) lebih dahulu secara seksama berdasarkan kajian ini akan dapat diidentifikasi dampak-dampak yang timbul, baik yang bermanfaat maupun yang merugikan bagi kehidupan manusia.¹⁹ Secara

¹⁹ Saihaan S.H.T, Hukum Pembangunan dan Ekologi Pembangunan Edisi 2 (Jakarta: Erlangga, 2004).

sederhana dampak merupakan pengaruh atau akibat. Dalam setiap keputusan yang diambil oleh seseorang biasanya mempunyai dampak tersendiri, baik itu dampak positif maupun dampak negative.

Dampak juga bisa merupakan proses lanjutan dari sebuah pelaksanaan pengawasan internal. Dampak positif merupakan keadaan yang dipertahankan melalui usaha-usaha yang sadar bila sesuatu terjadi pada dirinya supaya tidak membelokkan fokus mental seseorang pada yang negative. Bagi orang yang berpikiran positif mengetahui bahwa dirinya sudah berpikir buruk maka ia akan segera memulihkan dirinya. Jadi dampak positif juga merupakan keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya yang baik. Sedangkan dampak negative merupakan keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya yang buruk dan menimbulkan akibat tertentu.

BAB III

PAPARAN DATA

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil Pasar Wisata Plaosan

Kecamatan Plaosan merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Magetan yang terkenal dengan produksi sayurannya. Kondisi tanah yang cukup subur dan cocok digunakan untuk lahan pertanian sehingga tidak heran jika mayoritas masyarakat di Kecamatan Plaosan bekerja sebagai petani sayur dan buah. Hampir semua jenis sayuran dapat tumbuh di Kecamatan Plaosan, sehingga daerah tersebut memiliki potensi yang layak untuk dikembangkan lebih baik lagi.

Salah satunya terdapat Pasar Wisata Plaosan yang merupakan sebuah pasar yang terletak di kaki Gunung Lawu, Kecamatan Plaosan, Kabupaten Magetan, Provinsi Jawa Timur. Lokasi Pasar Wisata Plaosan tepatnya berada di Jl. Raya Sarangan, yang sangat strategis karena berada di pinggir jalan utama jalur wisata menuju obyek wisata yang ada di daerah tersebut seperti kebun strawberry, Telaga Sarangan, Telaga Wahyu atau Telaga Urung, Cemoro Sewu dan Tawangmangu. Pasar ini merupakan salah satu pasar tradisional yang cukup besar sekaligus menjadi pasar wisata dan terminal angkutan desa maupun angkutan antar kota antar provinsi. Pasar Wisata Plaosan berada di bawah naungan UPTD Pasar Plaosan yang beroperasi setiap hari mulai pukul 04.00-16.00 WIB, kecuali H+1 lebaran pasar ini selalu tutup atau biasa masyarakat sekitar menyebutnya pasar mati.

Mayoritas pedagang di pasar tersebut adalah masyarakat dari wilayah Kecamatan Plaosan dan sekitarnya. Seperti pasar pada umumnya, Pasar Wisata Plaosan menyediakan berbagai kebutuhan masyarakat sehari-hari yang tidak hanya sayur dan buah saja, akan tetapi ada kebutuhan bahan pokok seperti beras, gula, minyak, ikan, daging, pakaian, perabotan rumah tangga dan lain sebagainya. Pasar Wisata Plaosan memiliki luas lahan kurang lebih 11687 m². Ada banyak penjual di Pasar Wisata Plaosan ini, yakni sekitar 600 pedagang.¹

Batas-batas kawasan Pasar Wisata Plaosan adalah sebagai berikut:

- Sebelah Utara : Berbatasan dengan Lingkungan Sale Ndompyong dan Kebun Bunga Refugia.
- Sebelah Timur : Berbatasan dengan Jl. Raya Sarangan dan Desa Buluharjo
- Sebelah Selatan : Berbatasan dengan pertokoan dan rumah penduduk Kelurahan Plaosan.
- Sebelah Barat : Berbatasan dengan lapangan Plaosan.

¹ Supri, *Wawancara*, 10 Februari 2022.

2. Data jumlah pedagang di Pasar Wisata Plaosan

Jumlah pedagang di pasar wisata Plaosan ini sekitar 600 pedagang.

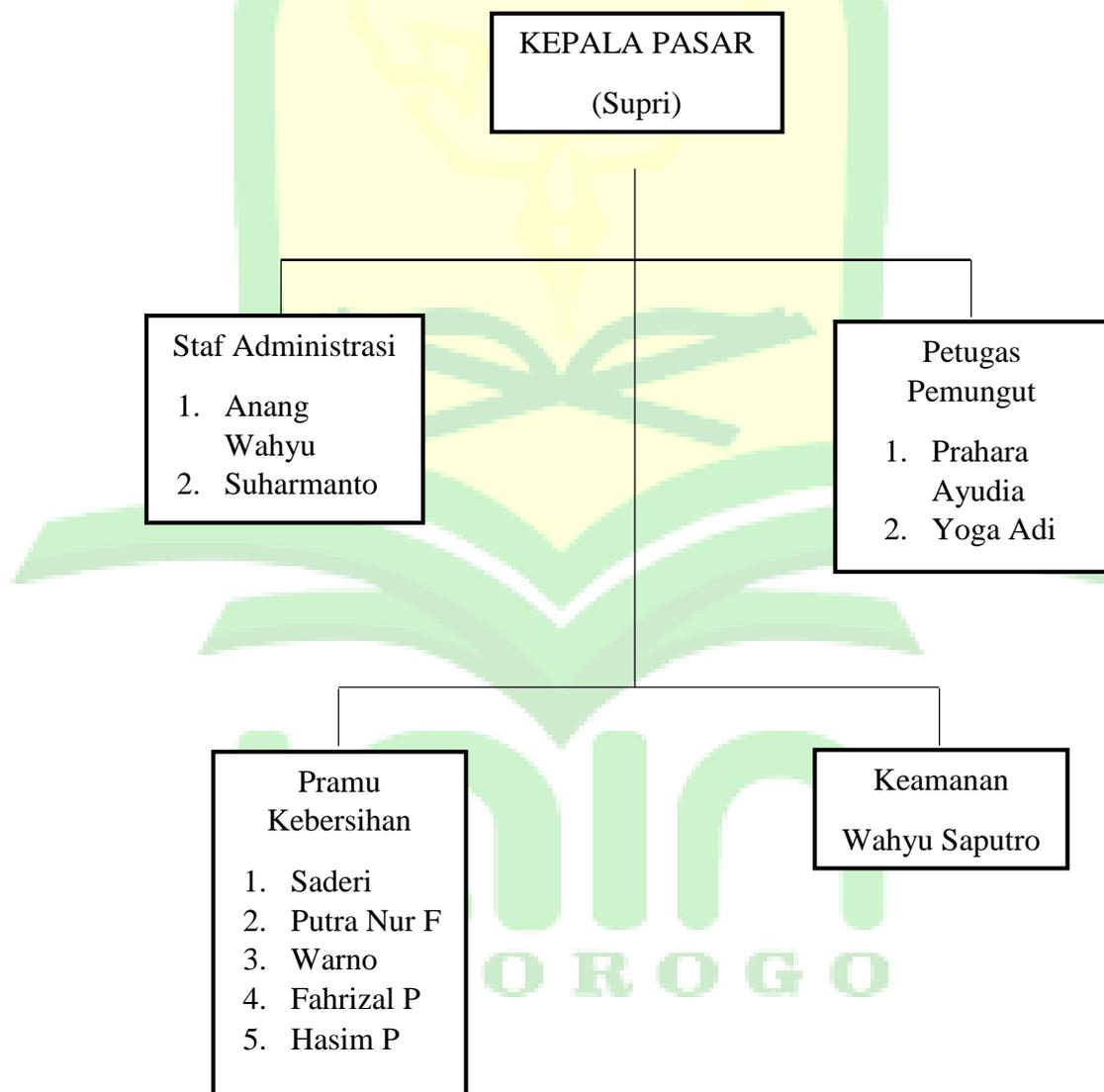
Peneliti mengambil beberapa pedagang dari 600 pedagang Pasar Wisata Plaosan sebagai informan yang akan mewakili mayoritas pedagang di pasar tersebut.

No	Nama	Alamat	Jenis Usaha	Jenis Kelamin
1	Suyatmi	Nglaran, Plaosan	Sembako	Perempuan
2	Sarah	Dele, Buluharjo	Sembako	Perempuan
3	Bonem	Doan, Pacalan	Sayur Mayur	Perempuan
4	Siti	Tawing, Puntukdoro	Buah-buahan	Perempuan
5	Yeni	Buket, Bulugunung	Buah-Buahan	Perempuan
6	Mur	Pait, Buluharjo	Daging ayam potong	Perempuan
7	Warsinah	Sale, Plaosan	Gerabah	Perempuan
8	Sudarsih	Klinggan, Pacalan	Snack	Perempuan
9	Sri	Plaosan	Daging sapi	Perempuan
10	Hartini	Sale	Lempeng	Perempuan
11	Roni	Klaten	Sembako	Laki-laki
12	Rutmiati	Dele, Buluharjo	Sembako	Perempuan
13	Soni	Sale	Sayur	Perempuan

Tabel 3.1

3. Struktur Organisasi Pasar Wisata Plaosan

Demi terciptanya kinerja yang baik, diperlukan adanya pembagian kerja. Struktur organisasi diperlukan agar lebih mudah mengkoordinasikan tugas dan tanggung jawab masing-masing pihak. Pasar Wisata Plaosan adalah sebuah organisasi yang menaungi usaha-usaha yang berhubungan dengan pasar tersebut. Hal ini dibagi menjadi beberapa bagian masing-masing dengan tanggung jawab sendiri, antara lain sebagai berikut:



Gambar di atas menggambarkan tentang struktur organisasi atau pengelola Pasar Wisata Plaosan. Pada setiap bagiannya memiliki tugas tertentu yang berbeda-beda, adapun tugas dari masing-masing adalah sebagai berikut :

a. Kepala Pasar

- 1) Mengkoodinasikan pelaksanaan tugas di bidang kepegawaian, administrasi dan pengelolaan pasar.
- 2) Menyusun rencana program kerja
- 3) Melaksanakan kegiatan pengawasan, pengendalian dan mengevaluasi pelaksanaan tugas bawahan.
- 4) Melaksanakan amanah yang telah diberikan oleh kepala dinas sesuai dengan bidang tugasnya.

b. Staf Administrasi

- 1) Merencanakan pengelolaan administrasi umum.
- 2) Memberikan pelayanan terhadap kebutuhan sarana prasarana UPTD pengelola pasar.
- 3) Melaporkan hasil pelaksanaan tugas/kegiatan kepada atasan.
- 4) Melaksanakan tugas sesuai dengan bidang tugasnya.

c. Petugas Pemungut

- 1) Melaksanakan penerimaan dan penagihan retribusi sesuai peraturan yang berlaku.
- 2) Melaporkan hasil pelaksanaan kepada atasan.

d. Pramu Kebersihan

- 1) Merencanakan serta melaksanakan penyediaan peralatan dan perlengkapan kebersihan pasar.
- 2) Melakukan tugas menjaga kebersihan di lingkungan pasar wilayah kerjanya.

e. Petugas Keamanan

- 1) Melaksanakan tugas menjaga keselamatan dan keamanan di lingkungan kerja.
- 2) Membantu kepentingan secara umum.

4. Sarana dan Prasarana Pasar Wisata Plaosan

a. Bangunan di Pasar Wisata Plaosan

- 1) Gedung Pasar
- 2) Toko Kios
- 3) Los/Dasaran Terbuka
- 4) Pos Keamanan

b. Fasilitas Umum

- 1) Kantor pengelola
- 2) Kamar mandi / toilet
- 3) Tempat ibadah/Musholla
- 4) Pos Keamanan
- 5) Tempat parkir
- 6) TPA (Tempat Pembuangan Akhir)
- 7) Area bongkar muat/terminal

- 8) Saluran pembuangan air
- 9) Instalasi listrik

B. Perilaku Pedagang di Pasar Wisata Plaosan

Dalam perdagangan, pelaku usaha dan konsumen sama-sama memiliki kebutuhan dan kepentingan. Pelaku usaha harus bertanggung jawab atas tindakan mereka dan dampaknya terhadap konsumen, karyawan, masyarakat dan lingkungan dalam semua aspek operasi bisnis mereka. Setelah melakukan pengamatan langsung dan wawancara dengan beberapa informan di Pasar Wisata Plaosan, dalam penelitian ini penulis mengambil beberapa informan dari pedagang dan pembeli. Berdasarkan prinsip Etika Bisnis Islam.

Terkait dengan prinsip keesaan (tauhid), pada prinsip ini setiap makhluk harus taat kepada Allah SWT. Dari konsep ini mengintegrasikan Aspek agama dari kebijakan yang diusulkan ini akan menekankan aspek-aspek seperti ekonomi yang akan mendorong masyarakat untuk lebih konsisten dan selalu merasa diawasi oleh Allah SWT. Dalam hal ini juga tidak terdapat tindakan memaksa atau terpaksa dalam melakukan hal tersebut. Hal ini dilakukan oleh salah satu informan bernama Bu Suyatmi, seorang pedagang sembako beliau mengatakan bahwa:

Kalau ditanya seperti itu, saya selaku pemilik usaha ini ya lebih mementingkan untuk melaksanakan kewajiban beribadah dulu apabila sudah masuk waktunya mbak. Kebetulan yang bekerja disini keluarga saya sendiri ada anak dan adik ipar saya, nanti kalau sholat ya gantian tidak ditinggal gitu saya. Saya imbangi juga dengan bersedekah, karena setahu saya sedekah itu tidak akan membuat kita

rugi. Dan saya juga percaya mbak kalau rejeki itu sudah ada yang ngatur.²

Hal tersebut beliau lakukan atas kesadaran hati nurani tanpa ada pemaksaan dari orang lain. Namun, lain halnya yang disampaikan oleh Ibu Sarah yang juga pedagang sembako, beliau mengatakan bahwa terkadang lebih mementingkan melayani pembeli dahulu baru setelah itu beliau melaksanakan ibadah sholat walaupun waktunya tidak tepat, beliau tetap tidak meninggalkan. Data tersebut diperkuat dengan hasil observasi pada tanggal 16 Februari 2022, beberapa pedagang terlihat shalat di masjid pasar pada waktu yang tepat, sementara yang lain masih sibuk melayani pembeli.³

Seorang muslim dalam menjalankan kegiatan usahanya harus memperhatikan beberapa hal yakni antara lain tidak melakukan tindak diskriminasi terhadap orang lain. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang juga disampaikan oleh Ibu Sarah yang mengatakan bahwa dalam menjalankan usahanya tidak pernah membedakan orang lain baik pembeli, sesama pedagang maupun pemasok.⁴

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Sarah salah satu pedagang sembako menyatakan bahwa:

Dalam menjual barang dagangan saya bersaing secara sehat dan tidak pernah memaksa pembeli untuk harus membeli dagangan saya. Saya menawarkan dengan semestinya saya, tidak pernah menjelekkkan dagangan orang lain. Karena saya tahu bahwa rezeki itu tidak pernah tertukar dengan orang lain.⁵

² Suyatmi, *Wawancara*, 15 Februari 2022.

³ Novita, *Observasi*, 16 Februari 2022.

⁴ Sarah, *Wawancara*, 15 Februari 2022.

⁵ *Ibid.*, 15 Februari 2022.

Beliau menambahkan bahwa tidak pernah menimbun barang dagangan yang ia jual. Beliau menyetok barang sesuai dengan kemampuan kulakannya. Apabila terjadi hal tersebut akan merugikan banyak pihak. Seperti halnya pada waktu lebaran kemarin banyak barang yang stoknya kosong dan harga barang yang naik secara drastis sehingga banyak pihak yang sangat mengeluhkan akan hal tersebut.

Dalam prinsip keseimbangan atau keadilan pedagang hendaknya dalam melakukan kegiatan transaksi di pasar selalu menerapkan perilaku jujur dan adil terhadap semua pembelinya, serta tidak membeda-bedakan antara pembeli satu dengan lainnya. Hal ini supaya tidak ada pihak yang dirugikan atas hak dan kepentingan orang lain.

Sebagaimana hasil wawancara yang diungkapkan oleh Ibu Bonem sebagai pedagang sayuran yang mengatakan bahwa beliau selalu menjual sayur mayur dengan kualitas bagus, karena kebanyakan pelanggannya adalah pemilik hotel di Telaga Sarangan atau rumah makan di sekitar Mojosemi. Apabila hari itu juga sayurannya tidak habis maka akan disortir kembali dan dijual keesokan harinya. Beliau juga mengungkapkan bahwa selalu bersikap adil kepada pelanggannya yang membeli sedikit maupun banyak tidak pernah dibeda-bedakan. Beliau juga menuturkan kalau selalu memberikan timbangan yang pas tidak dikurangi, namun karena terkadang berat sayuran tidak selalu pas beliau menambahkan sayurang tersebut.⁶

⁶ Bonem, *Wawancara*, 15 Februari 2022.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Ibu Siti beliau mengatakan bahwa:

Pada saat buka dasar waktu pagi itu saya biasanya selalu memisahkan buah yang kualitasnya bagus dengan yang kurang bagus. Dan harganya pun juga berbeda, jika ada pembeli selalu saya beri tahu mana yang bagus dan mana yang kurang bagus, supaya pembeli tidak kecewa dan lebih paham kualitas sesuai dengan harganya.⁷

Namun hal berbeda dilakukan oleh Ibu Larni, beliau mengatakan bahwa beliau selalu memberikan tester buah jeruk kepada pembelinya, testernya selalu dipikirkan buah yang bagus dan manis. Tetapi beliau juga mengungkapkan bahwa jeruk yang manis dengan yang agak asam tersebut dicampur supaya sama-sama laku dan tidak busuk apabila lama tidak laku serta supaya beliau tidak rugi.⁸

Hal tersebut diperkuat oleh pernyataan seorang pembeli bernama Ibu Sri bahwa pedagang tidak memberikan informasi yang jelas tentang keadaan barang dagangannya, berikut pengakuan beliau:

Saya pernah membeli buah jeruk mbak, dan saya juga diberi tester oleh penjualnya rasa jeruknya benar-benar manis segar. Lalu saya tertarik dan membeli satu kg jeruk, sampai di rumah cucu saya makan tapi rasanya asam beda dengan yang saya cicipi di pasar tadi. Padahal saya tadi melihat sendiri waktu penjualnya mengambilkan buah jeruk ya sama warna dan ukurannya dengan buah yang jadi tester.⁹

Hal lain juga diperkuat oleh Ibu Susi seorang pembeli sembako yang menyatakan bahwa:

⁷ Siti, *Wawancara*, 19 Februari 2022.

⁸ Yeni, *Wawancara*, 19 Februari 2022.

⁹ Sri, *Wawancara*, 21 Februari 2022.

Saya belum pernah menemukan pedagang yang memberikan takaran timbangan yang tidak sesuai dengan semestinya. Seperti saat membeli gula, saya minta ke pedagang untuk memberikan yang ukurannya pas (*trep*).¹⁰

Dalam prinsip kehendak bebas, manusia harus dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya serta saling menghormati. Sebagaimana yang diterapkan oleh Ibu Mur seorang pedagang daging ayam potong, beliau mengatakan bahwa tidak pernah merasa keberatan apabila ada pedagang baru yang berjualan di dekat dasarnya, meskipun dari segi harga dan kualitas memang sama persis dengan dagangannya. Beliau juga menuturkan kalau rejeki setiap orang itu sudah diatur oleh Allah SWT, tinggal manusia yang berusaha semaksimal mungkin.¹¹

Hal senada juga disampaikan oleh Ibu Warsinah seorang pedagang perabotan rumah tangga, beliau mengatakan bahwa:

Saya menetapkan harga sesuai dengan standar yang tidak melebihi batas harga pasar mbak. Saya menjual sama dengan penjual lainnya, karena jika saya tidak menjual sesuai harga pasarannya tentu saya yang mengalami kerugian. Namun, jika pembeli yang tanya harga perabotan lalu menawar tetapi mereka belum cocok dengan harga yang saya berikan, saya tidak akan memaksa mereka untuk tetap membeli. Saya mempersilahkan untuk melihat-lihat dulu di penjual yang lain mbak.¹²

Jika seseorang melakukan kesalahan, dia bertanggung jawab atas tindakannya sendiri. Sebagai prinsip perdagangan yang bertanggung jawab, pedagang harus memperhitungkan konsekuensi dari tindakan

¹⁰ Susi, Wawancara, 22 Mei 2022.

¹¹ Mur, Wawancara, 21 Februari 2022.

¹² Warsinah, Wawancara, 1 Maret 2022.

mereka dan harus menghindari penipuan di dalam transaksi supaya tidak ada pihak-pihak yang merasa dirugikan. Berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Ibu Sudarsih yang berjualan *snack* camilan mengatakan bahwa:

InsyAllah halal dan tidak mengandung bahan yang berbahaya. Snack ini tidak hanya kami jual tapi saya, keluarga dan karyawan-karyawan saya juga mengkonsumsinya. Kalau ada pembeli yang komplain ternyata barangnya sudah *mlempem* terkadang karena ketidaktelitian kami barangnya ada yang *expired* ya saya mengganti barang yang tersebut mbak. Hal tersebut malah menjadi masukan yang baik untuk kami supaya kedepannya lebih baik dan teliti lagi dalam melayani pembeli.¹³

Hal tersebut kemungkinan karena ketidaktahuan atau ketidaktelitian pedagang maupun pembeli pada saat melakukan transaksi. Menyikapi hal tersebut biasanya pedagang memberikan keringanan kepada pembeli untuk menukar barangnya.

Hal senada juga disampaikan oleh Ibu Sri juga yang mengatakan bahwa beliau selalu menjual daging sapi segar, karena setiap hari pasti beliau menyembelih sendiri. Kalau memang tidak habis dagingnya ditaruh *freezer*, besok jika ada pembeli yang tanya daging kemarin namun masih bagus baru beliau memberi tahu. Namun jika kualitasnya memang tidak bagus beliau tidak berani menjual kembali. Karena hal tersebut akan mempengaruhi kepercayaan dengan pembeli.¹⁴

Seperti halnya bentuk tanggung jawab pemilik toko terhadap karyawan yang bekerja padanya, beliau harus memberikan upah/gaji

¹³ Sudarsih, *Wawancara*, 1 Maret 2022.

¹⁴ Sri, *Wawancara*, 1 Maret 2022.

yang sesuai dengan upah minimum yang berlaku di masyarakat. Seperti pernyataan yang disampaikan Ibu Sudarsih yang menyatakan bahwa:

Saya juga selalu memberikan upah kepada karyawan sesuai dengan kesepakatan bersama dan upah pada umumnya di masyarakat.¹⁵

Beliau juga menuturkan bahwa hal tersebut merupakan hak yang seharusnya didapat karyawan dan juga kewajiban yang berupa tanggung jawab dan harus diberikan karena beliau telah menggunakan tenaga serta waktu orang lain dalam pekerjaannya. Hal terkait riba disampaikan oleh seorang pedagang sembako yakni Ibu Suyatmi yang menuturkan bahwa beliau tidak mempunyai rekening di bank konvensional. Dalam modal usahanya beliau tidak pernah meminjam di bank, beliau hanya menggunakan modal seadanya. Beliau memberikan penjelasan bahwa terkait dengan pinjaman di bank konvensional merupakan salah satu bentuk riba, dan hal tersebut sangat tidak dianjurkan untuk dilaksanakan dalam agama Islam.¹⁶

Prinsip kebajikan (ihsan) ini dalam melakukan kegiatan perdagangan dengan senantiasa bermurah hati agar mendatangkan manfaat kepada orang lain. Seperti pernyataan yang disampaikan oleh Ibu Hartini penjual kerupuk lempeng:

Saya biasanya memberikan tambahan beberapa lempeng kepada pembeli saya mbak, sebagai rasa terima kasih karena sudah membeli banyak di saya.¹⁷

¹⁵ Sudarsih, Wawancara, 22 Mei 2022.

¹⁶ Suyatmi, 22 Mei 2022.

¹⁷ Hartini, Wawancara, 5 Maret 2022.

Hal senada juga disampaikan oleh Ibu Mariyem pembeli daging ayam potong, beliau mengatakan bahwa beliau sering membeli daging ayam ke salah satu pedagang yang sudah menjadi langganannya. Dan beliau sering kali juga mendapat *imbuh* atau tambahan ukuran timbangan jika harganya sedang turun.¹⁸

Seperti yang dilakukan Bapak Roni, beliau mengatakan bahwa memperbolehkan pembeli untuk membayar separuh dari jumlah transaksi yang pembeli lakukan. Beliau juga melayani pembeli dengan ramah supaya pembeli merasa nyaman berbelanja di tempatnya. Hal tersebut karena telah dilandasi rasa kepercayaan kepada pembeli yang sudah menjadi langganan beliau.¹⁹

C. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pedagang di Pasar Wisata Plaosan

Adapun faktor yang mempengaruhi perilaku pedagang yakni terdapat faktor internal dan faktor eksternal. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Rutmiati, faktor internal yang dapat mempengaruhi perilaku beliau adalah motivasi beliau dalam merintis usaha di Pasar Wisata Plaosan adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarganya, beliau mengatakan:

Kehidupan keluarga saya yang cukup pas-pasan membuat saya harus lebih semangat untuk mencukupi kebutuhan keluarga saya mbak. Dan pada akhirnya saya memilih untuk berjualan sembako dan bumbu dapur di pasar sini, dengan tujuan supaya kehidupan keluarga saya menjadi lebih baik lagi.²⁰

¹⁸ Mariyem, *Wawancara*, 6 Maret 2022.

¹⁹ Roni, *Wawancara*, 6 Maret 2022.

²⁰ Rutmiati, *Wawancara*, 6 Maret 2022.

Beliau semakin termotivasi menjadi seorang pedagang karena memiliki untung yang cukup untuk menghidupi keluarganya. Beliau dalam berdagang juga menuturkan kalau selalu berperilaku ramah kepada semua pembeli tidak membeda-bedakan pembeli yang membeli banyak maupun sedikit. Hal tersebut dilakukan karena beliau termotivasi untuk mendapatkan pelanggan yang banyak dan dapat dipercaya pelanggannya.

Namun, berdasarkan hasil observasi pada tanggal 12 April 2022 peneliti melihat bahwa pada saat terjadi transaksi di pasar beberapa pedagang mendahulukan orang yang datangnya akhir daripada pembeli yang datang awal. Berdasarkan hasil pengamatan ternyata pembeli yang datang akhir adalah pelanggannya yang sudah lama, hal ini bisa dilihat dari cara berinteraksi antara penjual dan pembeli tersebut.²¹ Tidak jarang juga ditemukan ada beberapa pedagang yang tidak bersikap jujur dengan cara menutupi kekurangan kualitas barang yang dijualnya, sebagaimana yang dikatakan Ibu Soni:

Kalau sayuran hijau seperti sawi ini kan jarang bisa diawetkan ya mbak, jadi kalau tidak habis saya bawa pulang. Terus saya nanti saya ikat lagi dengan sayur yang lebih bagus, yang kurang bagus seperti agak lembek warnanya sudah kuning saya tempatkan ditengah dan ditutup dengan sayur yang masih segar.²²

Hal senada juga dikatakan oleh Bapak Dasil pedagang sembako, beliau mengatakan bahwa beliau mengakui kalau kadang kali ia harus mencampur

²¹ Novita, *Observasi*, 12 April 2022.

²² Soni, *Wawancara*, 10 April 2022.

gula pasir yang masih bagus dengan gula putih yang sudah agak mencair atau lembek dan warnanya pun beda. Atau kadang beras yang stoknya sudah lama dicampur lagi dengan yang masih baru, karena kalau tidak begitu beliau tidak akan mendapat keuntungan dan bisa rugi. Beberapa pedagang yang melakukan hal kurang baik tersebut dilakukan karena ingin meminimalisir kerugian yang akan diperolehnya.

Pengalaman yang di miliki beberapa pedagang tersebut dapat dijadikan sebagai suatu pembelajaran untuk memperoleh hal yang lebih besar. Seperti yang disampaikan Ibu Rutmiati:

Pengalaman menjadi karyawan di toko sembako menurut saya sangat berharga, karena saya bisa belajar bagaimana memperlakukan pembeli dengan baik, ramah dan sabar. Selain itu saya menjadi lebih paham untuk menentukan produk yang berkualitas baik, sehingga bisa saya sampaikan ke pelanggan saya.²³

Namun, hal lain yang disampaikan Ibu Soni dan Bapak Dasil bahwa beliau melakukan hal kurang baik tersebut karena beliau mendapat pengalaman yang tidak baik juga dari orang lain. Sehingga hal tersebut mempengaruhi perilaku beliau dalam melakukan transaksi kepada orang lain.

Kepribadian yang dimiliki beberapa pedagang antara lain berpikir kreatif dan inovatif, berani bertanggung jawab dan selalu mendengarkan kritik dan saran dari orang lain. Berdasarkan hasil wawancara dengan pedagang, menyatakan sebagai berikut:

Jadi pedagang juga harus mempunyai ide, mengatur, menata tempat jualan supaya terlihat rapi sehingga pembeli akan senang. Selalu mendengarkan kritik dan saran dari orang lain yang dapat memajukan

²³ Rutmiati, *Wawancara*, 6 Maret 2022.

usaha kita. Juga harus memiliki semangat akan tujuan awal kita dalam melakukan usaha ini.²⁴

Sedangkan faktor eksternal yang dapat mempengaruhi perilaku pedagang antara lain adanya pedagang baru atau pesaing. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Rutmiati menyatakan bahwa:

Persaingan tentunya menjadi hal wajar, menurut saya ya tidak apa-apa karena semua orang pasti membutuhkan penghasilan untuk memenuhi kebutuhannya. Munculnya pesaing membuat saya untuk tetap terus belajar agar tidak kalah dengan pedagang baru dan tentunya itu dilakukan secara sehat.²⁵

Hal yang dilakukan Ibu Rutmiati untuk mengatasi persaingan dengan pedagang baru adalah dengan tetap menjaga kualitas dari barang dagangannya, melayani pembeli dengan ramah, sopan dan sabar. Sedangkan untuk pemasok Ibu Rutmiati dan Bapak Dasil mendapatkan barang-barang dari loper-loper di pasar. Hasil wawancara menyatakan bahwa terkadang terjadi keterlambatan pengiriman barang karena faktor cuaca atau terjadinya kemacetan yang mengakibatkan barang terlambat datang.

Hal tersebut juga disampaikan oleh Ibu Soni yang mengatakan bahwa terkadang beliau mendapatkan sayuran dari petani di waktu siang, padahal pasar ramainya saat pagi. Hal tersebut membuat beberapa sayuran tidak habis hari itu juga, padahal kalau sayur hijau jarang bisa diawetkan. Sehingga hal tersebut membuat Ibu Soni mencampur atau mengoplos beberapa barang dagangannya.

²⁴ Warsinah, *Wawancara*, 21 Februari 2022.

²⁵ Rutmiati, *Wawancara*, 6 Maret 2022.

Banyaknya pedagang di Pasar Wisata Plaosan mengakibatkan juga sampah yang menumpuk. Adapun tindakan yang dilakukan pedagang untuk tetap menjaga kebersihan lingkungan sekitar agar nyaman, maka pedagang membawa sampah tersebut ke tempat pembuangan sampah yang ada di samping pasar. Namun masih ada pedagang yang kurang peduli akan kebersihan lingkungan tempat kerjanya, terlihat dari beberapa pedagang yang membuang sampah sembarangan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pembeli di toko emas Karunia dari segi sosial ekonomi menyatakan bahwa:

Untuk kualitas dan harga pastinya telah terjamin, fasilitas yang ada di toko emas Karunia lumayan bagus ada tempat duduk, tempat cuci tangan, dilengkapi televisi dan pelayanan yang diberikan sangat bagus karena karyawannya selalu ramah, berpenampilan rapi, sopan serta membantu memilihkan emas sesuai dengan budget kita.²⁶

D. Dampak Perilaku Pedagang di Pasar Wisata Plaosan terhadap Kegiatan

Bisnis

Cara seseorang berperilaku dalam aktivitas bisnis mereka akan berdampak positif pada keberlanjutan bisnis mereka. Ada banyak manfaat menerapkan etika dan perilaku bisnis dalam aktivitas bisnis. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Ibu Susi seorang pembeli mengatakan bahwa:

Saya kalau belanja melihat-lihat pedagangnya dulu, jika baik, ramah serta sopan tentunya saya akan kembali ke kiosnya lagi kan mbak. Namun, jika kebalikannya ya saya tidak mau kembali lagi belanja disitu.²⁷

²⁶ Susi, *Wawancara*, 15 April 2022.

²⁷ Susi, *Wawancara*, 15 April 2022.

Sebagai seorang Muslim harus mencoba untuk hidup dengan prinsip-prinsip yang diajarkan dalam Islam. Sebagaimana yang dikatakan oleh Ibu Bonem:

Sebagai seorang pedagang saat berjualan harus berperilaku baik, karena akan berdampak baik pula bagi usaha saya mbak. Saya selalu jujur, adil dalam menimbang dan ajaran lain yang diajarkan agama Islam. Selain itu tentunya keuntungan yang saya peroleh juga dapat maksimal dan halal.²⁸

Namun ada juga dampak negatifnya dari perilaku pedagang yang tidak baik, seperti ada pedagang yang tidak adil dalam melayani pembeli, hal tersebut dapat membuat dampak yang buruk bagi lingkungan pasar karena nama pasar tersebut bisa jadi kurang baik dimata masyarakat. Antara lain ada pedagang yang mendahulukan orang yang datang akhir daripada yang lebih dulu, dengan alasan karena sudah akrab.²⁹

Hal tersebut diperkuat dengan hasil wawancara bersama Ibu Narti, beliau mengatakan bahwa pernah terjadi kejadian seperti itu sehingga membuat beliau merasa dibeda-bedakan dengan pembeli yang lain dan beliau juga merasa rugi waktu, karena sudah mengantri dulu tapi malah dilayani akhir. Beliau mengatakan semenjak kejadian itu tidak pernah beli lagi di pedagang tersebut.³⁰

²⁸ Bonem, *Wawancara*, 15 Februari 2022.

²⁹ Novita, *Observasi*, 12 April 2022.

³⁰ Susi, *Wawancara*, 15 April 2022.

BAB IV
ANALISIS PERILAKU PEDAGANG DI PASAR WISATA PLAOSAN
DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

A. Analisis perilaku pedagang di Pasar Wisata Plaosan

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang telah dilaksanakan pada, peneliti mendapat hasil dari jawaban beberapa informan tentang perilaku pedagang di Pasar Wisata Plaosan yang dikategorikan dalam lima prinsip etika bisnis Islam, antara lain sebagai berikut:

1. Kesatuan (*Tauhid*)

Prinsip ini menekankan pentingnya ketaatan kepada Allah dan menjauhi larangan-Nya. Orang-orang yang benar-benar beriman dan bertakwa kepada-Nya wajib menaati perintah-Nya dan menjauhi kegiatan-kegiatan yang dilarang. Dari sini akan lahir hubungan yang bermanfaat antara Allah dengan hamba-Nya, serta hamba dengan hamba lainnya. Cara pedagang menerapkan prinsip persatuan bervariasi dalam cara mereka berdoa tepat waktu, bersedekah, dan melakukan ritual keagamaan lainnya. Sedangkan hal tidak boleh dilakukan oleh seorang pedagang/pebisnis antara lain tidak melakukan diskriminasi antar sesama, dalam melakukan pekerjaan tidak ada unsur keterpaksaan serta tidak menimbun kekayaan. Tauhid ini didasarkan pada keridhaan Allah, yang telah memerintahkan umat Islam untuk mengikuti hukum Islam

untuk melaksanakan keinginan-Nya. Kegiatan bisnis dan distribusi terikat dengan prinsip dan tujuan Tuhan.¹

Pada perilaku pedagang di Pasar Wisata Plaosan dari penjelasan beberapa informan telah menerapkan prinsip kesatuan (tauhid), mereka percaya bahwa Allah selalu melihat usaha yang mereka lakukan dan percaya bahwa rejeki pasti sudah diatur oleh Allah SWT. Ada juga informan yang mengatakan bahwa mereka selalu melaksanakan sholat tepat waktu, namun waktunya yang kurang tepat. Karena mereka harus melayani pembeli terlebih dahulu dan setelah itu melaksanakan kewajibannya sebagai seorang muslim. Selain itu, mereka tidak akan lupa dengan lebih banyak orang yang membutuhkan sedekah untuk dibagikan kepada orang lain. Perilaku pedagang menunjukkan bahwa mereka tidak mementingkan pribadi tetapi juga peduli terhadap lingkungan.

Beberapa informan juga menyampaikan bahwa perilaku pedagang terkait dengan prinsip kesatuan (tauhid), yakni dengan tidak melakukan tindakan yang memaksa maupun terpaksa dalam melaksanakan suatu kegiatan baik yang berhubungan dengan sesama makhluk sosial maupun dengan Allah SWT. Hal lain juga terkait dengan sikap yang selalu baik kepada semua baik pembeli, sesama pedagang maupun pemasok dengan tidak menerapkan sikap membeda-bedakan atau diskriminasi dengan pihak lain. Serta tindakan yang dapat menimbulkan kerugian bagi banyak

¹ Muslich, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Ekosian, 2004), 30.

pihak seperti menimbun kekayaan yang harus dihindari oleh siapapun, supaya kegiatan transaksi di pasar dapat berjalan dengan lancar.

Berdasarkan hasil penelitian, perilaku pedagang di Pasar Wisata Plaosan sebagian telah menerapkan prinsip kesatuan (tauhid) ditunjukkan dengan melaksanakan shalat tepat waktu, meskipun ada beberapa pedagang yang tidak selalu tepat waktu melebihi jam yang telah ditentukan oleh agama dalam menjalankan ibadahnya bisa dianggap berdosa. Pedagang harus menjaga kewajiban agama mereka, karena akhirat jauh lebih penting daripada keuntungan duniawi. Tetapi mereka melakukan kegiatan perdagangan sesuai dengan aturan Agama Islam yang tidak membeda-bedakan antara satu dengan yang lainnya. Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam QS An-Nur (37), sebagai berikut :

Laki-laki yang tidak dilalaikan oleh perniagaan dan tidak (pula) oleh jual beli dari mengingat Allah, dan (dari) mendirikan sembahyang dan (dari) membayar zakat. Mereka takut kepada suatu hari yang (di hari itu) hati dan penglihatan menjadi goncang.

Ayat tersebut menganjurkan umat Islam untuk selalu tergesa-gesa dalam shalat meskipun sedang dalam transaksi. Dalam hal shalat, mereka harus segera menghentikan semua aktivitasnya, termasuk aktivitas bisnis.

Hal ini menunjukkan bahwa perilaku pedagang sesuai dengan prinsip kesatuan (tauhid). Meskipun doa seharusnya menjadi cara yang ampuh untuk terhubung dengan Tuhan, beberapa orang masih kehilangan kesempatan untuk melakukannya tepat waktu. Seharusnya pedagang

bersegera menunaikan kewajiban sholat terlebih dahulu, setelah itu memulai aktivitas kembali.

Hasil penelitian juga menemukan bahwa pedagang tidak pernah melakukan tindakan diskriminasi antar sesama, tidak melakukan suatu pekerjaan yang dapat memaksa ataupun terpaksa serta tidak melakukan tindakan yang merugikan banyak orang seperti menimbun barang.

2. Keseimbangan/Keadilan

Dalam bisnis, prinsip keseimbangan/ekuitas atau keadilan harus menghasilkan produk berkualitas tinggi dari bentuk untuk mencapai, ukurannya harus konsisten dengan prinsip-prinsip yang benar.² Prinsip keseimbangan atau keadilan dianut oleh para pedagang di Pasar Wisata Plaosan dengan menampilkan kualitas barang dagangannya. Beberapa informan tidak menyembunyikan barang cacat yang dijualnya. Selain itu, pedagang memberikan informasi yang jelas kepada pembeli agar mereka tahu kondisi barang yang akan dibelinya. Untuk membantu pembeli memilih barang yang diinginkan, dan telah membuat sistem dimana barang yang diinginkan dicantumkan spesifikasinya terlebih dahulu. Pedagang juga memberikan takaran sesuai dengan neraca yang telah ditentukan, tidak pernah mengurangi atau menambahkan. Namun ada juga pedagang yang mencampur barang dagangannya antara kualitas baik dan kurang baik.

² Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), 162.

Maka dari informasi tersebut dapat kita simpulkan bahwa beberapa pedagang sangat memperhatikan kualitas produk yang mereka jual, namun ada juga pedagang yang tidak terlalu memperhatikan kualitas barangnya, bahkan mencampur adukkan yang baik dan yang buruk. barang untuk menjual barang-barang mereka dan mereka mendapat untung.

Berdasarkan penjelasan di atas perilaku sebagian pedagang di Pasar Wisata Plaosan menunjukkan bahwa mereka telah menerapkan prinsip keseimbangan/keadilan dalam berdagang. Prinsip keseimbangan atau keadilan yang harus diikuti pedagang melindungi hak pembeli untuk menjaga keseimbangan di pasar.

3. Prinsip Kehendak Bebas

Dalam Islam, prinsip kehendak bebas memiliki tempat tersendiri, karena kemungkinan kebebasan sudah ada sejak manusia dilahirkan di muka bumi. Penting untuk diingat bahwa kebebasan manusia terbatas, sedangkan kebebasan mutlak untuk memilih Tuhan hanya tersedia bagi mereka yang tunduk kepada-Nya.³

Beberapa pedagang menganut prinsip kehendak bebas, memungkinkan penjual lain untuk menjual barang di dekat harga dasar, tanpa mengganggu jika pedagang juga menjual barang dagangan berkualitas tinggi. Karena mereka percaya bahwa rejeki telah diatur oleh

³ Departemen Agama RI, *Al-Qur`an dan Terjemahnya* (Bandung: CV Diponegoro, 2005), 198.

Allah SWT dan sebagai manusia bertugas untuk berusaha semaksimal mungkin. Selain itu, para pedagang tidak memaksa pembeli dan memberikan kebebasan kepada pembeli untuk menawar dan mendapatkan barang sesuai dengan keinginannya, baik harga maupun kualitas, sehingga tidak ada perbandingan dalam bertransaksi, dan kedua belah pihak sama-sama berkeinginan. Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam QS An-Nisa (29), sebagai berikut:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku suka sama suka diantara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa para pedagang di pasar wisata Plaosan menerapkan prinsip kehendak bebas. Jelas bahwa pedagang yang mengizinkan pedagang baru untuk beroperasi secara bebas, menghormati satu sama lain, dan tidak memaksa pembeli untuk membeli produk mereka melakukan pekerjaan yang lebih baik daripada mereka yang tidak berusaha. Perlu dicatat bahwa setiap muslim dalam melakukan aktivitasnya dibimbing berdasarkan aturan dan prosedur secara syariah agama Islam.⁴

4. Prinsip Tanggung Jawab

Dalam menjalankan aktivitas bisnis dengan berbagai bentuk kebebasan, penting untuk tidak berpikir bahwa mencapai tujuan yang

⁴ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2007), 16.

diinginkan atau menguntungkan manusia adalah akhir dari cerita. Perlunya akuntabilitas dalam melakukan transaksi, memproduksi barang, menjual dan mengadakan perjanjian dalam jual beli sangatlah penting.⁵ Dalam Islam, ia menekankan prinsip tanggung jawab dalam semua tindakannya. Allah SWT memberikan tanggung jawab kepada manusia di bumi ini dan kelak harus dapat dipertanggungjawabkan dihadapan Allah SWT. Tanggung jawab dalam bisnis harus diterapkan secara transparan, jujur, optimal dalam segala urusannya.

Berdasarkan data yang telah diperoleh para pedagang dalam hal pertanggungjawaban terhadap barang dagangan yang dijualnya, pedagang menjual bahan makanan yang bebas dari unsur larangan halal, dan akan mengganti barang yang rusak atau tidak dalam kondisi baik. Mereka dengan senang hati mengganti barang tersebut dengan yang lebih baik jika mereka bisa. Selain itu pedagang juga selalu menjaga kualitas dagangannya dari daging yang segar, serta memberikan informasi yang benar tentang spesifikasi barang tersebut.

Pedagang juga memberikan hak sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati, seperti pemberian upah kepada karyawannya. Beberapa informan pedagang juga menuturkan bahwa tidak memiliki rekening di bank konvensional untuk kegiatan usahanya. Serta tidak melakukan penipuan dalam bentuk apapun dan kepada siapapun, karena mereka

⁵ Ibid., 16.

paham bahwa hal tersebut dapat merugikan diri sendiri maupun orang lain, dan tentunya akan menjadi tanggung jawabnya di akhir nanti.

5. Prinsip Kebajikan (*Ihsan*)

Prinsip kebajikan adalah tentang melakukan perbuatan baik yang dapat bermanfaat bagi orang lain tanpa merasa berkewajiban untuk melakukannya. Kami senang dan tulus melakukannya tanpa mengharapkan imbalan apa pun, karena Allah senantiasa melihat apa yang kita kerjakan.⁶

Prinsip keutamaan dilakukan dengan murah hati dengan memberikan tambahan barang dagangan kepada pembeli. Selain itu, pedagang juga memperbolehkan pembeli untuk membayar separuh dari jumlah transaksi dan memberikan tenggang waktu untuk melunasinya. Prinsip keutamaan dalam berdagang adalah bersikap ramah kepada pembeli, sehingga mereka merasa nyaman saat melakukan transaksi. Hal tersebut merupakan salah satu sikap/perilaku dalam memberikan manfaat satu sama lain. Dari pemaparan diatas perilaku pedagang di Pasar Wisata Plaosan telah sesuai dengan prinsip kebajikan (*ihsan*) pada saat melakukan kegiatan bisnis/dagang.

Para pedagang di Pasar Wisata Plaosan telah mengikuti prinsip-prinsip etika bisnis Islami, yaitu kesatuan (*tauhid*), keseimbangan atau keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebajikan (*ihsan*).

⁶ Syed Nawab Heider Naqvi. *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), 37.

Dengan mengikuti prinsip-prinsip ini, setiap pengusaha akan sukses baik di dunia maupun di akhirat.

B. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pedagang di Pasar Wisata Plaosan

1. Faktor Internal

Dari hasil penelitian, tentang beberapa faktor internal yang mempengaruhi perilaku pedagang yang disampaikan di atas, peneliti menemukan bahwa terdapat faktor internal yang digunakan pedagang di Pasar Wisata Plaosan yaitu motivasi, pengalaman dan kepribadian. Hal tersebut sesuai dengan teori menurut Darpujianto dalam Novi (2016:16) yakni faktor internal yang disebabkan oleh pengaruh dari Dalam diri individu tersebut.⁷

a) Motivasi

Motivasi para pedagang dalam menjalankan kegiatan usahanya adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarganya.

Beberapa pedagang termotivasi karena melihat peluang dalam berdagang yang dapat menghasilkan keuntungan yang lebih besar.

Motivasi yang dimiliki pedagang tersebut juga sesuai dengan teori tingkatan Maslow dalam Boone (200: 445) yaitu:

⁷ Novi Ermawati, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi PKK Konsentrasi Tata Busana Fakultas Teknik", (Universitas Negeri Semarang: 2016),

- 1) Kebutuhan fisiologis, yaitu pedagang termotivasi untuk memenuhi kebutuhan akan makan, minum, rumah dan tempat tinggal.
- 2) Kebutuhan akan rasa aman, pedagang termotivasi menjadi seorang wirausaha karena untuk memperbaiki perekonomian keluarga serta mendapat keuntungan.
- 3) Kebutuhan akan aktualisasi diri, pedagang termotivasi bahwa mereka memiliki minat untuk menjadi wirausaha.

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan motivasi yang dimiliki oleh beberapa pedagang yang dapat mempengaruhi perilaku pedagang. Namun, ada beberapa perilaku pedagang yang membedakan atau mendiskriminasi kepada pembeli, dengan mendahulukan pembeli yang datang lebih akhir dengan alasan bahwa pembeli tersebut adalah orang yang pedagang kenal lebih akrab. Seharusnya hal tersebut harus dihindari dalam perilaku berdagang bagi seorang muslim.

b) Pengalaman

Pengalaman yang dialami beberapa pedagang seperti Ibu Rutmiati yang telah disampaikan di bab sebelumnya adalah menjadi karyawan di sebuah toko sembako. Banyak pengalaman yang didapatkan saat beliau bekerja, beliau belajar melayani pembeli dengan ramah, sopan dan sabar. Beliau menjadi tahu beberapa kualitas produk yang dijualnya sehingga ketika beliau mempunyai

usaha sendiri dapat disampaikan kepada pelanggannya. Namun, berbeda dengan pengalaman yang dialami Ibu Soni dan Bapak Dasil, mereka melakukan perbuatan tersebut karena dulunya pernah mengalami pengalaman yang tidak terkesan baik, kemungkinan karena kurangnya edukasi sehingga mereka melakukan perbuatan tersebut ke pelanggannya saat ini.

Berdasarkan pengalaman yang disampaikan beberapa pedagang di Pasar Wisata Plaosan, peneliti menemukan bahwa ada kesamaan teori yang disampaikan menurut McClelland yang mengatakan bahwa pengalaman dapat diartikan sebagai sesuatu yang pernah dialami, dialami atau dirasakan, baik yang sudah lama terjadi maupun yang baru saja terjadi. Pengalaman tersebut dapat digunakan sebagai pedoman serta pembelajaran bagi manusia. Pengalaman merupakan sesuatu yang harus dicari sebanyak mungkin.

c) Kepribadian

Kepribadian yang harus dimiliki seorang pengusaha atau pedagang adalah berpikir kreatif inovatif, bertanggung jawab, selalu semangat tidak pantang menyerah. Dengan hal tersebut tentunya pedagang akan dikenal oleh pembeli karena memberikan pengaruh yang baik. Serta selalu mendengarkan masukan dari orang lain demi kemajuan usahanya. Kepribadian pedagang tersebut bahwa kepribadian seorang pengusaha harus percaya diri, mempunyai

dorongan, tekun dan tabah, kreatif inovatif, berorientasi pada masa depan, berjiwa kepemimpinan terbuka dan bertanggung jawab terhadap pekerjaan yang dilakukan.⁸

2. Faktor Eksternal

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, ditemukan bahwa terdapat beberapa faktor eksternal yang dapat mempengaruhi perilaku pedagang yaitu, pemasok, ancaman pendatang baru (pesaing) dan social ekonomi. Hal tersebut sesuai dengan teori Yunus yaitu analisis lingkungan eksternal adalah melihat faktor-faktor eksternal yang dapat mempengaruhi bisnis, serta potensi peluang dan ancaman.⁹

a) Ancaman Masuknya Pedagang Baru

Kekuatan ancaman dari pesaing membuat pedagang dalam melayani pembeli selalu mengutamakan untuk menghasilkan sesuatu yang dapat melekat pada benak pembeli. Seperti melakukan pelayanan dengan baik, ramah serta sopan dan selalu mengutamakan kualitas barang yang bagus supaya pelanggan merasa nyaman tidak kecewa ketika bertransaksi dengan pedagang. Hal ini sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Yunus (2016:62) yang menyatakan bahwa adanya pendatang baru dapat membantu perusahaan yang sudah ada menjadi lebih efektif dan efisien, dan belajar bersaing secara adil dengan orang lain.

⁸ Suryana, *Kewirausahaan Pedoman Praktik: Kiat dan Proses Menuju Sukses* (Jakarta: Salemba Empat, 2008).

⁹ Eddy Yunus, *Manajemen Strategis*, (CV Andi Offset: Yogyakarta, 2016), 62.

b) Pemasok

Pemasok barang dagangan milik beberapa pedagang tersebut berasal dari looper-looper yang juga bekerja pada suatu perusahaan atau pabrik. Untuk pedagang sayuran pemasoknya dari para petani di daerah sekitar. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, ditemukan bahwa pedagang selalu mendapatkan barang dagangannya sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Misalnya kalau pedagang sembako seminggu bisa dua sampai empat kali melakukan orderan. Sedangkan pedagang sayur biasanya setiap hari di waktu pagi sampai siang.

Sesuai dengan teori Yunus (2016:62) mengenai pemasok yang merupakan suatu perusahaan dan individu yang menyediakan barang dan jasa.¹⁰ Keberhasilan bisnis tergantung pada kualitas pemasok mereka, jadi penting bahwa pemasok ini dikembangkan dan ditingkatkan sebanyak mungkin.

c) Sosial Ekonomi

Sosial ekonomi berpengaruh dalam perkembangan usaha pedagang. Lingkungan sosial mengharuskan pedagang untuk menjaga kebersihan serta keamanan lingkungan sekitar. Selalu melakukan komunikasi dengan pembeli secara baik agar usaha tersebut dapat berjalan dengan baik. Mengenai sosial ekonomi kondisi lingkungan usaha dapat membantu atau memperlambat

¹⁰ Ibid., 62.

tujuan suatu usaha, seperti tingkat pendapatan yang akan didapat masyarakat.

Berdasarkan pemaparan tersebut, terdapat beberapa faktor yang dapat berpengaruh terhadap perilaku pedagang yakni baik maupun buruk. Beberapa hal tersebut dapat memberikan faktor baik antara lain terkait dengan motivasi pedagang yang ingin mengubah perekonomiannya supaya lebih baik lagi. Pengalaman baik juga memberikan pengaruh terhadap pedagang dalam menyikapi suatu hal yang terjadi di pasar. Kepribadian juga bisa memberikan pengaruh baik maupun buruk terhadap perilaku seseorang. Serta kehadiran pesaing yang bisa membuat pedagang untuk lebih baik lagi dalam memberikan pelayanan kepada pembeli atau malah sebaliknya.

Serta faktor yang dapat memberikan pengaruh kurang baik antara lain terkait dengan pemasok yang kurang tepat waktu dalam memberikan jadwal kehadiran barang dagangan yang tentunya akan berpengaruh terhadap perilaku pedagang tersebut. Serta sosial ekonomi yang akan mengubah perilaku pedagang dalam mencari keuntungan saat melakukan suatu pekerjaan.

C. Analisis dampak perilaku pedagang di Pasar Wisata Plaosan terhadap kegiatan bisnis

Bagi pelaku bisnis etika atau moral untuk pembentukan kemajuan perusahaan sangat penting. Dampak positif dari penerapan etika dan perilaku bisnis Islami akan dirasakan oleh para pelaku bisnis yang berusaha melakukannya dalam aktivitas bisnisnya. Berdasarkan hasil wawancara

dengan para pedagang yang menganut etika dan perilaku Islami dalam berbisnis, hal ini akan berdampak positif bagi keberlangsungan usahanya dan kemampuan mereka dalam membangun kepercayaan konsumen.

Etika bisnis Islam berdampak besar pada aspek sosial, seperti kontribusi pedagang yang mendapatkan keuntungan maksimal dan harus menyisihkan sebagian kekayaannya untuk membantu orang miskin. Etika bisnis Islam berdampak pada pengelolaan sumber daya manusia berupa kejujuran dan rasa tanggung jawab, baik dalam urusan dunia maupun akhirat. Hal ini juga akan berdampak pada aspek finansial karena semakin maju usaha yang dijalankan maka akan meningkatkan pendapatan yang didapatkan oleh pedagang. Dari beberapa penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa pembeli atau konsumen akan menyukai dan merasa nyaman ketika berbelanja di tempat yang menurut mereka baik pelayanan perilaku maupun kualitasnya.

Sebagaimana teori yang diungkapkan oleh Abdul Manan bahwa pelaku bisnis atau pedagang harus melakukan pelayanan yang baik, sehingga konsumen tidak merasa dirugikan. Yang paling penting adalah pedagang bertindak dengan mempertimbangkan konsumen dan memberi mereka hak yang layak mereka dapatkan.¹¹ Hak konsumen tersebut meliputi hak untuk memperoleh informasi yang akurat, jelas dan jujur tentang kondisi barang yang akan dibeli. Hak memilih barang tanpa adanya

¹¹ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, 165.

pemaksaan, hak untuk diperlakukan secara baik dan benar serta tidak ada tindak diskriminatif dan hak didengar keluhan pendapat terhadap barang tersebut. Dengan demikian apabila hak tersebut terpenuhi maka akan berdampak positif bagi keberlangsungan usaha pedagang.

Selain ini, pedagang juga mempunyai hak serta kewajiban sebagai seorang pelaku usaha. Antara lain, hak menerima pembayaran sesuai dengan kesepakatan antar pembeli, serta berkewajiban memperlakukan konsumen secara baik, benar, jujur serta tidak diskriminatif. Jika ada pembeli yang tidak puas dengan kondisi barang yang dibeli, harap berikan informasi yang jelas dan akurat tentang kondisi barang dan atur pengembalian uang atau penggantian.

Namun, disisi lain terdapat dampak negatif dari perilaku pedagang yang kurang baik terhadap konsumen. Seperti pedagang yang kurang ramah dalam pelayanan, memasang raut wajah yang cuek, tidak memberikan informasi yang sebenarnya, membeda-bedakan antara pembeli yang sudah akrab dan yang belum. Hal tersebut tentunya akan memberikan dampak yang tidak baik bagi pembeli.

Beberapa dampak yang ditimbulkan dari pedagang di Pasar Wisata Plaosan tersebut sangat mempengaruhi kegiatan bisnis. Terutama dampak positif yang apabila dilakukan akan memberikan dampak yang lebih baik untuk kemajuan usahanya serta pendapatan yang akan didapatnya. Begitu juga sebaliknya, terkait dengan dampak negative yang ditimbulkan akan berpengaruh terhadap kualitas pelayanan yang diberikan pedagang dan akan

menimbulkan suatu hal yang kurang baik bagi pedagang tersebut maupun pembeli baik dari sisi materiil maupun imateriil.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan mengenai Perilaku Pedagang di Pasar Wisata Plaosan dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. Dari beberapa aspek perilaku pedagang, diantaranya:

1. Perilaku pedagang di Pasar Wisata Plaosan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa dari beberapa informan pedagang tersebut dalam berperilaku masih ada beberapa pedagang yang belum memegang prinsip-prinsip tersebut. Meskipun begitu, beberapa pedagang juga memberikan pelayanan yang ramah, sopan, bermurah hati, jujur dan adil, tidak membeda-bedakan dengan pembeli yang lain.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pedagang di Pasar Wisata Plaosan

Hasil penelitian menemukan bahwa terdapat beberapa faktor yakni internal yang meliputi motivasi, pengalaman dan kepribadian. Serta faktor eksternal yang meliputi kehadiran pedagang baru atau pesaing, pemasok dan sosial ekonomi. Dan beberapa faktor tersebut dapat berpengaruh terhadap perilaku yang dilakukan oleh pedagang.

3. Dampak perilaku pedagang di Pasar Wisata Plaosan terhadap kegiatan bisnis

Beberapa dampak yang ditimbulkan dari perilaku pedagang antara lain ada dampak positif dan juga dampak negatif. Kedua dampak tersebut sangat berpengaruh dalam transaksi jual beli di pasar. Dampak positifnya jika pedagang berperilaku sesuai dengan etika bisnis Islam yang telah ditetapkan maka, antara pedagang dan pembeli sama-sama mendapatkan keuntungan baik materiil maupun imateriil. Namun juga sebaliknya apabila pedagang kurang baik dalam menerapkan serta meneladani etika bisnis Islam maka hal tersebut berdampak kurang baik bagi pedagang dan lingkungan sekitarnya.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pemaparan dan analisis yang telah dijelaskan di atas, maka peneliti menyampaikan beberapa saran yang bertujuan untuk memberikan manfaat bagi pihak-pihak lain dari hasil penelitian ini.

Adapun saran-saran yang dapat disampaikan peneliti, sebagai berikut :

1. Bagi pedagang

Diharapkan dalam menjalankan bisnis perniagaan selalu memegang teguh prinsip-prinsip etika bisnis Islam dan aturan-aturan yang telah ditetapkan dalam agama Islam. Pedagang diharapkan senantiasa berperilaku jujur dan baik dalam menjelaskan barang dagangannya dengan menjelaskan kekurangan maupun kelebihan tanpa mengada-ada. Selalu

memberikan pelayanan yang terbaik dan bersikap ramah dan bertanggung jawab atas segala perbuatannya. Diharapkan antar sesama pedagang dapat bersaing secara sehat dan tetap menjaga silaturahmi.

2. Bagi pembeli

Masyarakat diharapkan untuk cerdas dalam membeli produk/barang yang diinginkan, saling menghargai dengan pedagang, menggunakan etika yang baik pula pada saat bertransaksi.

3. Bagi pihak pengelola pasar

Diharapkan pihak pengelola Pasar Wisata Plaosan hendaknya selalu memantau dan mengawasi kondisi yang ada di pasar supaya tidak ada oknum yang dengan sengaja melakukan kecurangan. Dan diharapkan selalu mengecek kondisi pasar supaya tercipta pasar yang aman, nyaman dan kondusif dengan daya saing yang tidak kalah dengan pasar lainnya. Serta memperhatikan aktivitas pasar dan memberikan sosialisasi untuk mencegah kecurangan pedagang dalam aktivitas perdagangannya.

4. Bagi peneliti selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti tentang etika bisnis Islam dari hasil penelitian ini bisa dijadikan referensi dan terus melakukan penelitian terkait etika bisnis Islam supaya para pelaku bisnis berperilaku sesuai dengan aturan syariat yang telah ditentukan.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Arifin, Johan. *Etika Bisnis Islami*. Semarang: Walisongo Press, 2009.
- Assauri, Sofyan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Grafindo Persada, 2004.
- Baits, Ammi Nur. *Pasar Muslim & Dunia Makelar*. Muamalah Publishing.
- Basrowi. *Kewirausahaan*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Beekun, Rafiq Issa. *Islamic Business Ethic*. Virginia: International Institute of Islamic Thought, 1997.
- Cervonne, Daniel dan Lawrence. *Kepribadian Teori dan Penelitian Edisi 10 Buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika, 2011.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur`an dan Terjemahnya*. Bandung: CV Diponegoro, 2005.
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Malang: UIN Malang Press, 2007.
- Dorland, Newman. *Kamus Kedokteran Dorland*. Edisi 29. Jakarta: EGC, 1975, 2002.
- Fauzi, Ika Yunia. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta : Kencana Prenadamedia Group, 2013.
- Harapan, Sofyan S. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Herdiansyah, Haris. *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups*. Jakarta: Rajawali Press, 2015.
- Karim, Adiwarmanto A. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Masadi, Ghufron A. *Fiqh Muamalah Kontekstual*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002.
- Moloeng, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2006.
- Mulyono, Sri. *Etika Bisnis Islam*. Nusa Tenggara Barat: CV Alliv Renteng Mandiri, Cet. Pertama 2021.
- Muslich. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Ekosiana, 2004.

- Naqvi, Syed Nawab. *Etika dan Ilmu Ekonomi Suatu Sintesis Alami*, terj. Husin Anis. Bandung: Mizan, 1993.
- Nawan, Hadari dan M. Martini. *Instrumen Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University, 2012.
- Nugrahani, Farida. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Surakarta
- Pambudi, Dwi Santosa. *Etika Bisnis Islam Meneladani Etos Kerja Nabi dan Rasul*. Yogyakarta: UAD Press, 2021.
- Purnaya, I Gusti Ketut. *Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016.
- Rokan, Mustafa Kamal. *Bisnis ala Nabi Teladan Rasulullah SAW dalam Berbisnis* Yogyakarta: PT Bentang Pustaka, 2013.
- Saihaan. *Hukum Pembangunan dan Ekologi Pembangunan Edisi 2*. Jakarta: Erlangga, 2004.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Suma, Muhammad Amin. *Menggali Akar Menggali Serat Ekonomi dan Keuangan Islam*. Tangerang: Kholam Publishing, 2008.
- Suryana. *Kewirausahaan Pedoman Praktik: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat, 2008.
- Trimo, Soedjono. *Pengantar Ilmu Dokumentasi*, Cet. Ke-1. Bandung: Remaja Karya, 1981.
- Yunus, Eddy. *Manajemen Strategis*. CV Andi Offset: Yogyakarta, 2016.
- Zam-zam, Fakhry dan Havis Aravik. *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*. Yogyakarta : CV Budi Utama, 2021.
- Sumber Jurnal
- Shihab, M. Quraish. Etika Bisnis dalam Wawasan Al-Quran. *Jurnal Ulumul Quran*. No. 3/VII, 8.
- Zaroni, Ahmad Nur. *Bisnis dalam Perspektif Islam (Telaah Aspek Keagamaan dalam Kehidupan Ekonomi)*. *Mazahib*, Vol.IV, No. 2, Desember 2007.

Sumber Skripsi

- Arisa, Nuri. "Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Tingkat Penjualan dalam Perspektif Etika Bisnis Islam". *Skripsi*. Bandar Lampung: IAIN Raden Intan Lampung, 2017.
- Ermawati, Novi. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi PKK Konsentrasi Tata Busana Fakultas Teknik". Universitas Negeri Semarang: 2016.
- Fiki, "Pengaruh Pengalaman Berwirausaha dan Latar Belakang Pendidikan Terhadap Karakteristik Wirasaha". Universitas Negeri Semarang: 2017.
- Kurniasih, Susi. "Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Manajemen Pemasaran di PT. Lautan Teduh Pungur". *Skripsi*. Metro: IAIN Metro, 2018.
- Ningsih, Reni Widya. "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli Online di Tokopedia". *Skripsi*. Bandar Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020.
- Pramitasari, Titik. "Implementasi Etika Bisnis dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Studi pada Home Industri Tenun Tikar Nies Collection". *Skripsi* Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2019.
- Zakiyah, Titin. "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Komunikasi Pemasaran Studi Kasus pada Toko Busana Muslim Geleri Yasmin Kabupaten Trenggalek". *Skripsi*. Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2017.