

KATA PENGANTAR



Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah *Subhanahu wa Ta'ala* yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, yang berjudul “Analisis Persepsi Konsumen Tentang Penerapan Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Praktik Jual Beli di UKM Mart Koperasi Bina Warga Sejahtera Teluk Pucung Bekasi)”. *Shalawat* serta salam senantiasa tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad *Shallallahu 'Alaihi wa Sallam* beserta keluarga dan para sahabatnya, yang telah mendidik seluruh umatnya untuk menjadi generasi terbaik di muka Bumi ini.

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi setelah menyelesaikan pendidikan S1 Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Siliwangi. Dalam penulisan skripsi ini, tentunya tidak terlepas dari segala hambatan. Namun, berkat dukungan, kasih sayang, dan doa yang tidak pernah putus dari orang tua, kakak, beserta keluarga besar, maka hal tersebut dapat diatasi dengan baik. Selain itu, penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Dr. Ir. Nundang Busaeri, M.T., selaku Rektor Universitas Siliwangi.
2. Dr. Iwan Wisandani, S.E.I., M.Ag., selaku Dekan Fakultas Agama Islam, Universitas Siliwangi.

3. Dr. Yusep Rafiqi, S.Ag., M.M., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Siliwangi.
4. Dr. Asep Suryanto, S.Ag., M.Ag., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Trisna Wijaya, S.E.I., M.E.Sy., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Dr. Iwan Wisandani, S.E.I., M.Ag., selaku Dosen Wali Mahasiswa Kelas C, Program Studi Ekonomi Syariah, Angkatan 2018.
7. Seluruh Dosen Fakultas Agama Islam, Universitas Siliwangi, yang telah memberikan ilmu dan nasihat dalam penyusunan skripsi ini.
8. Segenap Staf Tenaga Kependidikan Fakultas Agama Islam, Universitas Siliwangi yang telah membantu dalam hal keperluan administrasi.
9. Rachmat Adiwibowo, selaku Koordinator Bidang Pengembangan Koperasi dan UKM serta Ketua Koperasi Bina Warga Sejahtera yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian dan memberikan bantuan informasi dalam penyusunan skripsi ini.
10. Nina Puspita Sari, selaku Admin UKM Mart Koperasi Bina Warga Sejahtera yang telah membantu memperoleh data dan memberikan informasi yang dibutuhkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
11. Sahabat seperjuangan; Anisa Maryanti, Erviana Mega Belia, Tasya Nurul Fitriani Rukmana, dan Bunga Surya Islami serta teman-teman Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Angkatan 2018 atas segala dukungan dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

12. Seluruh pihak yang telah membantu dan memberikan motivasi dalam penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari dengan segala keterbatasan yang ada dalam pelaksanaan maupun penyusunannya, skripsi ini masih memiliki kekurangan. Kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan dalam proses penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya serta bagi pembaca pada umumnya.

Tasikmalaya, Februari 2022

Penulis,

Intan Dwi Lestari
NPM 181002081

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

ABSTRACT

ABSTRAK

PEDOMAN TRANSLITERASI i

KATA PENGANTAR..... iii

DAFTAR ISI..... vi

DAFTAR TABEL x

DAFTAR GAMBAR..... xi

BAB I PENDAHULUAN 1

 A. Latar Belakang Masalah 1

 B. Rumusan Masalah 9

 C. Tujuan Penelitian..... 9

 D. Kegunaan Penelitian 9

BAB II KERANGKA TEORITIS 11

 A. Landasan Teori 11

 1. Persepsi Konsumen..... 11

 a. Pengertian Persepsi Konsumen..... 11

 b. Tahap atau Proses Persepsi Konsumen..... 13

 c. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Persepsi..... 16

 d. Karakteristik Konsumen yang Memengaruhi Persepsi..... 17

 e. Cara Pengukuran Persepsi..... 18

2. Etika Bisnis Islam	19
a. Pengertian Etika Bisnis Islam	19
b. Tujuan Bisnis Islam	22
c. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam	23
d. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam	26
e. Aturan dalam Bisnis Islam	28
3. Praktik Jual Beli	33
a. Pengertian Jual Beli	33
b. Rukun Jual Beli	35
c. Syarat Jual Beli	36
d. Dasar Hukum Jual Beli	39
B. Penelitian Terdahulu	42
C. Kerangka Pemikiran	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	50
A. Metode Penelitian	50
B. Sumber Data	51
1. Sumber Data Primer	51
2. Sumber Data Sekunder	51
C. Teknik Penentuan Informan	52
D. Teknik Pengumpulan Data	53
1. Observasi	53
2. Wawancara	54
3. Dokumentasi	55
E. Instrumen Penelitian	56

1. Instrumen Utama	57
2. Instrumen Pendukung	57
F. Uji Kredibilitas Data.....	57
1. Triangulasi	57
2. Menggunakan Bahan Referensi	58
G. Teknik Analisis Data	58
1. Reduksi Data.....	59
2. Penyajian Data	59
3. Kesimpulan atau Verifikasi	60
H. Tempat dan Waktu Penelitian	60
1. Tempat Penelitian	60
2. Waktu Penelitian.....	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	62
A. Gambaran Umum UKM Mart	62
1. Sejarah Singkat Berdirinya UKM Mart.....	62
2. Visi dan Misi.....	63
3. Produk dan Jasa UKM Mart	63
4. Tujuan UKM Mart	64
5. Manfaat UKM Mart	64
6. Kegiatan	65
7. Struktur Organisasi	66
B. Profil Informan	67
C. Deskripsi Data	69

1. Analisis Persepsi Konsumen.....	69
a. Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam.....	70
b. Proses Persepsi Konsumen.....	88
c. Persepsi Konsumen.....	94
2. Persepsi Konsumen Tentang Penerapan Etika Bisnis Islam...	116
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	127
A. Simpulan.....	127
B. Saran.....	127
DAFTAR PUSTAKA	129
DAFTAR LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Sampel Perhitungan Harga Produk	5
Tabel 1.2 Omset UKM Mart (Nov 20 - Nov 21)	8
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	61
Tabel 4.1 Profil Informan.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Omset UKM MART (Nov 20 - Nov 21).....	8
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	49
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	66