

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kehidupan manusia terbentuk berasaskan hubungan dengan Allah dan manusia dengan hewan, tumbuhan, harta benda, dan sumber alam seluruhnya, yang berbentuk hubungan yang horizontal maupun vertikal. Hubungan yang terbentuk berbagai-bagai dimensi ini menempatkan manusia sebagai makhluk sosial dimana manusia akan selalu memerlukan hubungan antar satu dengan yang lainnya, aneka hubungan tersebut tergantung dari jenis kepentingan dan keperluannya.

Saat ini Indonesia merupakan Negara keempat yang memiliki jumlah penduduk terbanyak di dunia, tetapi di Indonesia ketersediaan lapangan pekerjaan tidak seimbang dengan jumlah penduduk sehingga membuat membuat beberapa orang berwirausaha atau berdagang baik melalui daring internet (*online*), maupun penjualan secara tatap wajah melalui lapak atau toko (*offline*).

Beberapa pedagang yang berjualan secara tatap wajah tersebut (*offline*) ada yang berada di pasar. Pasar adalah tempat dimana konsumen yang memiliki keperluan akan barang tertentu bertemu dengan penjual yang menyediakan berbagai barang atau jasa yang diperlukan oleh konsumennya. Hal ini berkaitan dengan hubungan yang terjalin antara manusia dimana hubungan keperluan dan kepentingan yang terjadi yaitu hubungan antara pedagang dan pembeli yang terjadi di pasar.

Perdagangan atau jual beli merupakan aktivitas bisnis dimana dalam praktiknya dapat dilakukan di pasar atau melalui media internet. Aktivitas ekonomi selalu memiliki relasi dengan etika dan karena itu pula (bisnis) tidak bisa dilepaskan dari sosial dan budaya masyarakat dimana etika itu dipraktikkan. Sebagaimana halnya

aspek-aspek lain dalam kehidupan manusia yang melibatkan etika, ekonomi dan bisnis pun selalu dikaitkan dengan etika sehingga munculah apa yang disebut dengan etika dalam bisnis dan bisnis yang etis (Muhammad, 2000, hlm. 49).

Etika berhubungan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun pada suatu masyarakat atau sekumpulan masyarakat (Muhaimin, 2011, hlm. 6). Secara bahasa, kata yang mewakili istilah “etika” dalam Alquran disebut dengan *alkhuluq* berasal dari kata dasar *khaluqa-khuluqān* yang berarti tabiat, budi pekerti, kebiasaan (Muhaimin, 2011, hlm. 28).

Etika bisnis menurut Islam ialah bertujuan untuk mengajarkan manusia menjalin kerjasama, tolong-menolong, serta menjauhkan diri dari sikap dengki dan dendam serta hal-hal yang tidak sesuai dengan syariah. (Qardhawi, 1997, hal. 5) sebagaimana firman Allah SWT :

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: *Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksaan-Nya. (Q.S Al-Maidah / 5:2)*

Etika bisnis merupakan aplikasi pemahaman kita tentang apa yang baik dan benar untuk beragam instuisi, teknologi, transaksi, aktivitas, dan usaha yang kita sebut bisnis (Velasquez, 2005, hlm. 1). Adapun bentuk-bentuk etika bisnis Islam yang dimaksud adalah berperilaku jujur, amanah, adil, bersikap ramah, bekerja keras, bekerja sama, murah hati, dan sederhana. Etika bisnis Islam melarang perilaku yang mengambil riba, mengurangi timbangan atau takaran, garar atau judi, penipuan, penimbunan, serta monopoli

Kejujuran bagi seseorang adalah modal untuk hidup, baik dalam berdagang maupun terkait bagi setiap aspek dalam kehidupannya, sehingga kejujuran merupakan pondasi awal dalam etika berdagang. Maraknya kasus penipuan atau pengurangan

timbangan atau tidak adanya harga yang transparan menimbulkan kerugian pada pihak konsumen, beberapa penelitian YLKI (Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia) menyebutkan diantaranya marak mendapati pedagang yang curang, atau menipu konsumen, sehingga tidak jarang konsumen merasa dirugikan.

Bisnis yang sebenarnya merupakan bisnis yang mengedepan etika, sehingga dapat memberikan dampak yang positif bagi pembeli (konsumen) hal ini sangat penting bagi keberlangsungan bisnis karena bisa menjadi keberhasilan suatu bisnis tergantung pada pelaku bisnis, pelaksanaan bisnis pada masyarakat sangat didambakan oleh semua orang.

Bertitik tolak dari hal yang diatas, maka penerapan etika bisnis dengan Islam dalam berdagang sangat terkait, karena dalam suatu organisasi bisnis khususnya perdagangan pastilah memerlukan pelaku-pelaku yang jujur, adil dan tidak curang, tidak berkhianat serta dapat menghindari sifat-sifat tercela lainnya, sehingga bisnis bisa saling menguntungkan, bukan keberuntungan sebelah pihak melaikan kedua-duanya dalam hal ini yaitu antara penjual dan konsumen (pembeli) saling membutuhkan dan hal ini sesuai dengan pokok-pokok ajaran islam.

Di Kalimantan Selatan sebagian masyarakatnya masih memilih pasar tradisional sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan hajat hidupnya, mulai dari keperluan sehari-harinya seperti gula, beras, hingga telur dan juga beberapa keperluan nya yang bersifat jangka panjang seperti pakaian, dll. Di Kalimantan Selatan terdapat beberapa pasar tradisional yang hingga saat ini masih eksis dan tetap beroperasi diantaranya adalah yang ada di Kabupaten Banjar yaitu pasar tradisional yang bernama Pasar Manarap Kertak Hanyar yang berada di jalan A.Yani km 8 Manarap Lama, Kalimantan Selatan. Pasar Manarap Kertak Hanyar yang lebih dikenal dengan sebutan pasar Manarap. Pasar ini mempunyai lokasi dekat pemukiman padat penduduk karena

satu-satunya pasar tradisional yang terdapat di Desa Manarap Sesuai dengan data statistik tahun 2017 yang dikumpulkan dan disajikan oleh bps kab banjar jumlah penduduk kertak hanyar adalah 44.509 lebih banyak dari daerah gambut yang berjumlah 40.736 (https://banjarkab.bps.go.id/indicator/12/47/1/jumlah_penduduk.html). Hal ini menunjukkan bahwa penduduk disekitaran pasar manarap memiliki jumlah penduduknya cukup banyak.

Berdasarkan observasi yang dilakukan penulis untuk mengetahui data awal penelitian, maka penulis dapatkan beberapa contoh kasus terkait perilaku pedagang berhubungan dengan etika bisnis, seperti ibu Lina pedagang yang selalu berusaha berlaku ramah (bernada bicara santun dan selalu tersenyum) kepada pembeli baik pembeli itu berlaku baik maupun buruk atau kurang menyenangkan, ada pula pedagang yang menjelaskan secara detail misalnya jenis telur yang dijualnya sesuai dengan harga masing-masing jenis telur, jadi pembeli bebas untuk memilih jenis telur yang di belinya, apakah telur itik, atau telur ayam kampung dan telur ayam ras, begitu juga dengan jenis beras sudah ada jenis beras yang aku di pilih, hanya sesuai dengan kualitas yang dipilihnya, misal jenis beras siam unus akan berbeda harganya dengan beras karang dukuh dan jenis beras yang lainnya, begitu juga dengan telur, kalau telur ayam kampung berbeda harganya dengan telur ayam ras, jadi pembeli sudah memahami dengan kondisi jenis telur yang dipilihnya.

Penjualan beras dan telur tidak ada tawar menawar karena sudah jelas kualitas yang di tawarkan atau yang di jual sesuai dengan harga yang di bayar, untuk penjualan beras dan telur harganya sudah standar jadi tidak ada tawar menawar harga sudah umum tiap semua pedagang telur dan beras, sudah dapat dipastikan sama disetiap pedagang kalau ada perbedaan tidak terlalu signifikan. Untuk yang berperilaku negatif seharusnya sudah tidak ditemukan pada penjual telur dan beras

karena penjualan sudah transparan, karena pembeli dapat dengan leluasa untuk menentukan jenis telur atau beras yang akan dibelinya. Telur dan beras bisa langsung di lihat pembeli baik kualitasnya maupun jenisnya.

Dipasar Manarap Kertak Hanyar Kabupaten Banjar khususnya pedagang beras dan telur yang ada di Pasar Manarap Kabupaten Banjar yang kebanyakannya merupakan masyarakat Islam yang agamis, diharapkan perilaku dari para pedagangnya sudah mencerminkan perilaku yang jujur atau amanah. Namun disesuaikan fakta yang ada dilapangan sebagian pedagang yang saya teliti mempunyai niat untuk keberkahan dari Allah SWT dengan selalu mengutamakan kejujuran, amanah, adil, gigih serta bekerja keras, tidak merasa tersaingi dan saling kerjasama juga tidak menjelek-jelekan pedagang yang lainnya. Dalam sikap bekerja keras terdapat 2 orang pedagang yang bekerja lebih keras di bandingkan pedagang yang lainnya dengan jam berdagang lebih lama, karena selain berdagang di pasar Manarap beliau juga berdagang di pasar pagi di kawasan pal 7

Berdasarkan permasalahan yang ada diatas maka peneliti ingin melakukan penelitian yang kemudian penulis coba tuangkan dalam sebuah karya tulis ilmiah dalam bentuk skripsi dengan judul **“Perilaku Pedagang Beras dan Telur di Pasar Manarap Kecamatan Kertak Hanyar Kabupaten Banjar (Tinjauan Etika Bisnis Islam)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah disebutkan di atas, maka disusunlah rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perilaku pedagang beras dan telur di Pasar Manarap ?

2. Bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap pedagang dalam menjual beras dan telur di Pasar Manarap ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah yang telah disebut di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui perilaku pedagang beras dan telur di Pasar Manarap
2. Untuk mengetahui Bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap pedagang dalam menjual beras dan telur di Pasar Manarap

D. Signifikansi Penelitian

Hasil dari penelitian ini nantinya diharapkan oleh penulis berguna sebagai berikut :

1. Bahan Kajian Ilmiah tentang Etika Bisnis
2. Bahan informasi ilmiah bagi mereka yang mengadakan penelitian yang lebih mendalam berkenaan dengan permasalahan ini dari sudut pandang yang berbeda
3. Sebagai studi ilmiah maupun urgenisitas terapan ilmu ekonomi syariah.
4. Bahan pustaka bagi Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Khususnya dan Perpustakaan UIN Antasari pada umumnya.

E. Kerangka Teori

Untuk menghindari kekeliruan dan kesalah fahaman dalam memahami penelitian ini dan menginprestasikan judul serta permasalahan yang akan diteliti oleh penulis dan sebagai pegangan agar lebih terfokusnya kajian lebih lanjut, maka dari itu penulis membuat definisi operasional sebagai berikut :

1. Etika adalah ilmu yang menjelaskan arti baik dan buruk, menerapkan apa yang seharusnya dilakukan oleh manusia kepada lainnya, menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia didalam perbuatan mereka dan menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang harus diperbuat. (Fauroni, 2006, hlm. 21) Etika yang dimaksud dalam penelitian ini adalah praktik etika bisnis pedagang beras dan telur di Pasar Manarap Kertak Hanyar yang kemudian akan diteliti lebih lanjut yang sesuai dengan etika bisnis Islam
2. Bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. (Fauzia, 2013, hlm. 3) Bisnis yang dimaksud dalam penelitian ini adalah proses perdagangan beras dan telur di Pasar Manarap Kertak Hanyar .
3. Etika bisnis adalah tanggung jawab pelaku bisnis sehingga yang diharapkan akan terwujud situasi dan kondisi bisnis yang sehat dan bermartabat yang pada akhirnya dapat juga bermanfaat bagi masyarakat, bangsa dan Negara. (Nugroho, 2015, hlm. 20) Etika bisnis yang dimaksud dalam penelitian ini adalah praktik etika bisnis pedagang beras dan telur di Pasar Manarap Kertak Hanyar dalam transaksi jual beli.
4. Pedagang adalah orang yang mencari nafkah dengan berdagang (Djakfar, 2007, hlm. 180). Pedagang yang dimaksud dalam penelitian ini adalah orang yang pekerjaannya menjual beras dan telur di Pasar Manarap Kertak Hanyar.

F. Kajian Pustaka

Guna menghindari kesalah pahaman dan untuk memperjelas permasalahan yang penulis angkat, maka diperlukan adanya kajian pustaka untuk membedakan penelitian ini

dengan dengan penelitian yang telah ada. Berikut penelitian sejenis yang telah diteliti, yaitu :

- 1) Sirman Dahwal (2013) meneliti tentang kajian normatif tentang etika bisnis menurut hukum Islam. Hasil penelitian menyimpulkan dalam prakteknya etika bisnis dalam Islam menerapkan nilai-nilai moral dalam setiap aktivitas ekonomi dan setiap hubungan antara satu kelompok masyarakat lainnya. Nilai moral tersebut tercakup dalam empat sifat shiddiq, amanah, tabligh, dan fathonah. Keempat sifat ini diharapkan dapat menjaga pengelolaan institusi-institusi ekonomi dan keuangan secara profesional dan menjaga interaksi ekonomi, bisnis dan sosial berjalan sesuai aturan permainan yang berlaku.

Kesamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan etika bisnis, bedanya penelitian yang peneliti lakukan ini membahas tentang penerapan etika bisnis pedagang sembako di Pasar Ahad sedangkan penelitian yang dilakukan Sirman Dahwal membahas tentang kajian normatif tentang etika bisnis menurut hukum Islam.

- 2) Penelitian yang dilakukan oleh Nurul Aliyah (2018) mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2018, dengan skripsi berjudul “Etika Bisnis Pedagang Pakaian di Pasar Batuan Martapura (Aliyah, 2018). Penelitian tersebut mengangkat permasalahan tentang etika bisnis pedagang pakaian yang ada di Pasar Batuan Martapura melakukan segala cara agar mendapatkan keuntungan seperti adanya unsur ketidakjujuran dalam berdagang.

Persamaan penelitian yang peneliti teliti adalah kami meneliti tentang etika bisnis pedagang pasar. Namun yang membedakannya adalah peneliti menitik beratkan etikanya terhadap pedagang yang tetap berjualan dan meninggalkan kewajiban shalat subuhnya.

- 3) Komba, 2017, Analisis Transmisi Harga Dan Perilaku Pedagang Beras Di Indonesia. Beras masih menjadi komoditi pangan utama dan strategis bagi masyarakat Indonesia. Hal tersebut diantaranya karena beras masih merupakan makanan utama rakyat Indonesia. Sekitar 95 persen dari 230 juta rakyat Indonesia memilih kebutuhan makanan pokoknya berupa beras, sehingga tidak mengherankan bila permintaan beras di Indonesia sangat besar (BPS 2012).

Kerjasama antara Badan Ketahanan Pangan (BKP) Kementerian Pertanian dengan Badan Pusat Statistik mencatat, untuk tahun 2011 data konsumsi beras di Indonesia masih cukup tinggi yaitu sebesar 113.72 kilogram perkapita pertahun (BPS 2012). Bahkan menurut Ilham et al. (2011) lebih dari 60 persen rata-rata pengeluaran rumah tangga digunakan untuk pangan. Adapun hasil SUSENAS September 2012 menunjukkan bahwa pengeluaran untuk makanan adalah sebesar 47.71 persen dari total pengeluaran.

Pada pasar yang terhubung secara vertikal dengan pasar yang lain dalam perdagangan, harga di pasar acuan akan mempengaruhi harga yang terbentuk di pasar pengikut. Harga beras juga dipengaruhi oleh jumlah produksi karena pola produksi yang mengikuti musim. Selain itu, komoditas beras memerlukan waktu mulai dari proses pengolahan lahan sampai panen dan pemasaran hasil panen sehingga harga beras dipengaruhi juga oleh penyesuaian pasar. Tujuan penelitian ini yaitu Menganalisis tingkat transmisi harga beras dari produsen ke konsumen di Indonesia, menganalisis faktor yang mempengaruhi pembentukan harga beras di tingkat konsumen akhir serta menganalisis perilaku pedagang dalam pembentukan harga beras di Indonesia. Data yang digunakan untuk menganalisis transmisi harga beras dari tingkat konsumen ke tingkat produsen dan faktor yang mempengaruhi

pembentukan harga beras tingkat produsen yaitu data time series bulanan dari Juni 2011 sampai dengan Mei 2017.

Error Correction Model (ECM) yang dikembangkan oleh von Cramon-Taubadel and Loy (1996) digunakan untuk menganalisis transmisi harga beras dari tingkat konsumen ke tingkat produsen serta faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan harga beras tingkat konsumen, sedangkan untuk menganalisis perilaku pedagang beras digunakan analisis game theory. Hasil pengujian kausalitas menunjukkan bahwa harga beras di tingkat konsumen mempengaruhi pembentukan harga beras di tingkat produsen.

Selanjutnya dilakukan estimasi ECM diperoleh hasil bahwa dalam jangka pendek transmisi harga beras dari tingkat konsumen ke tingkat produsen berjalan secara asimetri. Hal ini terjadi karena adanya adjustment cost yang tinggi yang dikeluarkan oleh pedagang perantara dan informasi yang asimetri. Sebaliknya dalam jangka panjang transmisi harga beras dari tingkat konsumen ke tingkat produsen berjalan secara simetri artinya saat terjadi kenaikan harga beras di tingkat konsumen maka produsen akan merespon dengan kenaikan harga dan sebaliknya saat terjadi penurunan harga beras di tingkat konsumen maka produsen akan merespon dengan penurunan harga pada kecepatan yang sama.

Setelah dilakukan uji Wald diperoleh hasil bahwa tidak terbukti terjadi transmisi harga asimetri dari tingkat konsumen ke tingkat produsen dalam jangka panjang sehingga kondisi ini menunjukkan bahwa dalam jangka panjang pemasaran beras di Provinsi Lampung efisien dari segi harga. Selain itu, kondisi ini juga mengindikasikan bahwa tidak terdapat penyalahgunaan market power yang dimiliki pedagang perantara. Harga beras yang terbentuk di tingkat konsumen dipengaruhi oleh harga beras di tingkat grosir, harga beras di tingkat produsen, harga bahan bakar

minyak dan harga beras di tingkat konsumen pada periode sebelumnya sedangkan harga beras impor tidak berpengaruh

- 4) Emelda Herawati, 2019, Potensi Pedagang Beras Dalam Meningkatkan Pendapatan Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pasar Tradisional Percontohan Panorama Kota Bengkulu). Ada dua persoalan yang dikaji dalam skripsi ini, yaitu: (1) Bagaimana perilaku pedagang beras dalam meningkatkan pendapatan di Pasar Tradisional Percontohan Panorama Kota Bengkulu, (2) Bagaimana potensi pedagang beras dalam meningkatkan pendapatan di Pasar Tradisional Percontohan Panorama Kota Bengkulu ditinjau dari perspektif etika bisnis Islam. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui potensi pedagang beras dalam meningkatkan pendapatan di Pasar Percontohan Panorama Kota Bengkulu.

Untuk mengetahui potensi pedagang beras dalam meningkatkan pendapatan di Pasar Percontohan Panorama Kota Bengkulu ditinjau dari perspektif etika bisnis Islam. Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan dan kajian pustaka dengan pendekatan kualitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah reduksi data, display data dan verification. Hasil penelitian ditemukan bahwa: (1) potensi pedagang beras dalam meningkatkan pendapatan di Pasar Tradisional Percontohan Panorama Kota Bengkulu 87,5 persen (%) para pedagang melakukan penjualan beras secara tidak jujur. Sedangkan para pedagang yang melakukan kejujuran dalam penjualan beras 12,5 persen (%). Mayoritas para pedagang melakukan penjualan beras secara tidak jujur, mencampurkan beras yang baru dengan beras yang sudah usang, untuk meningkatkan harga jual, agar memperoleh keuntungan yang lebih besar. (2) perilaku yang

dilakukan para pedagang beras di Pasar Tradisional Percontohan Panorama masih belum sesuai dengan etika bisnis Islam. Dikarenakan masih ada prinsip-prinsip dari etika bisnis Islam yang dilanggar yaitu prinsip tauhid, bertanggung jawab, keseimbangan dan keadilan, kejujuran, kehendak bebas dan ketulusan hati

- 5) Dyan Arrum Rahmadani, 2017, Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Petepamus Makassar Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. Pasar merupakan area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Perilaku menyimpang sering kali ditemukan di pasar tradisional Oleh karena itu, etika bisnis Islam sangat berperan dalam mengatur perilaku para pedagang. Sehubungan dengan hal tersebut, penulis memilih pasar tradisional Petepamus sebagai objek alasannya karena penulis melihat adanya perilaku pedagang yang tidak sesuai dengan apa yang telah diterapkan dalam etika bisnis Islam. Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (Field Research) dengan metode kualitatif yang dilakukan secara deskriptif analisis.

Lokasi penelitian dilakukan di kota Makassar tepatnya berada di jln cendrawasih, kecamatan mamajang, Ibu kota Provinsi Sulawesi Selatan. Pendekatan penelitian yang digunakan meliputi pendekatan teologis normatif, sosiologis dan fenomenologi. Dengan sumber data yang terbagi menjadi dua yaitu sumber data primer yang didapatkan langsung dari pedagang, pembeli dan petugas pasar tradisional Petepamus Makassar.

Sementara sumber data sekunder diperoleh dari arsip dokumen pihak pengelola pasar Petepamus Makassar. Metode pengumpulan data yaitu meliputi observasi, wawancara dan dokumentasi untuk selanjutnya data yang terkumpul

dianalisis melalui reduksi data, penyanyian data dan baru kemudian dilakukan penarikan kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa para pedagang di pasar tradisional Petepamus Makassar tidak mengetahui etika bisnis Islam, akan tetapi dalam melaksanakan transaksi jual beli mereka menggunakan aturan sesuai dengan etika bisnis Islam, dilihat dari tidak melupakan ibadah shalat wajib, berdo'a dan bersedekah, adil atau seimbang dalam menimbang atau menakar dan tidak menyembunyikan cacat, memberikan kebebasan kepada penjual baru dan tidak memaksa pembeli, menepati janji dan bertanggungjawab atas kualitas barang, bersikap ramah tamah dalam melayani dan bermurah hati.

- 6) Siti Mina Kusnia, 2015, Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional Ngaliyan Semarang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. Pasar merupakan area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Perilaku menyimpang sering kali ditemukan di pasar tradisional Oleh karena itu, etika bisnis Islam sangat berperan dalam mengatur perilaku para pedagang.

Sehubungan dengan hal tersebut, penulis memilih pasar tradisional Ngaliyan sebagai objek alasannya karena penulis melihat adanya perilaku pedagang yang tidak sesuai dengan apa yang telah diterapkan dalam etika bisnis Islam. Adapun perilaku yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam berupa tidak menepati janji, tidak bersikap ramah kepada pembeli, dan tidak memberikan waktu tenggang pembayaran.

Rumusan penelitian ini adalah pertama tentang pemahaman pedagang mengenai etika bisnis Islam di pasar tradisional Ngaliyan Semarang. Kedua perilaku pedagang menurut perspektif etika bisnis Islam di pasar tradisional Ngaliyan Semarang. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research). Sumber

data yang digunakan sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah wawancara dengan para pedagang di pasar Ngaliyan Semarang, dan petugas pasar Ngaliyan Semarang.

Sementara data sekunder diperoleh dari arsip dokumen pihak pengelola pasar Ngaliyan Semarang. Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif analisis. Berdasarkan hasil penelitian menyatakan: Pertama pemahaman pedagang di pasar tradisional Ngaliyan Semarang mengenai etika bisnis Islam disimpulkan bahwa para pedagang tidak mengetahui etika bisnis Islam. Akan tetapi, dalam melaksanakan transaksi jual beli mereka menggunakan aturan yang telah diatur oleh agama Islam.

Kedua perilaku pedagang di pasar tradisional Ngaliyan Semarang telah sesuai dengan etika bisnis Islam yang meliputi, tidak melupakan ibadah shalat wajib, berdo'a dan bersedekah, adil atau seimbang dalam menimbang atau menakar dan tidak menyembunyikan cacat, memberikan kebebasan kepada penjual baru dan tidak memaksa pembeli, menepati janji dan bertanggungjawab atas kualitas barang, bersikap ramah tamah dalam melayani dan bermurah hati dengan memberi waktu tenggang pembayaran.

Namun, sebagian perilaku pedagang ada yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam yaitu lalai dalam menjalankan ibadah shalat wajib ketika melakukan transaksi jual beli, tidak menepati janji, tidak bersikap ramah kepada pembeli dan tidak memberikan waktu tenggang pembayaran.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai penelitian yang akan dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisikan beberapa informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian penelitian ini adalah sebagai berikut :

Penyusunan penelitian yang dilakukan ini terdiri dari 5 (lima) bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

Bab Pertama Pendahuluan, dalam bab ini terdapat latar belakang masalah yang dipaparkan oleh penulis untuk meneliti masalah etika bisnis dengan latar belakang yang mencantumkan beberapa poin penting guna untuk menguraikan beberapa pertanyaan untuk mengetahui bagaimana permasalahannya dan bagaimana carapenyelesaiannya. Tujuan penelitian memfokuskan apa manfaat dari penelitian penulis. Kajian pustaka di sini mengkaji penelitian terdahulu guna memudahkan kita dalam melakukan penelitian. Definisi operasional berisikan pengertian yang penulis teliti. Sistematika penulisan yaitu uraian penyusunan skripsi dari bab satu sampai lima.

Bab Kedua Landasan Teori, bab ini membahas teori yaitu pada bab ini akan dijelaskan masalah-masalah yang berhubungan dengan objek penelitian melalui teori-teori yang mendukung serta relevan dari buku atau literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Teori-teori yang ada adalah alat yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini yang nantinya akan dituangkan dan dibahas secara detail dalam bab empat.

Bab Ketiga Metode Penelitian, bab ini dari jenis, sifat dan lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data, serta tahapan penelitian.

Bab Keempat Panyajian Data dan Analisis, bab ini berupa laporan hasil penelitian dan analisis data yang terdiri dari : pertama, laporan hasil penelitian lapangan yang telah dilakukan tentang praktik etika bisnis para pedagang beras dan telur di Pasar Manarap Kertak Hanyar ketika melakukan transaksi jual beli. Kedua, Analisis terhadap penelitian berupa praktik etika bisnis pedagang beras dan telur di Pasar Manarap Kertak Hanyar ditinjau dari etika bisnis dalam Islam.

Bab Lima Simpulan dan Saran, bab ini berupa kesimpulan dari hasil penelitian terhadap permasalahan yang sudah diuraikan sebelumnya dan beberapa saran yang dirasa perlu untuk dapat meningkatkan hasil yang akan dicapai.