

**ANALISIS PERILAKU PEDAGANG DALAM PERSPEKTIF
ETIKA BISNIS ISLAM
(STUDI KASUS PADA PEDAGANG BUAH-BUAHAN PASAR
CIKURUBUK)**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (SE) Pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam
Universitas Siliwangi



Oleh :

Alpi Rahmatika

181002057

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS SILIWANGI
2022**

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS PERILAKU PEDAGANG DALAM PERSPEKTIF
ETIKA BISNIS ISLAM
(STUDI KASUS PADA PEDAGANG BUAH-BUAHAN PASAR
CIKURUBUK)**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
(SE) Pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas
Siliwangi

Diajukan Oleh,

ALPI RAHMATIKA

NPM: 181002057

Disahkan Oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Yusef Rafiqi, S.Ag., M.M.
NIP. 197401032021211003

Elis Nurhasanah, S.Sy., M.Si.
NIP. 199310012019032027

**Dekan
Fakultas Agama Islam**

**Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah**

Dr. Iwan Wisandani, S.E.I., M.Ag.
NIP. 196910142021211002

Dr. Yusef Rafiqi, S.Ag., M.M.
NIP. 197401032021211003

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi berjudul “**Analisis perilaku pedagang dalam perspektif Etika Bisnis Islam (studi kasus pada pedagang buah-buahan pasar cikurubuk)**” beserta seluruh isinya adalah karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini saya siap menanggung konsekuensi atau sanksi apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dari pihak lain terhadap keaslian skripsi.

Tasikmalaya Juni 2022

Yang membuat pernyataan,

ALPI RAHMATIKA
181002057

ABSTRAK

ALPI, 2022. Analisis perilaku pedagang dalam perspektif etika bisnis Islam (studi kasus pada pedagang buah-buahan pasar cikurubuk).
Program Study Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi.

Pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk menjual berbagai kebutuhan pokok serta pembeli akan senantiasa membeli setiap kebutuhan yang diinginkan. Dalam jual beli seharusnya terbuka dan jujur antara kedua belah pihak agar salah satu pihak tidak merasa rugi, masih ada transaksi jual beli yang dilakukan di pasar merugikan salah satu pihak karena tidak adanya kejujuran oleh karena itu sering terjadi penyimpangan dalam jual beli. faktor yang mempengaruhi hal tersebut karena ketidaktahuan atau ketidaksengajaan yang dilakukan oleh penjual. Sementara dalam kegiatan jual beli tidak boleh dilakukan sesuka hati karena dapat merugikan orang lain. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli pada pedagang buah-buahan pasar cikurubuk.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer hasil wawancara dengan pedagang buah-buahan di pasar cikurubuk dengan jumlah responden 10 pedagang buah-buahan. Untuk uji kredibilitas data dengan triangulasi teknik. Yang di dapat dari observasi, wawancara, dan dokumentasi.

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

Kata kunci : Etika Bisnis Islam, Perilaku pedagang, Pasar Cikurubuk

ABSTRACT

ALPI, 2022. Analysis of the behavior of traders in the perspective of islamis business ethic, a ces study on fruit traders at the cikurubuk market.
Islamic Economics Study Program, Faculty Of Islamic Studies,
Siliwangi University, Tasikmalaya.

The market is a meeting place for sellers and buyers to sell various basic needs and buyers will always buy every need they want. In buying and selling, it should be open and honest between the two parties so that one party does not feel a loss, there are still buying and selling transactions carried out in the market that harm one party because of the absence of honesty, therefore there are often deviations in buying and selling. This is due to the seller's ignorance or inadvertence. Meanwhile, in buying and selling activities, it cannot be done at will because it can harm other people. Therefore, this study aims to analyze the implementation of Islamic business ethics in buying and selling transactions at fruit traders at the Cikurubuk market.

This study used descriptive qualitative method. The data sources used are primary data sources from interviews with fruit traders in the Cikurubuk market with 10 fruit traders as respondents. To test the credibility of the data with triangulation techniques. Which can be obtained from observations, interviews, and documentation.

Based on the results of research on the behavior of fruit traders in the Cikurubuk market, some have implemented Islamic business ethics as seen from the principles of monotheism, balance, free will, responsibility, truth and honesty. Therefore, some fruit traders in the cikurubuk market already understand Islamic business ethics.

Keywords: Islamic Business Ethics, Trader's Behavior, Cikurubuk Market

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Konsonan

No	Huruf Arab	Nama Huruf	Huruf Latin	No	Huruf Arab	Nama Huruf	Huruf Latin
1	ا	Alif	-	17	ظ	Zha'	Zh
2	ب	Ba'	B	18	ع	'Ain	'
3	ت	Ta'	T	19	غ	Ghin	Gh
4	ث	Tsa	Ts	20	ف	Fa'	F
5	ج	Jim	J	21	ق	Qaf	Q
6	ح	<u>Ha'</u>	<u>H</u>	22	ك	Kaf	K
7	خ	Kha'	Kh	23	ل	Lam	L
8	د	Dal	D	24	م	Mim	M
9	ذ	Dzal	Dz	25	ن	Nun	N
10	ر	Ra'	R	26	و	Waw	W
11	ز	Zay	Z	27	ه	Ha'	H
12	س	Sin	S	28	لا	Lam Alif	La
13	ش	Syin	Sy	29	ء	Hamzah	-
14	ص	Shad	Sh	30	ي	Ya'	Y
15	ض	Dhad	Dh	31	ة	Ta' marbuthah	<u>T</u>
16	ط	Tha'	Th	32	-	-	-

B. Vokal Pendek

َ = a	ِ = i	ُ = u
-------	-------	-------

C. Vokal Panjang

آ = â	إِ = Î	أُ = Û
-------	--------	--------

D. Diftong

أَيَّ = ay	أَوْ = aw
------------	-----------

E. Pembaruan

ال = al	وال = wa al
ال-ق = al-qo	ال-ش = al-sy

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah swt. yang telah melimpahkan segala rahmat dan nikmat-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini hingga selesai. Sholawat dan salam semoga tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW. yang telah berjuang membawa umat manusia kepada fitrah yang benar dan jalan yang diridhai-Nya, para keluarga, para sahabatnya dan mudah-mudahan kita termasuk umatnya yang komitmen pada ajarannya hingga akhir zaman. Aminn

Dalam penulisan skripsi ini penulis susun untuk membahas mengenai **“ANALISIS PERILAKU PEDAGANG DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS PADA PEDAGANG BUAH-BUAHAN PASAR CIKURUBUK)”**. Yang merupakan salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dari program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi.

Penelitian ini tidak mungkin berjalan lancar tanpa adanya dukungan ibunda tercinta Enung Paridah, Ayahanda tercinta Anwar sadid, Adik tercinta Rifka Mir’atunnisa yang selalu memberikan motivasi dan do’a untuk tercapainya penyelesaian ini serta keluarga yang selalu memberikan dorongan, baik materil maupun non materil serta limpahan do’a dan motivasi yang sangat berharga kepada penulis.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Ir Nundang Busaeri, MT, selaku Rektor Universitas Siliwangi Tasikmalaya.

2. Dr. Iwan Wisandari, S.E.I., M.Ag, selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi
3. Dr. Yusef Rafiqi, S.Ag., M.M. selaku Ketua Program Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam dan selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis selama penyusunan skripsi penelitian
4. Dr. Hj. Lina Marlina., S.Ag., M.Ag selaku Dosen Wali
5. Elis Nurhasanah S.Sy., M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis selama penyusunan skripsi penelitian
6. Seluruh Dosen Fakultas Agama Islam yang telah memberikan masukan dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh Staf kependidikan Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi yang membantu dalam hal administrasi serta telah membantu juga memperlancar penyelesaian skripsi ini.
8. Rekan-rekan seperjuangan 2018 yang selalu menemani dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Pedagang buah-buahan dipasar cikurubuk yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengadakan penelitian.
10. Pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan, baik yang secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis selama penyusunan skripsi ini. Semoga Allah SWT. Selalu memberikan perlindungan dan membalas amal kebaikan mereka semua. Aamiin YRA.

Tasikmalaya, Juni 2022

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERNYATAAN

ABSTRAK

ABSTRACT

PEDOMAN TRANSLITERASI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II	8
LANDASAN TEORI.....	8
A. Tinjauan Pustaka	8
1. Perilaku Pedagang.....	8
a. Pengertian Perilaku Pedagang	8
b. Faktor yang mempengaruhi perubahan sikap dan perilaku pedagang.....	10
c. Syarat dan Kriteria perilaku pedagang Sukses.....	12
2. Etika Bisnis Islam	15
a. Pengertian Etika Bisnis Islam.....	15
b. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam	18
c. Ruang lingkup Etika Bisnis Islam	20
d. Konsep Al-Qur'an tentang Bisnis.....	21
B. Penelitian Terdahulu	22
C. Kerangka Pemikiran.....	25
BAB III	28

METODE PENELITIAN	28
A. Metode Penelitian.....	28
B. Sumber Data.....	29
C. Teknik Pengumpulan Data	29
D. Instrumen Penelitian.....	30
E. Uji Kredibilitas Data	31
F. Teknis Analisis Data	31
G. Waktu dan Tempat Penelitian	32
BAB IV	34
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
A. Profil Pasar Cikurubuk Tasikmalaya	34
1. Sejarah Singkat Pasar Cikurubuk Tasikmalaya	34
2. Visi dan Misi	35
3. Profil Pasar Cikurubuk	36
B. Deskripsi Hasil Dan Analisis Penelitian.....	36
1. Prinsip Tauhid (<i>Unity</i>).....	37
2. Keseimbangan (<i>equilibrium</i>)	39
3. Kehendak Bebas (<i>Free Will</i>)	41
4. Tanggung Jawab (<i>Responsibility</i>).....	42
5. Kebenaran dan kejujuran	44
BAB V	47
PENUTUP	47
A. Simpulan	47
B. Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	51

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian.....	32
Tabel 4.1 Responden Pedagang Buah-Buahan.....	37
Tabel 4. 1 Responden Pedagang Buah-Buahan	37
Tabel 4. 2 Prinsip Tauhid	39
Tabel 4. 3 Prinsip Keseimbangan	40
Tabel 4. 4 Prinsip Kehendak Bebas	42
Tabel 4. 5 Prinsip Tanggung Jawab	43
Tabel 4. 6 Prinsip Kebenaran.....	45
Tabel 4. 7 Implementasi EBIS Pedagang Buah-Buahan	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	27
--------------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pasar pada saat ini sudah menjadi tempat yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Pasar bagi masyarakat bukan hanya tempat untuk bertemunya antara penjual dan pembeli tapi juga berfungsi sebagai tempat untuk berinteraksi atau bertukar barang atau jasa dengan orang lain, sekumpulan penjual dan pembeli yang melakukan transaksi jual beli barang atau jasa suatu produk atau kelompok produk tertentu.

Pasar adalah suatu tempat bertemunya penjual dan pembeli, sedangkan dalam arti luas terjadi aktivitas jual beli barang-barang dan jasa-jasa sudah dapat dikatakan sebagai pasar. Jadi pasar tidaklah selamanya merupakan bangunan atau tertentu.¹

Pasar atau market adalah tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi ekonomi yaitu membeli dan menjual barang dan jasa atau sumber daya ekonomi atau faktor-faktor produksi lainnya. Pada dasarnya pasar tidak menunjuk suatu lokasi atau tempat tertentu, karena pasar tidak mempunyai batas-batas geografis. Sistem jaringan komunikasi modern telah mampu meniadakan hambatan atau batasan geografis, sehingga memungkinkan pembeli dan penjual dapat bertemu/bertransaksi tanpa harus saling melihat wajah masing-masing.

¹ Sayid syekh, *Sekilas pengantar Ilmu Ekonomi dan Pengantar Ekonomi Islam*, (Jakarta Selatan: Rreferensi GP Press Group, 2013), hlm.66

Pasar secara umum dapat dikatakan bahwa, tempat pertemuan antara penjual dengan pembeli disebut pasar. Pengertian ini mengandung arti bahwa yang dimaksud dengan pasar disini adalah suatu tempat atau daerah yang didalamnya terdapat kekuatan-kekuatan permintaan dan penawaran yang saling bertemu untuk menentukan suatu harga. Jadi pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, mempunyai uang untuk berbelanja dan mempunyai kemauan untuk membelanjakannya.²

Pada prinsipnya, kegiatan perekonomian yang terjadi di pasar didasarkan pada kebebasan bersaing, baik bagi penjual maupun pembeli. Penjual atau produsen memiliki kebebasan dalam memutuskan barang atau jasa apa yang harus diproduksi dan yang harus didistribusikannya. Sedangkan pembeli atau konsumen memiliki kebebasan dalam memilih dan membeli barang atau jasa sesuai dengan tingkat daya belinya.

Namun pada kebebasan bersaing disini harus didasarkan pada etika berbisnis agar para penjual dan pembeli mengetahui tata cara bersaing secara sehat tanpa terjadi kerugian-kerugian yang tidak diinginkan. Sangat penting bagi pedagang untuk memperhatikan kepuasan konsumen. Kepuasan adalah perasaan senang atau\kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap hasil suatu produk dan harapannya.

Sangat penting bagi pedagang untuk memperhatikan kepuasan para konsumen atau pembeli. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap

² Murti Sumarni dan John Supriharto, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta; Liberty Yogyakarta, 2014), hlm. 270.

kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Jadi kepuasan merupakan fungsi dari persepsi/kesan atas kinerja dan harapan.³

Ketika terjadi kecurangan yang dilakukan oleh oknum pedagang buah-buahan, seperti yang seharusnya pedagang memberitahukan kepada pembeli apabila ada kekurangan pada buah yang dijualnya, contohnya buahnya tidak terlalu manis atau buahnya sudah tidak layak untuk di konsumsi tapi malah dan dicampurkan dengan buah-buahan yang masih segar agar tidak diketahui oleh pembeli dan tetap di perjual belikan sehingga membuat pihak pembeli atau konsumen menjadi rugi.

Konsumen atau pembeli seharusnya menerima barang dalam kondisi baik, dan harga yang wajar. Pedagang juga harus memberitahukan apabila terdapat kekurangan-kekurangan pada barang yang akan dipasarkan atau yang akan dijualnya dipasar. Informasi yang lengkap, daya tarik dan kelebihan suatu barang atau produk menjadi faktor yang sangat menentukan bagi konsumen atau pembeli untuk menentukan pilihannya oleh karena itu informasi merupakan hal yang sangat penting bagi konsumen.

Berdasarkan studi kasus pendahuluan yang penulis lakukan, di dapat fakta-fakta beberapa pedagang melakukan kecurangan sementara dalam teori etika bisnis islam seharusnya perilaku pedagang melakukan tindakan berdasarkan prinsip etika bisnis islam yaitu: tauhid, keseimbangan, tanggungjawab, kehendak bebas, dan kebenaran.

³ Sayid Syekh, *Sekilas Pengantar Ilmu Ekonomi dan Pengantar Ekonomi Islam*, (Jakarta Selatan: Preferensi GP Press Group, 2013), hlm. 244.

Kejujuran menjadi pondasi awal untuk menjalankan perdagangan, kejujuran ini sangat penting artinya bagi kepentingan masing-masing pihak selanjutnya. Karena, seandainya salah satu pihak berlaku curang dalam memenuhi syarat-syarat perjanjian tersebut, selanjutnya tidak mungkin lagi pihak yang dicurangi itu mau menjalin relasi bisnis dengan pihak yang curang tadi.⁴

Kejujuran dalam memberikan informasi sangat diperlukan oleh konsumen. Kejujuran merupakan salah satu kata kunci dalam kesuksesan seorang wirausahaan. Sebab suatu usaha tidak akan bisa berkembang sendiri tanpa ada kaitan dengan orang lain. Sementara kesuksesan dan kelanggengan hubungan dengan orang lain atau pihak lain, sangat ditentukan oleh kejujuran kedua belah pihak.⁵ Nilai kejujuran dipraktekan oleh Nabi Muhammad SAW, beliau adalah seorang pedagang yang terkenal dengan kejujuran.

Kecurangan-kecurangan diatas membuat para calon pembeli merasa kurang nyaman bahkan tidak nyaman untuk datang ketempat. Dalam Undang-Undang Republik Indonesia No 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen yang berisikan hak-hak konsumen, disamping kewajiban yang harus dilakukan. Dengan adanya Undang-Undang tersebut maka diharapkan kepada para pelaku bisnis untuk melakukan peningkatan dan pelayanan sehingga konsumen tidak merasa rugi dan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pelaku pedagang atau bisnis.

Pentingnya pasar sebagai wadah aktivitas tempat jual beli tidak hanya

⁴ Sonny Keraf, *Etika Bisnis*, (Yogyakarta: Kanisius, 1998), hlm. 77.

⁵ Nase Saefudin Zuhri, *Kewirausahaan kajian perspektif umum dan islam*, (Bandung: Plater Media Kreasi, 2016), hlm. 42.

dilihat dari fungsinya secara fisik, namun aturan, norma dan yang terkait dengan masalah pasar. Dengan fungsi di atas, pasar jadi rentan dengan sejumlah kecurangan dan juga perbuatan ketidakadilan yang mendzalimi pihak lain karena peran penting pasar dan juga rentan dengan hal-hal yang dzalim, maka pasar tidak terlepas dengan sejumlah aturan syariat, yang antara lain terkait dengan pembentukan harta dan terjadinya transaksi dipasar. ⁶

Dalam berbisnis perlu diperhatikan etika bisnis sesuai dengan Syariah Islam. Etika Bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan. Etika bisnis Islam adalah studi tentang seseorang atau organisasi melakukan usaha atau kontak bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan dengan nilai-nilai ajaran Islam. ⁷

Dengan kata lain, menurut pengertian diatas para pelaku pedagang harus mengetahui etika dalam berdagang sesuai dengan nilai-nilai ajaran islam. Etika bisnis islam harus dimiliki oleh setiap orang yang melakukan aktivitas ekonomi baik itu yang melakukan kegiatan bisnis ataupun kegiatan bisnis ataupun kegiatan perdagangan, terutama para pelaku pedagang dipasar tradisional yang melakukan transaksi jual beli.

Etika bisnis sangat berperan penting dalam dunia bisnis karena sangat bermanfaat untuk mengendalikan persaingan bisnis agar tidak menjauhi norma-norma yang ada karena etika pada dasarnya moral atau standar yang menyangkut

⁶ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 268.

⁷ *Ibid.*, hlm. 35.

benar-salah atau baik-buruknya suatu perbuatan dan salah satunya adalah perbuatan-perbuatan yang dilakukan dalam berbisnis. Dan persaingan bisnis dapat dinilai etis apabila memenuhi seluruh norma-norma bisnis yang ada.

Dalam ajaran Islam dan menurut etika bisnis Islam sendiri kejujuran dalam memberikan informasi sangat diperlukan oleh konsumen. Melihat kondisi dan permasalahan di atas penulis ingin melakukan penelitian untuk mengetahui **“ANALISIS PERILAKU PEDAGANG DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS PADA PEDAGANG BUAH-BUAHAN PASAR CIKURUBUK)”**. Penulis merasa bahwa persoalan ini perlu dikaji secara mendalam agar pada kehidupan sehari-hari dapat di praktikkan dengan berpegang pada aturan-aturan hukum dan etika Islam.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah adalah: Bagaimana perilaku pedagang buah-buahan di Pasar Cikurubuk Tasikmalaya dalam menjual dagangannya?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perilaku pedagang buah-buahan di Pasar Cikurubuk Tasikmalaya dalam menawarkan dagangannya.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini bahwasanya ditunjukkan untuk:

1. Praktis (pelaku pedagang buah-buahan)

Untuk dapat mengetahui bagaimana perilaku pedagang menurut perspektif Etika Bisnis Islam agar para perilaku pedagang tidak menyimpang dari nilai-nilai ajaran islam.

2. Akademis

- a. Dengan adanya penelitian ini diharapkan menjadi sumber informasi yang bermanfaat dan memiliki nilai tambah bagi pengembangan ilmu, khususnya bagi mahasiswa Fakultas Agama Islam Program Studi Ekonomi Syariah.
- b. Menjadi motivasi bagi para akademi Ekonomi Islam untuk lebih sungguh-sungguh dalam mempelajari dan memahami ilmu ekonomi islam, Khususnya dalam Etika Bisnis Islam.

3. Umum

- a. Sebagai salah satu edukasi bagi masyarakat untuk lebih memahami etika dalam berbisnis sesuai dengan syariat islam.
- b. Memberikan pemahaman kepada masyarakat umum, khususnya umat islam agar dapat berperan aktif dalam pengembangan Bisnis Islam

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Pustaka

1. Perilaku Pedagang

a. Pengertian Perilaku Pedagang

Perilaku manusia adalah suatu aktivitas manusia itu sendiri. Secara operasional, perilaku dapat diartikan suatu respons organisme atau seseorang terhadap rangsangan dari luar subjek tersebut. Perilaku diartikan sebagai suatu aksi reaksi organisme terhadap lingkungannya. Perilaku baru terjadi bila ada sesuatu yang diperlukan untuk menimbulkan reaksi, yakni yang disebut rangsangan. Berarti rangsangan tertentu akan menghasilkan reaksi atau perilaku tertentu.⁸

Perilaku adalah tindakan atau perilaku suatu organisme yang dapat diamati dan bahkan dapat dipelajari. Perilaku manusia pada hakikatnya adalah proses interaksi individu dengan lingkungannya sebagai manifestasi hayati bahwa dia adalah makhluk hidup. Perilaku manusia adalah aktivitas yang timbul karena adanya stimulus dan respons serta dapat diamati secara langsung maupun tidak langsung.⁹

Perilaku merupakan kumpulan berbagai faktor yang saling berinteraksi. Sering tidak disadari bahwa interaksi tersebut amat kompleks sehingga kadang-kadang kita tidak sempat memikirkan penyebab seseorang menerapkan perilaku tersebut. Karena itu amat penting untuk dapat menelaah alasan dibalik perilaku individu, sebelum ia mampu mengubah perilaku tersebut.

Perilaku dipengaruhi oleh sikap, sikap sendiri dibentuk oleh sistem nilai

⁸ Nase Saefudin Zuhri, *kewirausahaan Kajian Perspektif umum dan islam*, (Bandung: Plater Media Kreasi, 2016), hlm. 85.

⁹ *Ibid.*, hlm. 85.

dan pengetahuan yang dimiliki manusia. Maka kegiatan apapun yang dilakukan manusia hampir selalu dilatarbelakangi oleh pengetahuan, dipikiran dan kepercayaan. Perilaku ekonomi yang bersifat subjektif tidak hanya dapat dilihat pada perilaku konsumen, tetapi juga perilaku pedagang tidak semata-mata dipengaruhi oleh sistem nilai yang diyakini. Wirausaha juga mendasari perilaku ekonominya dengan seperangkat etika yang diyakini. Karena itu perilaku ekonomi wirausaha tidak semata-mata mempertimbangkan faktor benar dan tidak menurut ilmu ekonomi dan hukum atau berdasarkan pengalaman tetapi juga mempertimbangkan faktor baik dan tidak baik menurut etika.¹⁰

Perilaku pedagang merupakan salah satu sikap atau tindakan seseorang dalam melakukan sebuah perdagangan disuatu pasar.¹¹ Perdagangan atau perniagaan pada umumnya, ialah pekerjaan membeli barang dari suatu tempat atau pada suatu tempat atau pada suatu waktu dan menjual barang itu ditempat lain atau pada waktu berikut dengan maksud memperoleh keuntungan. Dalam zaman modern ini perdagangan adalah memberikan perantara kepada produsen dan konsumen untuk membelikan dan menjualkan barang barang yang memudahkan dan memajukan pembelian dan penjualan itu.¹²

Pedagang harus memiliki sikap-sikap dasar yang spesifik. Seorang pedagang harus memiliki sikap bertekad bulat ingin berdagang. Bukan karena terpaksa, ia ingin mandiri dan berhasil karena ingin berhasil maka ia harus bersikap positif. Positif terhadap diri sendiri maupun terhadap orang lain. Namun demikian, masih ada

¹⁰ Wazin, *Relevansi Antara Etika Bisnis Islam dengan Perilaku Wirausaha Muslim (Studi tentang Perilaku Pedagang di pasar Lama Kota Serang Provinsi Banten)*, Jurnal Vol. 1 No. 1, 2014.

¹¹ *Ibid.*, hlm. 13.

¹² Kansil, *Pokok-pokok pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*, (Jakarta: Aksara Baru, 1984), hlm. 1.

kemungkinan untuk gagal, tetapi ia tidak gentar. Karena itu ia mau belajar dari pengalaman, termasuk dari kegagalannya yang pasti ia berani mandiri dan memimpin.¹³

Untuk itu sebagai seorang pedagang harus memiliki sikap terhadap perubahan, sekalipun perubahan jarang dapat diterima secara total oleh setiap orang yang terlibat.

b. Faktor yang mempengaruhi perubahan sikap dan perilaku pedagang

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perubahan sikap dan perilaku dalam berdagang. Faktor-faktor itu adalah sebagai berikut:¹⁴

1) Efisiensi

Efisiensi dapat dirumuskan sebagai suatu teknik operasional yang berdampak pada pencapaian tujuan secara optimal dan efektif, sehingga sumber daya, waktu, potensi, dan modal termanfaatkan secara penuh tanpa terbuang. Sejalan dengan itu, suatu manajemen yang sukses dapat diartikan sebagai cara yang tidak saja efektif dalam mencapai tujuan, tetapi juga efisien dalam memanfaatkan sumber daya.

2) Perubahan Lingkungan

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

¹³ Nase Saefudin Zuhri, *Kewirausahaan Kajian Perspektif Umum dan Islam*, (Bandung: Plater Media Kreasi, 2016), hlm. 88.

¹⁴ *Ibid.*, hlm. 89.

Manajer dalam suatu organisasi sebagaimana masyarakat profesi dan akademisi saat ini mulai menunjukkan minat terhadap ekologi. Telah disadari bahwa tindakan nyata harus diambil untuk meningkatkan kegiatan pengusaha sehingga mereka tidak menyebabkan perubahan lingkungan yang drastis dan merusak.

3) Perubahan Sosial

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

4) Persaingan

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

Dengan demikian, mengenai persaingan akan membantu anda mengerti secara total lingkungan usaha dimana anda berusaha. Jika anda tidak tahu bagaimana persaingan anda bereaksi terhadap rencana anda, anda mungkin menjalankan bisnis anda secara tidak efisien. Persaingan membuat seorang pengusaha meningkatkan kualitas barang dan jasanya secara berkelanjutan. Ini berarti mutu barang atau jasa meningkat seiring dengan waktu.

5) Perubahan Teknologi

Teknologi secara berkala berubah sesuai dengan permintaan konsumen. Pengembangan teknologi baru dilakukan untuk menghasilkan produk atau jasa baru.

Pengusaha seharusnya menyadari bahwa pengembangan teknologi baru akan mempengaruhi kegiatan usahanya.

Ketergantungan anda terhadap teknologi ditentukan oleh lingkungan dimana kegiatan usaha anda beroperasi, dan kesuksesan usaha anda tergantung pada produk itu sendiri, metode produksi dan strategi pemasarannya. Penerapan teknologi baru juga dipengaruhi oleh sifat dan keagresifan pesaing, ukuran keseluruhan industri dan tingkat pertumbuhan.

6) Perubahan Minat

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

c. Syarat dan Kriteria perilaku pedagang Sukses

Seorang pedagang harus mau menghadapi tantangan dan resiko yang ada. Resiko dijadikan sebagai pemacu untuk maju. Sedikitnya ada delapan anak tangga yang meliputi keberhasilan seorang pedagang dalam mengembangkan profesinya, yaitu:¹⁵

1) Kerja Keras

Kerja keras merupakan modal keberhasilan seorang pedagang. Setiap pengusaha yang sukses menempuh kerja keras yang sungguh-sungguh dalam usahanya.

2) Kerja Sama dengan Orang Lain

Kerja sama dengan orang lain dapat diwujudkan dalam lingkungan pergaulan

¹⁵ Nase Saifudin Zuhri, *Kewirausahaan Kajian Perspektif Umum dan Islam*, (Bandung : Plater Media Kreasi, 2016), hlm. 91.

sebagai langkah pertama untuk menembangkan usaha. Seorang pedagang harus murah hati, mudah bergaul, ramah, dan disenangi masyarakat dan menghindari perbuatan yang merugikan orang lain.

3) Penampilan yang Baik

Penampilan yang baik ditentukan pada penampilan perilaku yang jujur dan disiplin.

4) Yakin

Seorang pedagang harus yakin kepada diri sendiri, yaitu keyakinan untuk maju dan dilandasi ketekunan dan kesabaran.

5) Pandai Membuat Keputusan

Seorang pedagang harus dapat membuat keputusan. Jika dihadapkan pada alternative sulit, dengan cara pertimbangan yang matang, jangan ragu-ragu dalam mengambil keputusan yang baik sesuai dengan keyakinan.

6) Mau Menambah Ilmu Pengetahuan

Dengan menambah ilmu pengetahuan, terutama dibidang usaha, diharapkan seorang pedagang dapat mendukung kemampuan dan kemajuan dalam usaha.

7) Ambisi untuk Maju

Tanpa ambisi yang kuat, seorang pedagang tidak akan dapat mencapai keberhasilan. Ambisi yang kuat, harus diimbangi dengan usaha yang keras dan disiplin dari yang baik.

8) Pandai Berkomunikasi

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

Sedangkan sifat-sifat yang harus dimiliki oleh seorang pedagang, antara lain sebagai berikut:¹⁶

1) Percaya Diri

Orang yang tinggi percaya dirinya adalah orang yang sudah matang jasmani dan rohaninya. Karakteristik kematangan seseorang adalah ia tidak tergantung pada orang lain, memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi, obyektif, dan krisis, emosionalnya stabil, tidak gampang tersinggung, dan naik pitam.

2) Berorientasi pada Tugas dan Hasil

Berbagai motivasi akan muncul dalam bisnis jika kita berusaha menyingkirkan prestise. Kita akan mampu bekerja keras, enerjik, tanpa malu dilihat teman, asal yang kita kerjakan halal.

3) Pengambilan Resiko

Pedagang penuh resiko dan tantangan, seperti persaingan, harga turun naik, barang tidak laku dan sebagainya. Namun semua tantangan ini harus dihadapi dengan penuh perhitungan.

4) Kepemimpinan

Pemimpin yang baik harus mau menerima kritik dari bawahan, ia harus bersifat responsif.

5) Keorisinilan

Yang dimaksud orisinal disini ialah tidak hanya mengekor kepada orang lain, memiliki pendapat sendiri, ada ide yang orisinal, ada kemampuan untuk melaksanakan sesuatu. Orisinal tidak berarti baru sama sekali, tetapi produk tersebut mencerminkan hasil kombinasi baru atau reintegrasi dari komponen-komponen yang

¹⁶ Nase Saefudin Zuhri, *Kewirausahaan kajian perspektif umum dan islam*, (Bandung; Plater Media Kreasi, 2016), hlm. 92.

sudah ada, sehingga melahirkan sesuatu yang baru.

6) Berorientasi ke Masa Depan

Untuk menghadapi pandangan jauh kedepan, seorang pedagang akan menyusun perencanaan dan strategi yang matang, agar jelas langkah-langkah yang akan dilaksanakan.

7) Kreativitas

Menurut conny setiawan, kreativitas diartikan sebagai kemampuan untuk menciptakan suatu produk baru. Produk baru artinya tidak perlu seluruhnya baru, tapi dapat merupakan bagian-bagian produk saja, contoh: seorang pedagang membuat berbagai kreasi dalam kegiatan usahanya, seperti susunan barang, pengaturan rak pajang, menyebarkan brosur promosi, dan sebagainya. Jadi kreativitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru atau melihat hubungan-hubungan baru antara unsur, data, variabel yang sudah ada.

2. Etika Bisnis Islam

a. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika Merupakan bahasa yang dikenal masyarakat pada umumnya yang dianggap sepadan dengan moral (moralitas) dan akhlak. Dalam bahasa arab, disamping kata akhlak terdapat kata lain yang sejenis dengan akhlak, yaitu kata adab.¹⁷ Kata etika berasal dari bahasa yunani yaitu *ethos* yang mempunyai arti adat, akhlak, watak, perasaan, sikap dan cara berfikir atau berarti adat istiadat. Dapat

¹⁷ Ernie Tisnawati Sule dkk, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2016), hlm. 49.

dikatakan pula bahwa, etika adalah filsafat tentang nilai-nilai, kesusilaan tentang baik dan buruk.¹⁸

Menurut Endang Syaifuddin Anshari, etika sama dengan akhlak. Akhlak berarti perbuatan dan ada sangkut pautnya dengan kata-kata Khaliq (pencipta) dan makhluk (yang diciptakan). Pengertian akhlak berasal dari kata jamak dalam bahasa arab *akhlak*. Kata *mufrad*-nya adalah *khuluq*, yang berarti *sajiyah* (perangai), *murū'ah* (budi), *thab'ah*, dan *adab* (kesopanan).¹⁹

Manusia sebagai wakil (Khalifah) tuhan di bumi tidak mungkin bersifat individualistik karena semua (kekayaan) yang ada di bumi adalah milik Allah semata, dan manusia adalah kepercayaan di bumi.

Bisnis adalah seluruh kegiatan yang diorganisasikan oleh orang-orang yang berkecimpung didalam bidang perniagaan (produsen, pedagang, konsumen, dan industri dimana perusahaan berada) dalam rangka memperbaiki standar serta kualitas hidup mereka.²⁰

Etika bisnis adalah aturan-aturan yang menegaskan suatu bisnis boleh bertindak dan tidak boleh bertindak, dimana aturan-aturan tersebut dapat bersumber dari aturan tertulis maupun aturan yang tidak tertulis.²¹

Etika bisnis terkait dengan masalah penelitian terhadap kegiatan dan perilaku bisnis yang mengacu pada kebenaran atau kejujuran berusaha (bisnis) kebenaran

¹⁸ Murti Sumarni dan John Suprihanto, *Pengantar Bisnis: Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan*, (Yogyakarta: Liberty, 1995), hlm. 23.

¹⁹ Indri, *Hadist Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hlm. 324.

²⁰ Husein Umar, *Study Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2003), hlm. 4.

²¹ Irham Fahmi, *Etika Bisnis Teori, Kasus, dan Solusi*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 3.

disini yang dimaksud adalah etika standar yang secara umum dapat diterima dan diakui prinsip-prinsipnya baik oleh masyarakat, perusahaan, dan individu.²²

Bisnis Islam ialah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram, sebagaimana Firman Allah SWT.²³

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْخِلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Dan janganlah sebagian kamu memakan harta sebagian yang lain diantara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui. (Surat Al-Baqoroh [2]: 188)²⁴

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

- 1) *Shiddiq*, berarti mempunyai kejujuran dan selalu melandasi ucapan, kekayaan dan amal perbuatan atas dasar nilai-nilai yang diajarkan islam. *Istiqamah* atau konsisten dalam iman dan nilai-nilai kebaikan, meski menghadapi godaan dan tantangan. *Istiqamah* dalam kebaikan ditampilkan dalam keteguhan, kesabaran serta keuletan sehingga menghasilkan sesuatu yang optimal.
- 2) *Fathanah* berarti mengerti, memahami, dan menghayati secara mendalam segala yang terjadi tugas dan kewajibannya. Sifat ini akan menimbulkan kreativitas dan kemampuan melakukan berbagai macam inovasi yang bermanfaat.

²² Murti Sumarni dan John Suprihanto, *Pengantar Bisnis: Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan*, (Yogyakarta: Liberty, 1995), hlm. 24.

²³ Veithzal Rivai dan Andi Buchari, *Islamic Economics: Ekonomi Syariah Bukan Opsi, Tetapi Solusi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), hlm. 234.

²⁴ *Ibid.*, hlm. 234-235.

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

Para pelaku usaha dituntut mempunyai kesadaran mengenai etika dan moral, karena keduanya merupakan kebutuhan yang harus dimiliki. Pelaku usaha atau perusahaan yang ceroboh dan tidak menjaga dan etika, tidak akan berbisnis secara baik sehingga dapat mengancam hubungan sosial dan merugikan konsumen, bukan dirinya sendiri. Etika dijadikan pedoman dalam kegiatan ekonomi dan bisnis, maka etika bisnis menurut ajaran islam juga dapat digali langsung dari Al-Qur`an hadis Nabi.²⁵

b. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Untuk membangun kultur bisnis yang sehat, idealnya dimulai dari perumusan etika yang akan digunakan sebagai norma perilaku sebelum aturan (hukum) perilaku dibuat dan dilaksanakan, atau aturan (norma) etika tersebut diwujudkan dalam bentuk aturan hukum sebagai kontrol terhadap individu pelaku dalam bisnis yaitu melalui penerapan kebiasaan atau budaya moral atas pemahaman dan penghayatannya nilai-nilai dalam prinsip moral sebagai inti kekuatan suatu perusahaan dengan mengutamakan kejujuran, bertanggung jawab, disiplin, berperilaku tanpa diskriminasi.²⁶

²⁵ Veithzal Rivai dan Andi Buchari, *Islamic Economics: Ekonomi Syariah Bukan Opsi, Tetapi Solusi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), hlm. 236-237.

²⁶ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 36.

Demikian pula dalam islam, Etika Bisnis islam harus berdasarkan prinsip-prinsip dasar Etika Bisnis islam yang mencakup.²⁷

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

2) Keseimbangan (*Equilibrium*). Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Surat Al-Maidah: 8 yang berarti:

”Hai orang-orang yang beriman, hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah SWT, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-sekali kebencianmu terhadap satu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah karena adil lebih dekat dengan takwa.”

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

²⁷ *Ibid.*, hlm. 45.

- 4) Tanggung Jawab (*Responsibility*). Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya. Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya.
- 5) Kebenaran kebijakan dan kejujuran. Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu kebijakan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap, dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis islam sangat menjaga dan berlaku prefensiv terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis.

c. Ruang lingkup Etika Bisnis Islam

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

Ruang lingkup etika bisnis islam dikelompokkan menjadi empat bagian penting, yaitu:²⁸

²⁸ *Ibid.*, hlm. 47.

- 1) Konsepsi islam dan nilai-nilai yang ada didalamnya.
- 2) Konsep dasar etika bisnis secara umum dan landasan teori-teori yang membentuknya.
- 3) Akhlak islami sebagai fondasi dasar peletakan etika bisnis islam dan masalah-masalah yang terkandung didalamnya perspektif Al-Qur'an dan Al-Hadist.
- 4) Internalisasi akhlak islam dalam bisnis, yang difokuskan pada perilaku produsen, konsumen, distributor bagi perusahaan, pelaku pasar, etika perbankan dan lembaga yang mengatasi persengketaan (*ash-shulh dan at-tahkim*).

d. Konsep Al-Qur'an tentang Bisnis

Sebagaimana kita ketahui bahwa Al-Qur'an adalah sumber nilai sumber dari segala sumber untuk pegangan hidup umat islam. Maka terkait itu, Al-Qur'an telah membicarakan bisnis, sekaligus merupakan bukti bahwa islam memberika perhatian terhadap bisnis sebagai pranata sosial. Bahkan, menurut Afzalurrahman, Al-Quran juga memotivasi usaha komersial dan perdagangan dengan cara memberikan keberanian atau semangat untuk berwiraswasta.

Informasi tentang perdagangan dalam Al-quran tidak terhimpun dalam satu kesatuan surat, akan tetapi terungkap dalam beberapa ayat tersebar dalam berbagai surat. Perdagangan dengan memakai kata *al-tijarah* terdapat pada beberapa surat dan ayat dalam Al-Quran, yaitu pada:²⁹

a. Allah berfirman dalam Al-Qur'an

أُولَٰئِكَ الَّذِينَ اشْتَرَوُا الضَّلَالَةَ بِالْهُدَىٰ فَمَا رَبَحَتُ تِجَارَتُهُمْ وَمَا كَانُوا مُهْتَدِينَ

Mereka itulah orang yang membeli kesesatan dengan petunjuk, maka tidaklah beruntung perniagaan mereka dan tidaklah beruntung perniagaan mereka dan tidaklah mereka mendapat petunjuk. (QS Al-Baqarah: 16)

²⁹ *Ibid.*, hlm. 101.

b. Allah berfirman dalam Al-Qur'an

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

Wahai orang-orang yang beriman! janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu. (QS Annisa : 29)

c. Allah berfirman dalam Al-Qur'an

رَجَالٌ لَا تُلْهِهُمْ تِجَارَةٌ وَلَا بَيْعٌ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَإِقَامِ الصَّلَاةِ وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ يَخَافُونَ يَوْمًا تَتَقَلَّبُ فِيهِ
الْقُلُوبُ وَالْأَبْصَارُ

Orang yang tidak dilalaikan oleh perdagangan dan jual beli dari mengingat Allah, melaksanakan solat, dan menunaikan zakat. Mereka takut kepada hari ketika hati dan penglihatan menjadi guncang (hari kiamat). (QS An-nur :37)

B. Penelitian Terdahulu

Sepanjang penelusuran yang peneliti lakukan, peneliti menemukan beberapa penelitian yang terkait dengan perilaku penjual buah-buahan diantaranya penelitian yang dilakukan:

Tabel 2. 1

Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Hasil	Perbedaan
1.	Siti nur azizaturrohmah	Pemahaman etika berdagang pada pedagang muslim pasar wonokromo surabaya	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemahaman etika berdagang pada para pedagang muslim pasar	1. Fokus penelitian ini menunjukan bahwa pada umumnya pedagang muslim di pasar

			wonokromo surabaya.	wonokromo memahami perdagangan etis berdasarkan prinsip kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan kebenaran dengan cara berdagang yang jujur.
2.	Sitti hikmah marzuki, dkk	Akurasi timbangan pedagang buah muslim pada pasar tradisional di kota watampone	Hasil penelitian menunjukkan bahwa masih ada pedagang yang menjual buah dengan tidak memenuhi takaran timbangan sesuai akad jual beli	1. Dari sudut pedagang yang dikaji dari segi pedagang adalah kejujuran, amanah, kehalalan, dan ada atau tidak adanya unsur penipuan dalam jual beli.

				2. Fokus penelitian ini tentang akurasi ketepatan timbangan buah pedagang muslim yang ada di Kota Watampone.
3.	Sofyan hakim, dkk	Problematika pedagang buah kaki lima di Kota Palangka Raya	Memberikan informasi kepada pelanggan sesuai dengan kenyataan, timbangan yang tepat, tidak palsu menawarkan, tidak menyelipkan buah busuk.	1. Memahami perdagangan etis berdasarkan kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran. 2. Bagaimana peran pemerintah dalam membantu pedagang dalam menjual buah di kota palangkaraya

				.
--	--	--	--	---

C. Kerangka Pemikiran

Perilaku manusia adalah suatu aktivitas manusia itu sendiri. Secara operasional, perilaku dapat diartikan suatu respons organisme atau seseorang terhadap rangsangan dari luar objek tersebut. Perilaku diartikan sebagai suatu aksi reaksi organisme terhadap lingkungannya. Perilaku baru terjadi bila ada sesuatu yang diperlukan untuk menimbulkan reaksi, yakni yang disebut rangsangan.³⁰

Perilaku pedagang dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor-faktor itu adalah hak kepemilikan (*property right*), kemampuan/kompetensi (*competency/ability*) dan intensif (*intensive*). Sedangkan faktor eksternalnya meliputi lingkungan (*environment*). Dengan demikian, sikap dan perilaku dapat diubah oleh diri sendiri dan atau oleh adanya tekanan/pengaruh lingkungan. Adanya pengaruh dari dalam diri sendiri dan dari luar lingkungan bergaul maka tumbuhlah sikap dan perilaku individu yang spesifik.³¹

“kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi” (QS. Al muthaffifin [83]:1-3).³²

Aktivitas berdagang itu halal dengan menjalankan aturan-aturan syariat Islam dan menjauhi segala yang dilarang oleh syariat Islam misalnya, pedagang melakukan kecurangan dalam menakar, menimbang, menyembunyikan kecacatan suatu barang, sumpah palsu dan lain sebagainya.

³⁰ Nase Saefudin Zuhri, *Kewirausahaan kajian perspektif umum dan Islam*, (Bandung: Plater Media Kreasi, 2016), hlm. 85.

³¹ *Ibid.*, hlm. 87.

³² Indri, *Hadist Ekonomi Dalam Perspektif Hadist Nabi*, (Jakarta: PRENADA MEDIA GROUP, 2015), hlm. 336.

Syarat dan kriteria perilaku pedagang sukses yaitu kerja keras, kerjasama dengan orang lain, penampilan yang baik, yakin pandai membuat keputusan, mau menambah ilmu pengetahuan, ambisi untuk maju, pandai berkomunikasi.

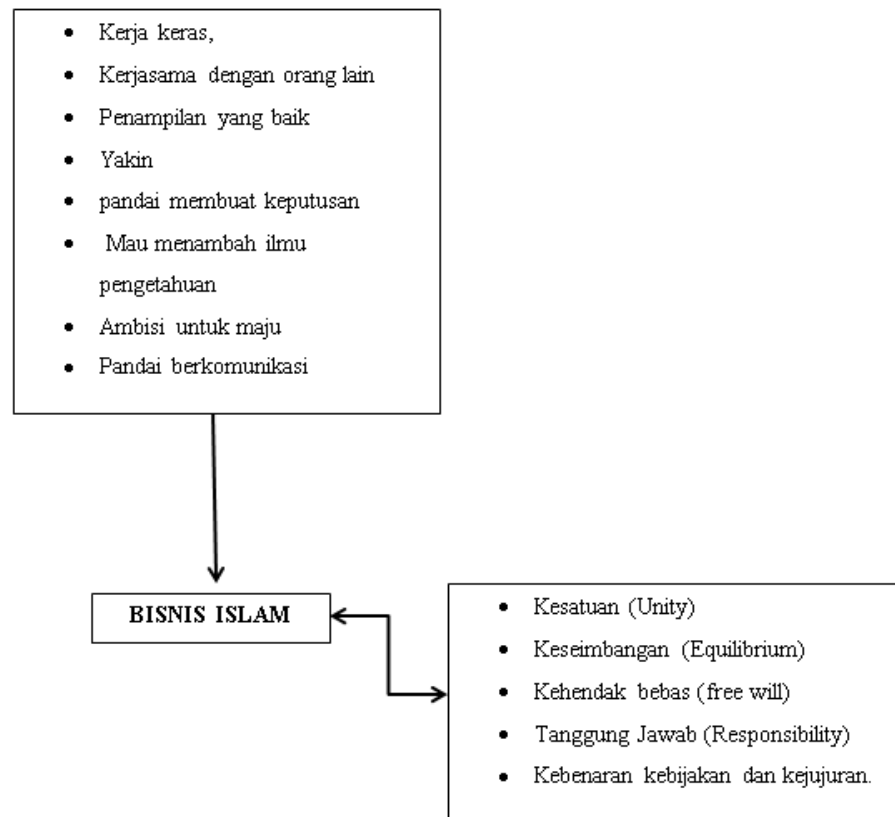
Pentingnya pasar sebagai wadah aktivitas tempat jual beli tidak hanya dilihat dari fungsinya secara fisik, namun aturan, norma dan yang terkait dengan masalah pasar. Pasar jadi rentan dengan sejumlah kecurangan dan juga perbuatan ketidakadilan yang mendzolimi pihak lain. Karena peran penting pasar dan juga rentan dengan hal-hal yang dzolim, maka pasar tidak terlepas dengan sejumlah aturan syariat, yang antara lain terkait dengan perilaku para pedagang dan terjadinya transaksi di pasar.

Etika bisnis adalah aturan-aturan yang menegaskan suatu bisnis boleh bertindak dan tidak boleh bertindak, dimana aturan-aturan tersebut dapat bersumber dari aturan tertulis maupun aturan yang tidak tertulis.³³ Penggabungan etika dan bisnis dapat berarti memaksakan norma-norma agama bagi dunia bisnis, memasang kode etik profesi bisnis, merevisi sistem dan hukum ekonomi, meningkatkan keterampilan memenuhi tuntutan-tuntutan etika pihak-pihak luar untuk mencari aman dan sebagainya. Bisnis yang beretika adalah bisnis yang beretika adalah bisnis yang memiliki komitmen ketulusan dalam menjaga kontrak sosial yang sudah berjalan. Kontrak sosial merupakan janji yang harus ditepati.³⁴

Pedagang sudah bisa dikatakan memenuhi etika bisnis islam jika pedagang sudah menekankan prinsip-prinsip berikut: kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan kebenaran (kebijakan dan kejujuran).

³³ Irham Fahmi, *Etika Bisnis Teori, Kasus, dan Solusi*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 3.

³⁴ Veithzal Rivai dan Andi Buchari, *Islamic Economics: Ekonomi Syariah Bukan Opsi, Tetapi Solusi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), hlm. 234.



Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut dapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu *rasional*, *empiris* dan *sistematis*. **Rasional** berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. **Empiris** berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indra manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan. **Sistematis** artinya proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis.³⁵

Secara umum metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian dapat diartikan juga sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditentukan, dikembangkan, dan dibuktikan, sesuatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah dalam bidang bisnis.³⁶

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive dan snowball,

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 2.

³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 5.

teknik pengumpulan data dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.³⁷

B. Sumber Data

Pengumpulan data pada penelitian ini bersumber dari kata sebagai berikut.

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.³⁸

Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah pelaku pedagang buah-buahan di Pasar Cikurubuk Tasikmalaya.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen lain.

Dalam penelitian ini sumber data sekunder yang didapat adalah dari pedagang buah-buahan di Pasar Cikurubuk Tasikmalaya, dokumen dan masyarakat yang ada disekitar pedagang buah-buahan di Pasar Cikurubuk Tasikmalaya.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

³⁷ *Ibid.*, hlm. 14.

³⁸ *Ibid.*, hlm. 402.

Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.³⁹

Dimana peneliti belajar meneliti mengenai perilaku pedagang buah-buahan di Pasar Cikurubuk Tasikmalaya dan observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi terus terang artinya menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa peneliti sedang melakukan penelitian.

2. Wawancara/*Interview*

Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self-report*, dimana dengan cara ini peneliti dapat melakukan sebuah wawancara secara terstruktur maupun tidak terstruktur, dan dapat dilakukan melalui tatap muka (*face to face*) dengan maksud peneliti melakukan wawancara dengan sumber data primer yaitu para pelaku pedagang buah-buahan di Pasar Cikurubuk Tasikmalaya.

3. Dokumen

Dokumen merupakan sebuah data maupun catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen yang digunakan disini adalah data jumlah pedagang data jumlah pedagang yang diberikan oleh pengelola.

D. Instrumen Penelitian

Menurut sugiyono, terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas penelitian, yaitu, kualitas instrumen penelitian, dan kualitas pengumpulan data.⁴⁰

Instrumen penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian sendiri, yang mana berfungsi untuk menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai

³⁹ *Ibid.*, hlm. 203.

⁴⁰ Sugiyono, Metode Penelitian kuantitatif, Kualitatif dan HRD), (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 222.

sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas temuan peneliti.

E. Uji Kredibilitas Data

Uji Kredibilitas data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah triangulasi teknik. Yang di dapat dari observasi, wawancara, dan dokumentasi.

F. Teknis Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi) dan dilakukan secara terus menerus sampai datanya jenuh. Dengan pengamatan terus menerus tersebut mengakibatkan variasi data tinggi sekali. Data yang diperoleh pada umumnya adalah data kualitatif (walaupun tidak menolak data kuantitatif) sehingga teknik analisis data yang digunakan belum ada polanya yang jelas. Oleh karena itu sering mengalami kesulitan dalam melakukan analisis.⁴¹

Tahapan-tahapan dalam menganalisis data dimulai dari tahap pengumpulan data, tahap ini merupakan tahap paling awal untuk mendapatkan data yang diperlukan untuk menunjang agar dapat menghasilkan penelitian yang diharapkan. Setelah data terkumpul tahapan yang dilakukan peneliti dalam menganalisis data yaitu sebagai berikut:

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya.⁴² Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan

⁴¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 243.

⁴² *Ibid.*, hlm. 247.

gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

2. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya menyajikan data agar memudahkan untuk memahami apa yang terjadi.⁴³ sehingga memudahkan pembaca dalam memahami maksud peneliti ini. Dalam penyajian data ini bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, maupun gambar.

3. *Conclusion Drawing/Verification*

Langkah ketika dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah dan rumusan sejak awal.⁴⁴

G. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu Penelitian

Rencana asumsi waktu penelitian dan penyusunan laporan yang dipergunakan penulis akan dilaksanakan dari bulan November 2021 sampai dengan Juli 2022.

Tabel 3. 1

Waktu Penelitian

No	Kegiatan										
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
		2021	2021	2021	2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022

⁴³ Ibid ..., hlm.249

⁴⁴ Sugiyono, Metode Penelitian manajemen). (Bandung: Alfabeta, 2014) hlm.412

1.	Penyusunan usulan penelitian									
2.	Usulan penelitian									
3.	Seminar usulan penelitian									
4.	Penyusunan laporan									
5.	Laporan hasil penelitian									
6.	Sidang skripsi									

2. Tempat penelitian

Dalam rangka penulis melakukan penelitian untuk mencari dan memperoleh data yang diperlukan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini, penulis mendapatkan izin dari pedagang buah-buahan di Pasar Cikurubuk Tasikmalaya.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Pasar Cikurubuk Tasikmalaya

1. Sejarah Singkat Pasar Cikurubuk Tasikmalaya

Pasar tradisional adalah salah satu tempat kegiatan perekonomian yaitu tempat bertemunya penjual dengan pembeli, selain itu juga pasar tradisional sebagai tempat dan pusat pemasaran produk pertanian dan kerajinan lokal maupun luar.⁴⁵

Seiring dengan kemajuan teknologi dan persaingan global banyak bermunculan pasar-pasar modern seperti minimarket, toserba, *mall*, dan lain sebagainya sehingga hal ini mengakibatkan efek negatif terhadap keramaian pasar tradisional, oleh karena itu pasar tradisional harus mampu bersaing dengan pasar-pasar modern dengan cara pengelolaan pasar tradisional harus benar-benar maksimal dari faktor pelayanan, kebersihan, ketertiban dan keramaian. Dikarenakan pengelolaan pasar di Kota Tasikmalaya selama ini dikelola oleh Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Perindustrian dan Perdagangan (INDAG) dirasakan kurang maksimal tidak sesuai lagi dengan dengan kemajuan teknologi dan persaingan global, maka seiring dengan perkembangan Kota Tasikmalaya sebagai Kota Perindustrian dan perdagangan termaju se-Priangan Timur menuntut kualitas pelayanan diberbagai bidang termasuk pasar dan persaingan usaha yang kompetitif.

⁴⁵ UPDT Pasar Resik 1, *Profil Uit Pasar Cikurubuk 2015*, (Tasikmalaya: UPDT Pasar Resik 1, 2015), hlm. 1.

Dengan berbagai pertimbangan hal diatas, pemerintah kota Tasikmalaya mendirikan (BUMD) Badan Usaha Milik Daerah yaitu perusahaan daerah pasar Kota Tasikmalaya dengan status dan kedudukan hukumnya ditetapkan melalui Peraturan Daerah No. 6a Tahun 2009. Sebagai salah satu BUMD yang memiliki aset terbesar dan memainkan peranan strategis karena terkait langsung dengan urat nadi perekonomian rakyat dan membawa dampak sangat besar terhadap penyerapan tenaga kerja serta pertumbuhan perekonomian Kota Tasikmalaya. PD Pasar Resik Kota Tasikmalaya dibentuk dengan maksud dan tujuan memberikan pelayanan pemerintah yang maksimal dari segi kebersihan, keramaian dan ketertiban kepada masyarakat sesuai dengan lingkup usahanya, meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD) dan turut serta melaksanakan pembangunan daerah.⁴⁶

2. Visi dan Misi

UPTD Pasar Kota Tasikmalaya memiliki visi yaitu “terciptanya pasar sebagai pusat pemberdayaan ekonomi rakyat dan sumber pendapatan asli daerah” guna wujudkan visi tersebut.

Misi UPTD pasar Kota Tasikmalaya yaitu:

- a. Mengembangkan pasar dalam negeri dan sistem distribusi yang efektif dan efisien.
- b. Meningkatkan peran dan nilai strategis pasar daerah (Tradisional) Kota Tasikmalaya sebagai penggerak perekonomian masyarakat yang merupakan

⁴⁶ *Ibid.*, hlm. 1.

pusat terciptanya lapangan kerja, sumber pendapatan dan penyediaan kebutuhan pokok masyarakat.

- c. Meningkatkan sarana dan prasarana pasar tradisional.
- d. Menyediakan pasar tradisional modern yang bersih, aman, nyaman, sehat dan berwawasan lingkungan.
- e. Meningkatkan sumber daya dan sistem informasi pasar tradisional.
- f. Menata dan meningkatkan potensi ekonomi pasar.

3. Profil Pasar Cikurubuk

Pasar Cikurubuk adalah salah satu pasar tradisional terbesar yang ada di Tasikmalaya, di bangun pada tahun 1995 menempati lahan seluas 4,42 hektar. Pasar Cikurubuk dirancang sebagai pasar induk yang memiliki beberapa fungsi yaitu sebagai pasar grosir dan eceran, sebagai penunjang transportasi, Pasar Cikurubuk dijadikan lintasan angkutan kota dari beberapa rute yang ada serta ditunjang pula oleh salah satu sub terminal bagi mikro bis dan elf untuk tujuan ke selatan, secara geografis pasar Cikurubuk berada diwilayah administratif Kecamatan Mangkubumi, Kelurahan Linggajaya, Kota Tasikmalaya, dengan luas lahan 4,42 hektar.

B. Deskripsi Hasil Dan Analisis Penelitian

Perilaku pedagang merupakan suatu sikap atau tindakan seseorang dalam melakukan sebuah perdagangan. Dalam penelitian ini peneliti mengambil pedagang buah-buahan yang ada di Pasar Cikurubuk Tasikmalaya. Peneliti mendapatkan hasil wawancara sebanyak 10-orang responden yang merupakan pedagang buah-buahan di Pasar Cikurubuk Tasikmalaya.

Tabel 4. 1
Responden Pedagang Buah-Buahan

No	Nama	Pihak
1.	Bapak Oji Rahmat	Pedagang buah-buahan
2.	Bapak Aunadin	Pedagang buah-buahan
3.	Bapak Teteng	Pedagang buah-buahan
4.	Bapak Ilham	Pedagang buah-buahan
5.	Ibu Risma	Pedagang buah-buahan
6.	Ibu Siti Rohmah	Pedagang buah-buahan
7.	Bapak Adan	Pedagang buah-buahan
8.	Ibu Inah	Pedagang buah-buahan
9.	Bapak Hamid	Pedagang buah-buahan
10.	Ibu Hj Ikah	Pedagang buah-buahan

Berikut adalah penjelasan tentang perilaku pedagang di Pasar Cikurubuk Tasikmalaya dalam perspektif etika bisnis Islam:

1. Prinsip Tauhid (*Unity*)

- a. Tidak melalaikan salat meskipun sedang berjualan

Sebagian besar pedagang buah-buahan di Pasar Cikurubuk beragama islam yang mana sebagai seorang muslim berkewajiban menunaikan salat wajib 5 waktu. Di Pasar Cikurubuk terdapat musala yang digunakan pedagang untuk beribadah. Dari hasil wawancara beberapa pedagang melaksanakan salat tepat waktu meskipun masih ada beberapa orang pedagang yang tidak tepat waktu.

b. Membayar zakat

Sebagai wujud dari ketaatan kepada Allah SWT yang dilakukan oleh seorang muslim yang mampu yaitu dengan membayar zakat. Dari hasil wawancara didapatkan hasil beberapa pedagang buah-buahan membayar zakat mal sesuai nisabnya.

c. Mengerjakan puasa wajib dan puasa sunah

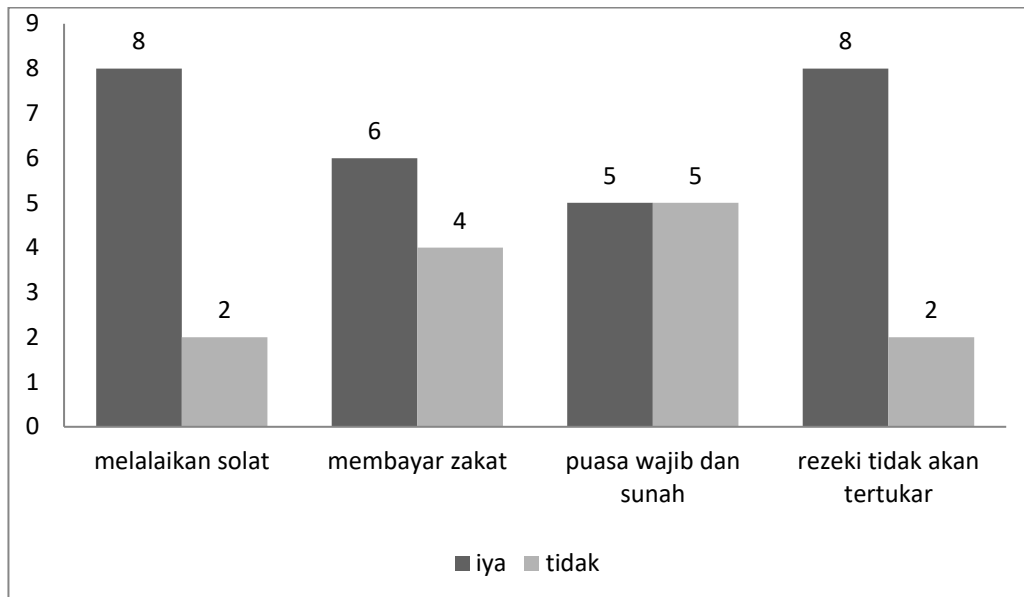
Karena mayoritas pedagang di Pasar Cikurubuk beragama Islam maka mereka mengerjakan puasa wajib maupun sunnah. Namun masih ada beberapa pedagang hanya mengerjakan puasa wajib saja tidak dengan puasa sunnah.

d. Meyakini bahwa rezeki tidak akan bertukar

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

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa pedagang buah-buahan di Pasar Cikurubuk sudah cukup baik dalam menjalankan prinsip tauhid. Hal ini dapat dilihat pada diagram berikut:

Tabel 4. 2
Prinsip Tauhid



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

2. Keseimbangan (*equilibrium*)

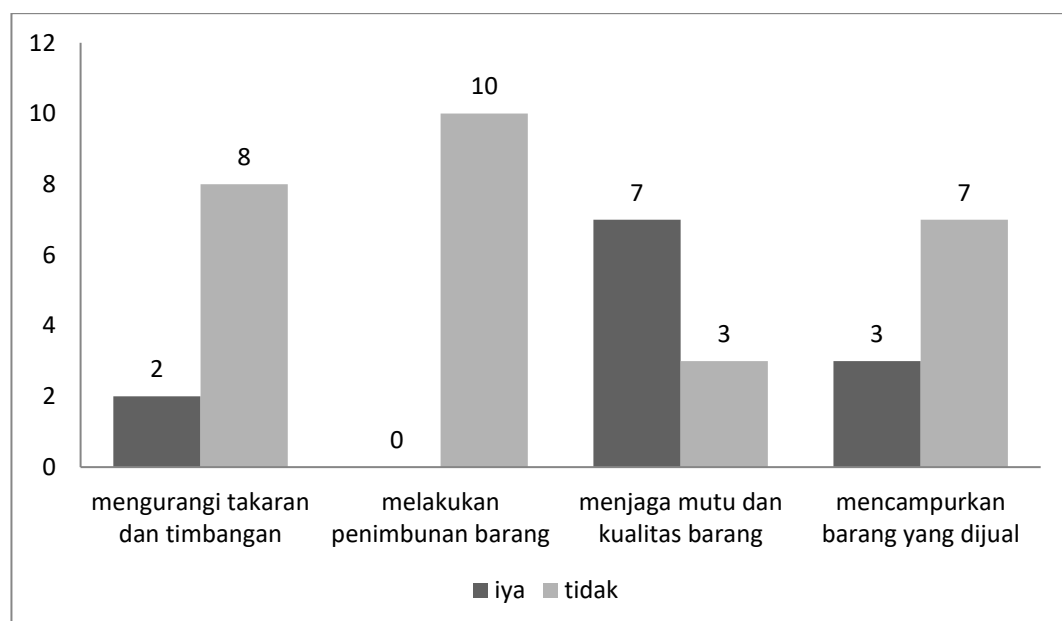
Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, islam mengharuskan dalam berbuat adil, tak terkecuali dengan pihak yang tidak disukai.⁴⁷ Sikap atau perilaku keseimbangan telah dilakukan oleh pedagang buah-buahan, perilaku pedagang

⁴⁷ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 45.

yang diwujudkan pedagang dengan adil dalam takaran atau timbangan harus berlandaskan kejujuran namun takaran setiap pedagang / penjual berbeda-beda.

Hasil penelitian menurut penulis perilaku keseimbangan juga dilakukan oleh para pedagang buah-buahan di Pasar Cikurubuk dimana mereka dalam kegiatan jual beli selalu melakukan prinsip keseimbangan seperti tidak mengurangi takaran dan timbangan, pedagang tidak melakukan penimbunan barang, pedagang selalu berusaha menjaga mutu dan kualitas barang yang dijual, dan pedagang tidak mencampurkan barang yang dijual.

Tabel 4. 3
Prinsip Keseimbangan



Dari gambar diatas dapat disimpulkan bahwa pedagang buah-buahan di Pasar Cikurubuk belum sepenuhnya menerapkan prinsip keseimbangan karena masih ada pedagang buah-buahan yang melakukan pencampuran barang yang dijual. Tetapi sebagian pedagang sudah menerapkan prinsip keseimbangan yaitu

dengan tidak mengurangi takaran dan timbangan karena para pedagang selalu menunjukkan nilai timbangannya kepada pembeli.

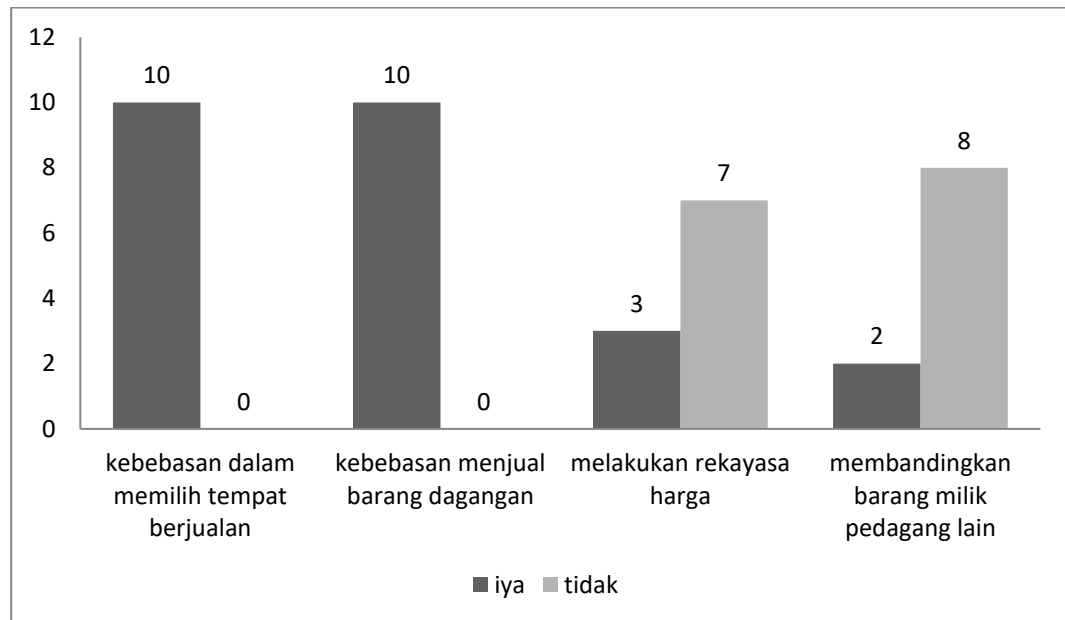
3. Kehendak Bebas (*Free Will*)

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif tidak adanya batasan pendapat bagi seorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi atau kemampuan yang dimilikinya. Kebutuhan manusia yang terus-menerus memenuhi kebutuhan yang tidak ada batasnya dan dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakat.⁴⁸

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

⁴⁸ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 45.

Tabel 4. 4
Prinsip Kehendak Bebas



Berdasarkan diagram diatas dapat disimpulkan bahwa pedagang buah-buahan di Pasar Cikurubuk Tasikmalaya sudah menerapkan prinsip kehendak bebas, hal ini dilihat dalam kebebasan dalam memilih tempat berjualan, kebebasan menjual barang dagangan, tidak melakukan rekayasa harga, dan tidak membandingkan barang milik orang lain.

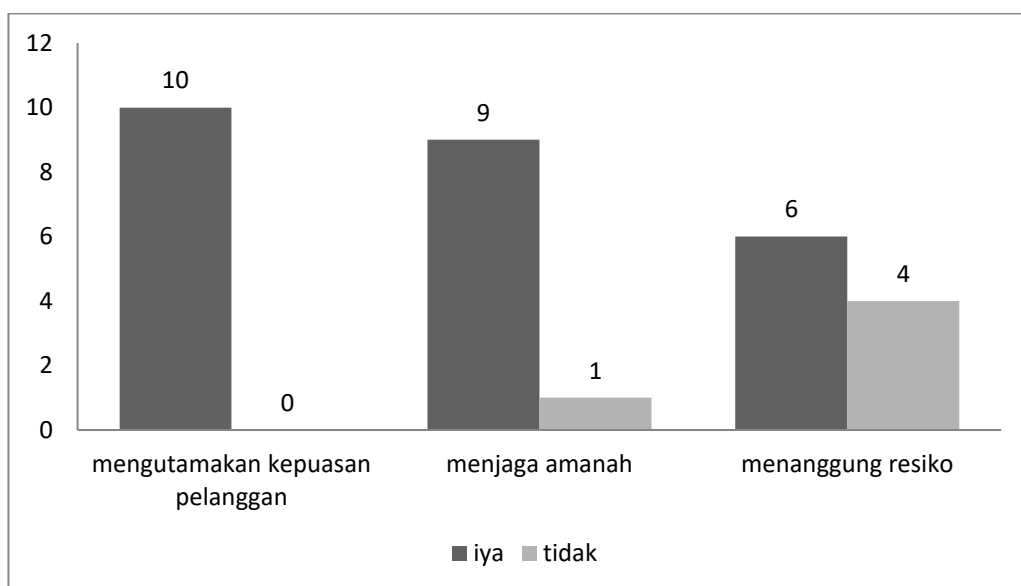
4. Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawaban tindakannya.⁴⁹

⁴⁹ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 45.

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

Tabel 4. 5
Prinsip Tanggung Jawab



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

5. Kebenaran dan kejujuran

Kebenaran dan kejujuran dalam konteks ini selain mengandung kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu kebenaran dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses meraih atau menetapkan keuntungan. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat berlaku provensif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukannya transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis.⁵⁰

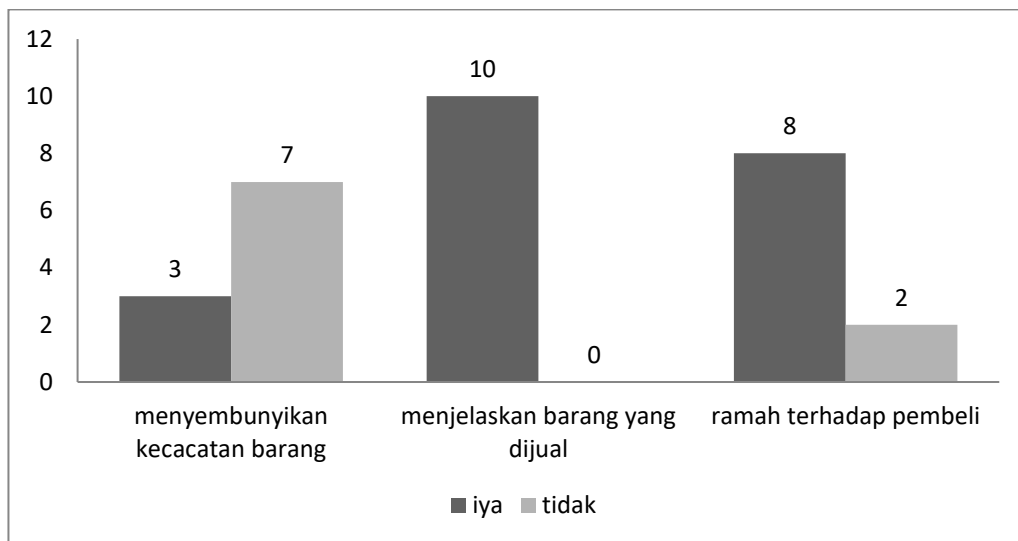
Sikap kebijakan kebenaran dan kejujuran dalam bisnis dapat diartikan dan ditujukan para pedagang dengan sikap keramahan kepada para calon pembeli, dalam melayani pembeli pedagang dituntut untuk memberikan pelayanan yang terbaik demi mewujudkan kepuasan terhadap pembeli. Dengan bersikap ramah dan jujur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

Implementasi prinsip kebenaran yang dilakukan oleh pedagang buah-buahan di Pasar Cikurubuk dapat dilihat dengan perilaku pedagang yang tidak berbohong, tidak menyembunyikan kecacatan pada barang yang dijualnya, pedagang bersikap ramah terhadap pembeli, dan pedagang jujur dalam

⁵⁰ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 45.

menjelaskan produk yang dijualnya. Hal ini dapat dilihat dalam diagram dibawah ini:

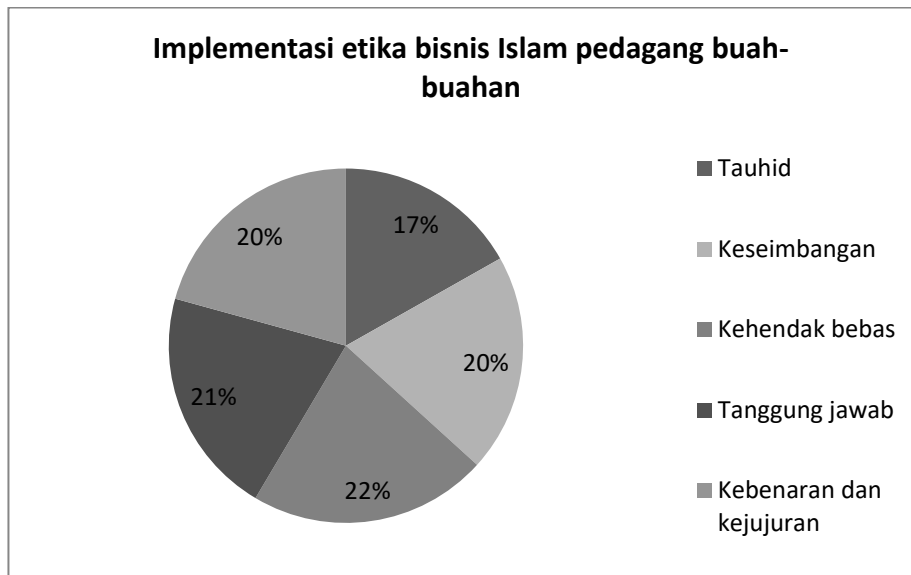
Tabel 4. 6
Prinsip Kebenaran



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

Dari hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa pedagang buah-buahan di Pasar Cikurubuk sudah cukup baik dalam menjalankan prinsip etika bisnis Islam dalam menjalankan aktivitas berjualannya. Hal ini dapat dilihat pada diagram berikut

Tabel 4. 7

Implementasi EBIS Pedagang Buah-Buahan

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan mengenai perilaku pedagang buah-buahan di Pasar Cikurubuk Tasikmalaya dalam perspektif etika bisnis Islam. Hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis menunjukkan bahwa perilaku pedagang di Pasar Cikurubuk belum sepenuhnya sesuai dengan etika bisnis Islam. Untuk perilaku pedagang yang sesuai dengan etika bisnis Islam harus lebih ditingkatkan dan tidak ada kecurangan dalam berdagang untuk mendapatkan keuntungan.

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

B. Saran

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

1. Bagi para pedagang buah-buahan di Pasar Cikurubuk Tasikmalaya diharapkan menjalankan bisnis atau berdagang yang dijalankan tetap memegang tenuh nilai-nilai atau aturan-aturan yang sudah ditetapkan oleh syariat islam;
2. Sebaiknya pedagang diharapkan jujur atau terbuka dalam menjelaskan kelemahan atau kelebihan barang yang dijualnya. Menepati kesepakatan yang telah ditentukan dan lebih bersikap ramah, sopan kepada calon pembeli;
3. Sebaiknya pedagang diharapkan jujur atau terbuka dalam menjelaskan kelemahan atau kelebihan barang yang dijualnya. Menepati kesepakatan yang telah ditentukan dan lebih bersikap ramah kepada calon pembeli

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz Abdul. 2013. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta.
- Fahmi Irham. 2017. *Etika Bisnis Teori, Kasus, dan solusi*. Bandung: Alfabeta.
- Indri. 2015. *Hadist Ekonomi Dalam Perspektif Hadist Nabi*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP..
- Kansil. 1984. *Pokok-pokok pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*. Jakarta: Aksara Baru.
- Keraf Sony 1998, *Etika Bisnis*, Kanisius Yogyakarta:
- Rival Veithzal dan Andi Buchori. 2013. *islamis economic*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sumarni M dan John Supriharto. 2014. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta; Liberty Yogyakarta.
- Sayid Syekh. 2013. *Sekilas pengantar Ilmu Ekonomi dan Pengantar Ekonomi Islam*. Jakarta Selatan: Rreferensi GP Press Group.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&I*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian kuantitatif,Kualitatif dan HRD*. Bandung:Alfabeta.

- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian manajemen*. Bandung:Alfabeta.
- Tisnawati Ernie dkk. 2016. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Tciptono, F. dkk. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tciptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV.Andi.
- Uajy, E-Journal. Segmentasi pasar dan Bauran Pemasaran. Diakses melalui situs <http://e-journal.uajy.ac.id/3906/3/2EM17651.pdf> pada tanggal 12 April 2022.
- Usman, H, dkk. 2020. *Islamic Marketing Sebuah Pengantar*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- University, P. 2021. Mengenal Apa Itu Target Pasar dan Penerapannya. Diakses melalui situs: <https://podomorouniversity.ac.id/apa-itu-target-pasar/#:~:text=Apa%20yang%20Dimaksud%20Target%20Pasar,potential%20consumer%20oleh%20sebuah%20perusahaan> pada tanggal 25 Juni 2022.
- Wangarry, C dkk. September 2018. Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di PT Hasjrat Abadi Ranotana. *Jurnal Ekonomi*, Vol.6 No.4.
- Wijaya, H, & Hani Sirine. September 2016. Strategi Segmenting, targeting, Positioning serta Strategi Harga pada Perusahaan Kecap Blekok di Cilacap. *AJIE-Asian Journal of Innovation and enterpreuneurship*, Vol.01 No.03.
- UPDT Pasar Resik 1. 2015. *Profil Uit Pasar Cikurubuk*. Tasikmalaya: UPDT Pasar Resik 1.
- Umar Husein, 2003. *Study Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Wazin. 2014. *Relevansi Antara Etika Bisnis Islam dengan Perilaku Wirausaha Muslim (Studi tentang Perilaku Pedagang di pasar Lama Kota Serang Provinsi Banten)*. Vo. 1 No. 1.
- Zuhri N S. 2016. *Kewirausahaan kajian perspektip umum dan islam*. Bandung: Plater Media Kreasi.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

PEDOMAN WAWANCARA

A. Identitas Informan

Nama dan Jabatan :

Waktu Wawancara :

Tempat Wawancara :

B. Pertanyaan

1. Apakah bapak/ibu mengetahui Etika Bisnis Islam atau cara berdagang sesuai Islam?
2. Dari mana bapak/ibu tahu tentang Etika Bisnis Islam?
3. Apakah bapak/ibu menjual barang sesuai dengan syariat islam?
4. Apakah bapak/ibu dalam mempromosikan barang bersikap benar sesuai dengan kondisi barang?
5. Menurut bapak/ibu seberapa penting kejujuran dalam menjalankan perdagangan? Alasannya?
6. Apakah bapak/ibu tidak menutup-nutupi apabila ada barang dagangan yang cacat kepada pembeli?
7. Apakah Bapak/ibu tidak melalaikan solat?
8. Apakah bapak/ibu selalu membayar zakat?
9. Apakah bapak/ibu selalu melaksanakan solat berjamaah?
10. Apakah bapak/ibu selalu mengerjakan puasa wajib dan sunah?
11. Apakah bapak/ibu percaya bahwa rezeki tidak pernah tertukar?
12. Apakah bapak/ibutidak melakukan penimbunan (ikhtikar)?

13. Apakah/ibu tidak mengurangi takaran dan timbangan?
14. Apakah/ibu selalu menjaga mutu dan kualitas barang yang dijual?
15. Apakah bapak/ibu tidak mencampur barang yang dijual?
16. Apakah bapak/ibu memberikan kebebasan kepada pedagang lain untuk berjualan di berdampingan meskipun barang yang dijualnya sama?
17. Apakah bapak/ibu dapat berdagang barang apapun tanpa adanya batasan?
18. Apakah bapak/ibu tidak melakukan rekayasa harga?
19. Apakah bapak/ibu tidak menjelek-jelekan barang milik pedagang lain?
20. Apakah bapak/ibu selalu mengutamakan kepuasan pelanggan?
21. Apakah bapak/ibu akan teguh dalam menjaga amanah?
22. Apakah bapak/ibu selalu bersikap ramah terhadap pembeli?
23. Apakah bapak/ibu tidak berbohong dan menyembunyikan catatan pada barang yang dijual?
24. Apakah/ibu selalu jujur dalam menjelaskan produk yang dijual?

BERITA ACARA WAWANCARA

Sehubungan dengan adanya penyusunan Skripsi untuk menempuh gelar sarjana S1 Ekonomi Syariah, saya:

Nama : Alpi Rahmatika

NPM :181002057

Telah melaksanakan wawancara (observasi) dalam rangka pengumpulan data terkait dengan judul penelitian yaitu “Analisis Perilaku Pedagang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi Kasus Pada Pedagang Buah-buahan Pasar Cikurubuk” , kepada

Nama : Oji Rahmat

Jenis Kelamin/Usia : Laki-laki

Hari/Tanggal : Rabu/06 juli 2022

Demikian, semoga menjadi bahan menuju kesuksesan dan kelancaran dalam proses penyusunan skripsi ini dan bermanfaat bagi semua pihak.

Yang di wawancara



BERITA ACARA WAWANCARA

Sehubungan dengan adanya penyusunan Skripsi untuk menempuh gelar sarjana S1 Ekonomi Syariah, saya:

Nama : Alpi Rahmatika

NPM :181002057

Telah melaksanakan wawancara (observasi) dalam rangka pengumpulan data terkait dengan judul penelitian yaitu “Analisis Perilaku Pedagang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi Kasus Pada Pedagang Buah-buahan Pasar Cikurubuk” , kepada

Nama : Aun

Jenis Kelamin/Usia : Laki-laki

Hari/Tanggal : Rabu/06 juli 2022

Demikian, semoga menjadi bahan menuju kesuksesan dan kelancaran dalam proses penyusunan skripsi ini dan bermanfaat bagi semua pihak.

Yang di wawancara



BERITA ACARA WAWANCARA

Sehubungan dengan adanya penyusunan Skripsi untuk menempuh gelar sarjana S1 Ekonomi Syariah, saya:

Nama : Alpi Rahmatika

NPM :181002057

Telah melaksanakan wawancara (observasi) dalam rangka pengumpulan data terkait dengan judul penelitian yaitu “Analisis Perilaku Pedagang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi Kasus Pada Pedagang Buah-buahan Pasar Cikurubuk” , kepada

Nama : Teteng

Jenis Kelamin : Laki-laki

Hari/Tanggal : Rabu/06 juli 2022

Demikian, semoga menjadi bahan menuju kesuksesan dan kelancaran dalam proses penyusunan skripsi ini dan bermanfaat bagi semua pihak.

Yang di wawancara

A handwritten signature in green ink, consisting of a stylized 'T' followed by a checkmark-like flourish.

BERITA ACARA WAWANCARA

Sehubungan dengan adanya penyusunan Skripsi untuk menempuh gelar sarjana S1 Ekonomi Syariah, saya:

Nama : Alpi Rahmatika

NPM :181002057

Telah melaksanakan wawancara (observasi) dalam rangka pengumpulan data terkait dengan judul penelitian yaitu “Analisis Perilaku Pedagang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi Kasus Pada Pedagang Buah-buahan Pasar Cikurubuk” , kepada

Nama : Ilham

Jenis Kelamin : Laki-laki

Hari/Tanggal : Rabu/06 juli 2022

Demikian, semoga menjadi bahan menuju kesuksesan dan kelancaran dalam proses penyusunan skripsi ini dan bermanfaat bagi semua pihak.

Yang di wawancara



BERITA ACARA WAWANCARA

Sehubungan dengan adanya penyusunan Skripsi untuk menempuh gelar sarjana S1 Ekonomi Syariah, saya:

Nama : Alpi Rahmatika

NPM :181002057

Telah melaksanakan wawancara (observasi) dalam rangka pengumpulan data terkait dengan judul penelitian yaitu “Analisis Perilaku Pedagang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi Kasus Pada Pedagang Buah-buahan Pasar Cikurubuk” , kepada

Nama : Risma

Jenis Kelamin : Perempuan

Hari/Tanggal : Rabu/ 06 juli 2022

Demikian, semoga menjadi bahan menuju kesuksesan dan kelancaran dalam proses penyusunan skripsi ini dan bermanfaat bagi semua pihak.

Yang di wawancara



BERITA ACARA WAWANCARA

Sehubungan dengan adanya penyusunan Skripsi untuk menempuh gelar sarjana S1 Ekonomi Syariah, saya:

Nama : Alpi Rahmatika

NPM :181002057

Telah melaksanakan wawancara (observasi) dalam rangka pengumpulan data terkait dengan judul penelitian yaitu “Analisis Perilaku Pedagang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi Kasus Pada Pedagang Buah-buahan Pasar Cikurubuk” , kepada

Nama : Siti Rohmah

Jenis Kelamin : Perempuan

Hari/Tanggal : Rabu/06 juli 2022

Demikian, semoga menjadi bahan menuju kesuksesan dan kelancaran dalam proses penyusunan skripsi ini dan bermanfaat bagi semua pihak.

Yang di wawancara



BERITA ACARA WAWANCARA

Sehubungan dengan adanya penyusunan Skripsi untuk menempuh gelar sarjana S1 Ekonomi Syariah, saya:

Nama : Alpi Rahmatika

NPM :181002057

Telah melaksanakan wawancara (observasi) dalam rangka pengumpulan data terkait dengan judul penelitian yaitu “Analisis Perilaku Pedagang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi Kasus Pada Pedagang Buah-buahan Pasar Cikurubuk” , kepada

Nama : Adan

Jenis Kelamin : Laki-laki

Hari/Tanggal : Rabu/06 juli 2022

Demikian, semoga menjadi bahan menuju kesuksesan dan kelancaran dalam proses penyusunan skripsi ini dan bermanfaat bagi semua pihak.

Yang di wawancara



BERITA ACARA WAWANCARA

Sehubungan dengan adanya penyusunan Skripsi untuk menempuh gelar sarjana S1 Ekonomi Syariah, saya:

Nama : Alpi Rahmatika

NPM :181002057

Telah melaksanakan wawancara (observasi) dalam rangka pengumpulan data terkait dengan judul penelitian yaitu “Analisis Perilaku Pedagang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi Kasus Pada Pedagang Buah-buahan Pasar Cikurubuk” , kepada

Nama : Inah

Jenis Kelamin : Perempuan

Hari/Tanggal : Rabu/06 juli 2022

Demikian, semoga menjadi bahan menuju kesuksesan dan kelancaran dalam proses penyusunan skripsi ini dan bermanfaat bagi semua pihak.

Yang di wawancara



BERITA ACARA WAWANCARA

Sehubungan dengan adanya penyusunan Skripsi untuk menempuh gelar sarjana S1 Ekonomi Syariah, saya:

Nama : Alpi Rahmatika

NPM :181002057

Telah melaksanakan wawancara (observasi) dalam rangka pengumpulan data terkait dengan judul penelitian yaitu “Analisis Perilaku Pedagang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi Kasus Pada Pedagang Buah-buahan Pasar Cikurubuk” , kepada

Nama : Hamid

Jenis Kelamin : Laki-laki

Hari/Tanggal : Rabu/06 juli 2022

Demikian, semoga menjadi bahan menuju kesuksesan dan kelancaran dalam proses penyusunan skripsi ini dan bermanfaat bagi semua pihak.

Yang di wawancara



BERITA ACARA WAWANCARA

Sehubungan dengan adanya penyusunan Skripsi untuk menempuh gelar sarjana S1 Ekonomi Syariah, saya:

Nama : Alpi Rahmatika

NPM :181002057

Telah melaksanakan wawancara (observasi) dalam rangka pengumpulan data terkait dengan judul penelitian yaitu “Analisis Perilaku Pedagang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi Kasus Pada Pedagang Buah-buahan Pasar Cikurubuk” , kepada

Nama : Hj ikah

Jenis Kelamin : Perempuan

Hari/Tanggal : Rabu/06 juli 2022

Demikian, semoga menjadi bahan menuju kesuksesan dan kelancaran dalam proses penyusunan skripsi ini dan bermanfaat bagi semua pihak.

Yang di wawancara



DOKUMENTASI











KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS SILIWANGI
FAKULTAS AGAMA ISLAM
Jalan Siliwangi No.24 Kota Tasikmalaya Kode Pos 46115
Telepon (0265) 330634, 333092 Faksimil (0265) 325812
Laman : www.unsil.ac.id Posel : info@unsil.ac.id

SURAT KEPUTUSAN

Nomor : 1541.SK/E.1/FAI-US/IV/2022

TENTANG

PEMBIMBING SKRIPSI/TUGAS AKHIR FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS SILIWANGI TASIKMALAYA

DEKAN FAKULTAS AGAMA ISLAM UNIVERSITAS SILIWANGI

- Menimbang** : 1. Bahwa untuk kelancaran dalam penyusunan dan penulisan SKRIPSI/TUGAS AKHIR oleh mahasiswa perlu dibentuk/diangkat TIM Pembimbing bagi mahasiswa yang bersangkutan
- Mengingat** : 2. Bahwa berhubung butir 1 di atas perlu dikeluarkan Surat Keputusan Dekan
1. Undang-Undang Republik Indonesia :
a. Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional
b. Nomor 14 tahun 2005 tentang Guru dan Dosen
c. Nomor 12 tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi
2. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia :
a. Nomor 19 tahun 2005 tentang Standar Nasional
b. ~~Nomor 66~~ tahun 2010 tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah Nomor 17 tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan
3. Surat Keputusan Rektor Unsil Nomor 938.SK/US-BU/SP.2/VIII/2012 tentang Penetapan Besarnya Biaya Tugas Akhir atau Kerja Praktek Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi
4. Buku Pedoman Akademik Universitas Siliwangi.
5. Surat Keputusan Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi Nomor 911/E.1/FAI-US/III/2011 tanggal 3 Maret 2011 tentang Pedoman Penulisan Tugas Akhir.
6. Surat Keputusan Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi Nomor 914/E.1/FAI-US/III/2011 tanggal 3 Maret 2011 15 Maret 2012 tentang Pembentukan Tim Pembimbing Tugas Akhir.
- Memperhatikan** : Surat Permohonan mahasiswa dan rekomendasi Ketua Program Studi Ekonomi Syariah tentang Permohonan Bimbingan Skripsi/Tugas Akhir.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** : 1. Menunjuk/mengangkat nama tersebut di bawah ini :
Pembimbing I : NIP/NIDN. 0403017403, Dr. Yusef Rafiki S.Ag., M.M.
Pembimbing II : NIP/NIDN. 199310012019032027, Elis Nurhasanah S.Sy., M.Si
dalam penyusunan dan penulisan Skripsi/Tugas Akhir untuk mahasiswa tersebut dibawah ini :
N a m a : ALPI RAHMATIKA
NPM/NRP : 181002057
Judul Skripsi/Tugas Akhir
ANALISIS PERILAKU PEDAGANG DALAM PERSPEKTIF ETKA BISNIS ISLAM STUDY KASUS PADA PEDAGANG BUAH-BUAHAN PASAR CIKURUBUK
2. Pelaksanaan bimbingan penyusunan Kerja Praktek dilaksanakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Agama Islam Universitas Siliwangi.
3. Kepada anggota Tim pembimbing yang bersangkutan diberikan honorarium sebagaimana ketentuan yang berlaku di Universitas Siliwangi.
4. Dalam menjalankan tugasnya Tim Pembimbing bertanggung jawab kepada Dekan. ketentuan yang berlaku di Universitas Siliwangi.
5. Mahasiswa yang diperkenankan untuk melaksanakan Tugas Akhir adalah mahasiswa Agama Islam yang telah memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan.
6. Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal 17 September 2021 s.d 17 September 2022
7. Surat Keputusan ini dapat diperpanjang paling lama untuk jangka waktu 4 bulan yang pelaksanaan di atur oleh Dekan.
8. Hal-hal lain yang belum diatur dalam keputusan ini akan diadakan perubahan dan pembetulan sebagaimana mestinya.
9. Apabila terdapat kekeliruan atau kesalahan dalam Surat Keputusan ini akan diadakan perbaikan
- PETIKAN** : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang berkepentingan untuk diketahui dan dipergunakan sebagaimana mestinya.



DITETAPKAN DI : TASIKMALAYA
PADA TANGGAL : 12.04.2022
Dekan,

Dr. Iwan Wisandani, S.E.I., M.Ag.
NIP. 196910142021211002



**DINAS KOPERASI UMKM PERINDAG
UPTD PASAR RESIK I KOTA TASIKMALAYA
UNIT PASAR CIKURUBUK**

Jl. Residen Ardiwinangun Blok C 1-C 2 Pasar Cikurubuk - Kota Tasikmalaya

SURAT KETERANGAN

Nomor : 029/511.2-UPTD I /VII/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini Kepala UPTD Pasar Resik I Kota Tasikmalaya menerangkan bahwa :

Nama : **ALPI RAHMATIKA**
Tempat Tanggal Lahir : Tasikmalaya, 25-03-2000
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Rahayu I RT.003/RW.002 Kel. Sukahurip Kec.Tamansari
Kota Tasikmalaya

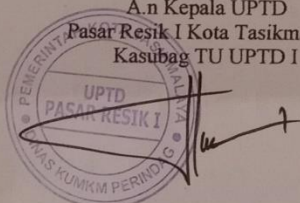
Yang bersangkutan adalah Mahasiswa di **Universitas Siliwangi, Fakultas Agama Islam**, Program Studi **Ekonomi Syariah** yang sedang dan telah melakukan penelitian di **Pasar Cikurubuk** dari tanggal 6 Juli 2022 s/d 20 Juli 2022 untuk pembuatan Tugas Akhir / Skripsi dengan judul penelitian/skripsi :

"Analisis Perilaku Pedagang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi Kasus Pada Pedagang Buah-buahan Pasar Cikurubuk."

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tasikmalaya, 21 Juli 2022

A.n Kepala UPTD
Pasar Resik I Kota Tasikmalaya
Kasubag TU UPTD I



DERI HERLISANA, S.IP.
NIP. 19800508 200901 1 002



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS SILIWANGI
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan Siliwangi N0.24 Kotak Pos 164 Tasikmalaya 46115
Email: www.fai @unsil .ac .id

UJIAN SEMINAR USULAN PROPOSAL PENELITIAN

Nama : Alpi Rahmatika
NPM : 181002057
Jurusan : Ekonomi Syariah

JUDUL SEMINAR USULAN PENELITIAN:
**ANALISIS PERILAKU PEDAGANG BUAH-BUAHAN DI JALAN GUNUNG
KALONG KECAMATAN CIBEUREUM TASIKMALAYA**

NO	PENGUJI	CATATAN REVISI	TANDA TANGAN
1	Dr. Yusep Rafiqi, S.Ag., M.M	27/04 2022	
2	Elis Nurhasanah, S.Sy., M.Si	17/5 2022	
3	Dr. Hj. Lina Marlina, S.Ag., M.Ag	26/4/2022	
4	Agus Ahmad Nasrulloh, S.El., M.E.Sy	22/4/2022	

Tasikmalaya, 25 Maret 2022

Ketua Sidang

BIODATA PENULIS



A. Biodata Pribadi

1. Nama : Alpi Rahmatika
2. Jenis Kelamin : Perempuan
3. Tempat Tanggal Lahir : Tasikmalaya, 25 Maret 2000
4. Kebangsaan : Indonesia
5. Status : Belum Menikah
6. Agama : Islam
7. Alamat : Rahayu 1 Rt/Rw 03/02 Kel. Sukahurip
Kec.Tamansari Kota Tasikmalaya 46196
8. No.Hp / WA : 087732013022
9. Email : alpirahmatika478@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. MI Rahayu 1 Tahun 2006-2012
2. Mts Ar-rahmah Tahun 2012-2015
3. SMA Terpadu Riyadlululum Wadda'wah Tahun 2015-2018
4. Universitas Siliwangi Tasikmalaya, Fakultas Agama Islam, Program Studi
Ekonomi Syariah S1 Tahun 2018-2022

C. Pengalaman Organisasi

1. Anggota OSPC Tahun 2017-2018