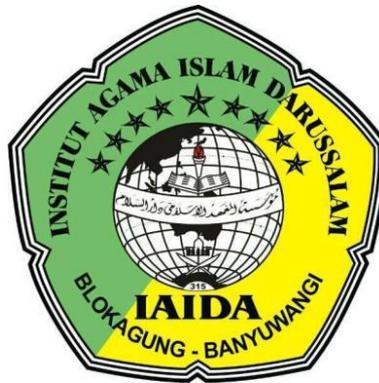


SKRIPSI

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS
DI PASAR TRADISIONAL GENDOH KECAMATAN
SEMPU KABUPATEN BANYUWANGI DALAM
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**



Oleh:

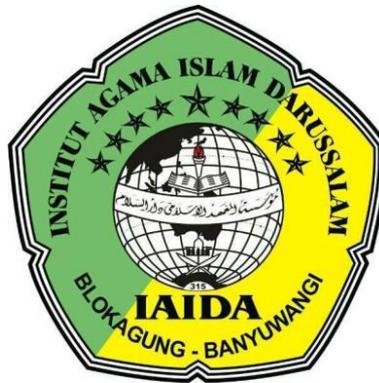
Salimatul Rofita

NIM : 17131110074

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM (IAIDA)
BLOKAGUNG BANYUWANGI
2021**

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS
DI PASAR TRADISIONAL GENDOH KECAMATAN
SEMPU KABUPATEN BANYUWANGI DALAM
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**



Oleh:

Salimatul Rofita

NIM : 17131110074

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM (IAIDA)
BLOKAGUNG BANYUWANGI
2021**

HALAMAN PERSYARATAN GELAR

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS
DI PASAR TRADISIONAL GENDOH KECAMATAN
SEMPU KABUPATEN BANYUWANGI DALAM
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Banyuwangi
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana
dalam menyelesaikan Program Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)**

Oleh :

Salimatul Rofita

NIM : 17131110074

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM (IAIDA)
BLOKAGUNG BANYUWANGI**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

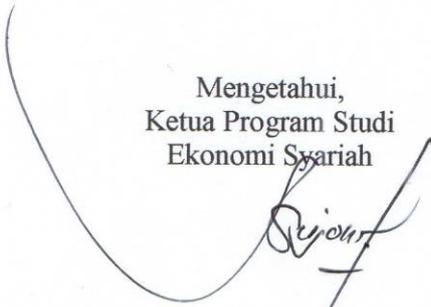
Skripsi dengan judul :

**Implementasi Etika Bisnis Di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu
Kabupaten Banyuwangi Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam**

Telah disetujui untuk diajukan dalam sidang ujian skripsi

Pada tanggal : 31 juli 2021

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah


Drs. Edy Sujoko, MH
NIY: 3150514096301

Pembimbing


Nurul Inayah, SE., M.Si
NIY: 3150419097401

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

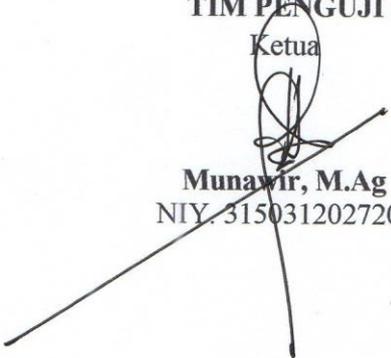
Skripsi Saudari Salimatul Rofita telah dimunaqosahkan kepada dewan penguji skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Darussalam (IAIDA) Blokagung Banyuwangi pada tanggal :

31 Juli 2021

Dan telah diterima serta disahkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

TIM PENGUJI :

Ketua


Munawir, M.Ag
NIY. 3150312027201

Penguji 1


Yunus Zamrozi,
NIY. 3151523138501

Penguji 2


Nurul Inayah, SE., M.Si
NIY: 3150419097401

Dekan

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Banyuwangi


Lely Ana Ferawati Ekaningsih, SE., MH., MM., CRP
NIY. 3150425027901

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

أَفْضَلُ النَّاسِ الْمُؤْمِنُ مِنَ الْعَالِمِ الَّذِي إِذَا أَحْتِجَ إِلَيْهِ نَفَعَّ وَإِنْ اسْتُعْنِيَ عَنْهُ
أَغْنَى نَفْسَهُ

“seutama-utama manusia ialah seorang mukmin yang berilmu. Jika ia dibutuhkan, maka ia memberi manfaat. Dan jika ia tidak dibutuhkan maka ia dapat memberi manfaat pada dirinya sendiri.” (HR.Al-baihaqi)

Persembahan :

Skripsi ini ku persembahkan untuk:

1. Matur nembah nuwun Gusti sekabehane, sedanten seng mpun Panjenengan paringne teng kulo. Matur suwun sanget Gusti.
2. Makasih ya Bapak sugiono yang sudah menjadi motivator terhebat, suatu saat aku akan menemukan pangeranku tapi engkau akan tetap manjadi rajaku.
3. Makasih banget buat ibuku nur khotimah yang sudah setia mendengar semua keluh kesahku selama dipondok dan makasih buat doa mu selama ini ya
4. Segenap Masyayikh PP. Darussalam blokagung, tegalsari, banyuwangi yang selalu mendidik, dan mengajarkan ilmu agama demi menjadi tauladan umat dan bermanfaat bagi semua orang khususnya ibuk Ny. Hj. Nurun Nadziroh.
5. Sahabat ekonomi syariah seperjuangan, est 2017.
6. Guru-guru tercinta mulai saya duduk dibangku SD sampai sekarang ini, Almamater Institut Agama Islam Darussalam (IAIDA) Blokagung Banyuwangi.
7. Dan yang terakhir teruntuk kamu yang tak pernah lelah memberikan semangat.

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, Saya :

Nama : Salimatul Rofita
NIM : 17131110074
NIMKO NIRM : 2017,4.071.0729.1.000663
Program Studi : Ekonomi Syariah
Alamat Lengkap : Kunir, Singojuruh, Singojuruh, Banyuwangi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

- a. Skripsi ini tidak pernah diserahkan kepada lembaga perguruan tinggi manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
- b. Skripsi ini benar-benar hasil karya pribadi dan bukan merupakan hasil tindak kecurangan atas karya orang lain.
- c. Apabila kemudian hari ditemukan bahwa skripsi ini merupakan hasil dari tindak kecurangan, maka saya siap menanggung segala konsekuensi hukum yang dibebankan.

Banyuwangi, 31 Juli 2021

Saya Yang Menyatakan,



Salimatul Rofita

NIM. 17131110074

HALAMAN ABSTRAK

Rofita, Salimatul, 2021. Implementasi Etika Bisnis di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Darussalam. Pembimbing: Nurul Inayah, SE., M.Si

Kata kunci: Bisnis, Etika, Etika bisnis islam, Pedagang.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pemahaman etika bisnis islam pedagang pasar tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi, untuk mengetahui penerapan etika bisnis pedagang di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi dalam perspektif etika bisnis islam. Penelitian dilatar belakangi oleh fenomena yang terjadi dilapangan tentang pemahaman pedagang terhadap etika bisnis islam. Etika yang memiliki beberapa prinsip harus dipahami dan seberapa jauh pedagang menerapkan etika bisnis islam dalam bertransaksi.

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Sumber data dalam penelitian ini adalah pedagang Pasar Tradisional Gendoh. informan yang diambil 12 orang. Diantaranya pedagang sayur, pedagang buah, pedagang ikan, pedagang ayam, pedagang sepatu dan 5 orang pembeli. Lokasi penelitian ini di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi. Untuk pengecekan keabsahan temuan penulis menggunakan teknik triangulasi (gabungan)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi dalam menjalankan aktivitas bisnis nya telah memahami etika bisnis islam. Mereka memahami bahwa dalam berdagang harus menyertakan niat ibadah kepada Allah SWT, berlaku jujur, tidak membeda-bedakan siapa yang membeli, bersikap adil dalam timbangan, tidak menyembunyikan kecacatan barang dagangan, tidak memaksakan, memberi respon yang baik, selalu ramah kepada setiap pembeli yang datang, bertanggung jawab apa bila ada kerusakan barang. Pedagang juga telah menerapkan etika bisnis yang sesuai dengan syariat yang didalamnya terdapat beberapa prinsip yaitu, prinsip keadilan, bersikap adil dan seimbang dalam timbangan. Prinsip kehendak bebasan, pedagang memberikan kebebasan kepada pedagang lain yang berjualan, tidak memaksakan kehendak para pembeli. Prinsip tanggung jawab, pedagang bertanggung jawab ketika ada konsumen yang

komplen. Prinsip kebenaran yang diterapkan oleh para pedagang meliputi dengan berupaya untuk berkomunikasi dengan baik dan ramah

HALAMAN ABSTRACT

Rofita, Salimatul, 2021. Implementation of business Ethics in Gendoh Traditional Market, Sempu District, Banyuwangi Regency in the perspective of Islamic business ethics. Thesis, Islamic economics study program faculty of economics and Islamic business, Darussalam Islamic Institute. Supervisor: Nurul Inayah, SE., M.Si

Keywords: Business, Ethics, Islamic business ethics, Traders.

This study aims to describe the understanding of Islamic business ethics for traditional market traders in Gendoh, Sempu District, Banyuwangi Regency, to determine the application of business ethics for traders at Gendoh traditional market, Sempu District, Banyuwangi Regency. In the perspective of Islamic business ethics. The research is the phenomenon that occurs in the field regarding the understanding of traders on Islamic business ethics. Ethics that has several principles must be understood and how far traders apply Islamic business ethics in transaction.

In this study using a qualitative approach. Methods of data collection in this study with interviews, observation and documentation. The source of data in this study is the Gendoh Traditional Market traders. Informants taken by 12 people. Among them are vegetable traders, fruit traders, fish traders, chicken traders, shoe traders and 5 buyers. The location of this research is in Gendoh Traditional Market, Sempu District, Banyuwangi Regency. To check the validity of the author's findings using the triangulation technique.

The results showed that traders at Gendoh Traditional Market, Sempu District, Banyuwangi Regency in carrying out their business activities have understood Islamic business ethics. They understand that in trading must include the intention of worshipping Allah, be honest, do not discriminate who buys, be fair in the scales, do not hide the defects of merchandise, do not impose, give a good response, always friendly to every buyer who comes, what is the responsibility if there is damage to the goods. Traders have also applied business ethics in accordance with the sharia which includes several principles, namely, the principle of justice, being fair and balanced in the scales. The principle of free will, traders give freedom to other traders who sell, do not impose the will of the buyers. The principle of responsibility, merchants are responsible when there are consumers who complain. The principle of truth applied by traders includes trying to communicate well and friendly.

HALAMAN KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT, skripsi ini hanya bisa selesai semata karena rahmat, ridho dan kasih-Nya. Sholawat dan salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang menjadi teladan bagi umatnya.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang tulus dan ikhlas kepada:

1. KH. Ahmad Hisyam Syafa'at, S.Sos.I., MH. Pengasuh Pondok Pesantren Darussalam
2. Dr.KH. Ahmad Munib Syafa'at, Lc., M.E.I. Selaku Rektor Institut Agama Islam Darussalam
3. Lely Ana Ferawati Ekaningsih, SE., MH., MM., CRP. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
4. Drs. Edy Sujoko, MH. Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
5. Nurul Inayah, SE.,M.Si Selaku Dosen Pembimbing Dalam Penulisan Skripsi Ini
6. Ulut mustofa Selaku kepala pasar Tradisional Gendoh
7. Seluruh Dosen Institut Agama Islam Darussalam
8. Kedua Orang Tuaku, Yang Selalu Menjadi Motivator Terhebat dan Alasan Terselesaikannya Skripsi Ini
9. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2017
10. Teman-teman pondok saya, terutama Cutegenk, erma, lisa, zulek, rani, ncip, tria, mamak.

Tiada balas jasa yang dapat diberikan oleh peneliti kecuali hanya do'a kepada Allah yang Maha Pemurah lagi Maha Pengasih. Semoga segala bantuan dan amal baik yang telah diberikan mendapatkan pahala dan

halasan dari Allah SWT peneliti mengucapkan

Tiada manusia yang sempurna, karena kesempurnaan hanya milik-Nya. Demikian dengan skripsi ini tentunya masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat, peneliti mohon maaf apabila terdapat kesalahan dalam skripsi ini.

Blokagung, 31 Juli 2021



Salimatul Rofita

HALAMAN DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	
Halaman Sampul Dalam.....	i
Halaman Prasyarat Gelar	ii
Halaman Persetujuan Pembimbing	iii
Halaman Pengesahan Penguji.....	iv
Halaman Motto dan Persembahan	v
Halaman Pernyataan Keaslian Skripsi	vi
Halaman Abstrak	vii
Halaman Abstrak.....	vii
Halaman Kata Pengantar	ix
Halaman Daftar Isi	xi
Halaman Daftar Tabel	xiii
Halaman Daftar Gambar.....	xiv
Halaman Daftar Lampiran	xv
Halaman Transliterasi	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	9
1.3 Masalah Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Kegunaan Penelitian.....	10
1.5.1 Kegunaan Teoristis	10
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	10
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	11
2.1 Teori-teori yang berkaitan dengan penelitian	11
2.1.1 Etika Bisnis Islam	11
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu	20
2.3 Alur Pikir Penelitian.....	37

BAB 3 METODE PENELITIAN	39
3.1 Jenis Penelitian.....	39
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	39
3.3 Informan	40
3.4 Data dan Sumber Data.....	40
3.4.1 Jenis Data	40
3.4.2 sumber Data	41
3.5 Prosedur Pengumpulan Data.....	42
3.6 Keabsyahan Data.....	44
3.7 Alat Analisis Data	46
BAB 4 TEMUAN DATA LAPANGAN	49
4.1 Gambaran data lapangan.....	49
4.1.1 Sejarah Pasar Tradisional Gendoh	49
4.1.2 Letak Geografis Pasar Tradisional Gendoh	50
4.1.3 Sarana dan Prasarana Pasar Tradisional Gendoh	51
4.1.4 Jumlah dan Jenis Pedagang Pasar Tradisional Gendoh	52
4.1.5 Kepemilikan dan Struktur Organisasi Pengelolaan Pasar Tradisional Gendoh.....	53
4.1.6 Tugas dan Wewenang Jabatan	53
4.1.7 Informan Penelitian	54
4.2 verifikasi data lapangan	58
BAB 5 ANALISIS DATA LAPANGAN	69
5.1 Pemahaman Etika Bisnis Di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.....	69
5.2 Implementasi Etika Bisnis Di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi dalam Perspektif Etika Bisnis Islam	76
BAB 6 PENUTUP.....	83
6.1 Kesimpulan	83
6.2 Implikasi Penelitian	84

6.2.1 Implikasi Teori	84
6.2.2 Implikasi Kebijakan.....	84
6.3 Keterbatasan Penelitian	84
6.4 Saran.....	84

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN-LAMPIRAN

HALAMAN DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 fenomena kecurangan pedagang.....	6
Tabel 2.1 penelitian terdahulu	35
Tabel 3.1 data informan.....	45
Tabel 4.2 daftar informan	60

HALAMAN DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Alur Pikir Penelitian.....	43
Gambar 4.1 Struktur kepengurusan Pasar Tradisional Gendoh.....	58
Gambar 4.3 Wawancara bersama kepala pasar Gendoh	61
Gambar 4.4 wawancara bersama pedagang baju	61
Gambar 4.5 wawancara bersama pedagang sepatu	62

HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Pedoman Wawancara
- Lampiran 2: Transkrip Hasil Wawancara
- Lampiran 3: Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 4: plagiarism cheecker X Originality Report
- Lampiran 5: Surat pengantar Penelitian
- Lampiran 6: Surat Pengesahan Revisi
- Lampiran 7: Dokumentasi
- Lampiran 8 : Daftar riwayat Hidup

HALAMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN

Untuk kata yang sudah diserap atau sering digunakan dalam bahasa Indonesia, penulisannya disesuaikan dengan ejaan yang berlaku dalam bahasa Indonesia. Untuk kata yang belum diserap atau jarang digunakan dalam bahasa Indonesia, penulisannya sesuai dengan ketentuan sebagai berikut:

Arab	Latin	Arab	Latin	Arab	Latin
ا	-	ز	Z	ق	Q
ب	B	س	S	ك	K
ت	T	ش	Sy	ل	L
ث	ṡ	ص	ṣ	م	M
ج	J	ض	ḍ	ن	N
ح	ḥ	ط	ṭ	و	H
خ	Kh	ظ	ẓ	ه	W
د	D	ع	‘	ء	‘
ذ	Ẓ	غ	G	ي	Y
ر	R	ف	F		

Sumber: buku panduan skripsi, 2021

Catatan:

1. Konsonan yang bersyahaddah ditulis rangkap

Misalnya: ربنا ditulis *rabbānā*.

2. Vokal Panjang (mad)

Fathah (baris di atas) dengan â, kasroh (baris bi bawah) ditulis dengan î, dammah (baris di depan) ditulis dengan û, misalnya: القلرعه ditulis *al-qâri'ah*, الساكين ditulis dengan *al-mâsakîn*, الفملحون ditulis dengan *al-muflihûn* Kata sandang alif + lam. Bila diikuti oleh huruf qomariyah ditulis al, misalnya: الكفرون dengan *al-kâfirûn*. Sedangkan, bila diikuti oleh

huruf syamsiyah, huruf lam diganti dengan huruf yang mengikutinya,
misalnya: الرجال ditulis dengan *ar-rijâl*

3. Ta' marbûthah

Bila tercetak diakhir kalimat, ditulis h, misalnya: البقرة ditulis *al-baqarah*,

bila ditengah kalimat ditulis t, misalnya: زكاة المال ditulis *zakat al-mâl*,

atau سورة النساء ditulis surat *al-Nisâ'*

4. Penulisan kata dalam kalimat menurut tulisannya

Misalnya: وهو خير الرازقين ditulis *wahuwa khoirar-râziqîn*.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Aktivitas jual beli merupakan salah satu kebutuhan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Salah satu tempat untuk melakukan jual beli yaitu pasar. Pasar menjadi jantung perekonomian tersendiri bagi masyarakat dalam meningkatkan pendapatan daerah. Terlebih lagi yaitu pasar tradisional. Pasar tradisional sangat berpengaruh terhadap kelangsungan perekonomian dalam menunjang pertumbuhan ekonomi nasional.

Seorang muslim harus mengikuti ajaran nabi muhamad dalam setiap melakukan aktivitas ekonomi. Pasar sendiri merupakan ladang bisnis, tempat orang-orang untuk berkumpul dengan tujuan melakukan tukar-menukar kepemilikan barang atau jasa dengan uang (Untung, 2012:72-95).

Pasar dibagi menjadi dua macam yaitu pasar modern dan pasar tradisional. Pasar tradisional merupakan pasar di mana kegiatan penjual dan pembelinya dilakukan secara langsung dalam bentuk eceran dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbatas. Pasar tradisional biasanya muncul dari kebutuhan masyarakat umum yang membutuhkan tempat untuk menjual barang yang dihasilkan. tempat pasar tradisional berupa kios, lapangan ataupun lapak. Sedangkan pasar modern adalah penjual dan pembeli tidak melakukan aktivitas transaksi jual beli secara langsung.

Pembeli hanyalah melihat label harga dari suatu produk yang ingin dibeli. Ketika sudah memutuskan untuk membeli produk tersebut, pembeli nantinya akan dilayani dengan mandiri oleh kasir. tempat pasar modern berupa perumahan seperti supermarket, minimarket dan lain-lain. Banyaknya yang mendirikan pasar modern berdampak juga pada keberadaan pasar tradisional.

Fakta dilapangan memperlihatkan adanya pergeseran etika perdagangan di pasar tradisional. Seperti Banyaknya pedagang yang mengurangi timbangannya, dan menjual barang yang cacat. Hal ini menandakan timbulnya gejala kekurangan rasa solidaritas, serta tanggung jawab sosial dan juga tingkat kejujuran bahkan adanya persaingan yang tidak sehat dan berbagai masalah bisnis lainnya.

Pesatnya pertumbuhan ekonomi menimbulkan persaingan bisnis yang begitu tinggi juga. Para pedagang melakukan segala cara agar bisa mendapatkan keuntungan yang tinggi bahkan para pedagang seringkali melakukan kecurangan ataupun mengabaikan etika dalam menjalankan bisnisnya. Sebagian orang masih beranggapan bahwa etika bisnis hanya akan mempersempit keuntungan yang dijalankan. Padahal jika semua orang menerapkan etika bisnis keuntungan yang didapatkan semakin banyak. Pembeli atau konsumen sangat mendambakan adanya ketentraman dan keseimbangan dalam menjalankan transaksi perdagangan khususnya di pasar tradisional yang dilakukan dengan dasar kejujuran serta terhindar dari penipuan dan kecurangan.

Nilai etika dan integritas seorang pelaku bisnis merupakan suatu indikator yang dapat menentukan sikap dan perilaku untuk berinteraksi dengan orang lain. Kejujuran merupakan modal kepercayaan utama dalam dunia bisnis. Kata orang bijak, lebih baik kehilangan keuntungan hari ini dari pada kehilangan kepercayaan hari esok. Suatu perusahaan yang kehilangan kepercayaan dari konsumennya, maka konsumen tersebut akan meninggalkannya dan pindah ke perusahaan lain.

Bisnis merupakan (perdagangan) dalam arti luas adalah sesuatu menggambarkan aktivitas dan institusi yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari. Bisnis merupakan suatu organisasi yang menyediakan barang dan jasa yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan. Namun disamping tujuan tersebut, hakikat dari kegiatan bisnis itu adalah untuk memenuhi kebutuhan sebagai makhluk sosial (Zahrom, 2015:13).

Etika dalam penerapan bisnis merupakan sebuah konsep bidang ilmu yang terkadang dilupakan oleh pelaku bisnis itu sendiri. Sedangkan menurut Huda (2017) Etika merupakan seperangkat prinsip moral yang memungkinkan seseorang untuk membedakan antara hal-hal mana yang baik dan mana yang buruk.

Etika Bisnis Islam merupakan penerapan perilaku atau akhlak dalam menjalankan bisnis untuk mencari keuntungan namun tidak keluar dari perilaku, moral atau norma-norma ajaran Islam dalam menjalankan bisnis Islam. Etika bisnis merupakan suatu bidang ilmu ekonomi yang terkadang dilupakan banyak orang, padahal melalui etika bisnis inilah seseorang dapat

memahami suatu bisnis persaingan yang sulit sekalipun, artinya etika merupakan sebuah aturan dalam menjalankan bisnis (Fahmi, 2014:3).

Bisnis syariah merupakan perwujudan dan dimplementasi dari aturan syariat Allah yang telah diturunkan melalui Rasulullah SAW. Dalam aspek syariah ada hal yang membedakannya dengan bisnis konvensional. Bisnis selalu memainkan peranan penting dalam kehidupan ekonomi dan sosial bagi setiap orang disepanjang abad dan semua lapisan masyarakat, agama Islam mengizinkan adanya sebuah bisnis, sebagaimana Rasulullah SAW sendiri juga berbisnis dalam jangka waktu yang cukup lama (Labib, 2018:72-95) .

Bisnis merupakan aktivitas yang langsung berhubungan dengan manusia juga bagian dari usaha manusia untuk mencapai kesejahteraan kebahagiaan dunia dan akhirat. Yang menjadi dilema saat ini adalah munculnya masalah seseorang menjalankan bisnis tidak sesuai dengan syariah Islam demi mencari kesejahteraan serta kebahagiaan. Seperti firman Allah dalam al-qur'an surat Al-Maidah: 8

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ
قَوْمٍ عَلَيَّ إِلَّا تَعْدِلُوا إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ وَهُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَانْقُضُوا اللَّهَ إِنَّمَا اللَّهُ خَيْرٌ بِمَا
تَعْمَلُونَ

Artinya: *wahai orang-orang yang beriman! Jadilah kamu sebagai penegak keadilan karena Allah (ketika) menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah kebencian terhadap suatu kaum mendorong untuk berlaku tidak adil. Berlaku adilah. Karena(adil) itu lebih dekat dengan taqwa. Dan bertaqwalah kepada Allah, sungguh, Allah Maha Yang teliti terhadap apa yang kamu kerjakan.* (Usman, 2012:108)

Tafsir Ayat tersebut menjelaskan bahwasannya sebagai manusia harus berlaku adil dalam setiap melakukan aktivitas ekonomi. Dalam berdagang pun manusia dituntut untuk menegakan keadilan. Seperti dalam timbangan, pedagang tidak boleh memberatkan timbangan ataupun mengurangnya.

Etika bisnis Islam bertujuan kepada manusia agar saling menjalin kerjasama, tolong-menolong, dan juga menjauhkan diri dari sifat dengki, dendam serta hal-hal yang tidak sesuai dengan syariah. Etika bisnis Islam juga berfungsi sebagai pengontrol terhadap aktivitas ekonomi, karena pada dasarnya etika menjadi perbuatan standar yang memimpin individu. Maka pengetahuan akan etika bisnis Islam harusnya dimiliki dan dipahami oleh setiap individu yang melakukan kegiatan ekonomi (Labib, 2018:45).

Terutama para pedagang yang melakukan transaksi jual beli di pasar tradisional. Masih banyak para pedagang di pasar tradisional yang tidak menerapkan etika bisnis Islam yang telah diajarkan oleh Rasulullah SAW. Seperti timbangan yang dikurangi, menjual barang yang cacat, menaikkan harga tidak sesuai aturan, dan juga mengoplos barang yang berkualitas baik dengan yang buruk. Konsep pasar dalam Islam merupakan pasar yang ditumbuhi nilai-nilai syariah seperti keadilan, kejujuran, dan persaingan sehat yang merupakan nilai-nilai universal. Rasulullah mengajarkan kepada setiap umatnya agar tidak membuat orang lain rugi. Dalam berdagangpun beliau selalu membuat pembeli puas dengan cara beliau berdagang. Kita sebagai umatnya seharusnya mengikuti jejak Rasulullah dalam hal apapun. Tak terkecuali berdagang. Karena berdagang merupakan salah satu mata

pencapaian masyarakat yang banyak diminati. Dalam berdagang berlaku adil, jujur itu sangat diperlukan agar pembeli tidak kecewa terhadap kinerja berdagang kita. Berikut beberapa data kecurangan yang dilakukan di pasar tradisional dari berbagai daerah:

Tabel 1.1 Fenomena Kecurangan Pedagang di Pasar Tradisional

No	Tahun	Tempat	Bentuk Kecurangan
	20	pasar Banyumas	cabai rawit dicat merah dengan cat kayu (https://regional.kompas.com/read/2020/12/31/16553021/kasus-temuan-cabai-rawit-bercat-merah-di-pasar-tradisional-polisi-tangkap?page=all)
	2010	pasar Badung Bali	kecurangan dalam memasang magnet di timbangan agar mengurangi berat timbangan (https://regional.kompas.com/read/2010/08/12/12483841/~Regional~Indonesia%20Timur)
	2011	pasar Badung dan Kreneng Denpasar	kecurangan menambah logam dan tali di timbangan agar menambah berat timbangan. (https://regional.kompas.com/read/2011/07/05/08283946/~Regional~Indonesia%20Timur)

Sumber: Zain, 2020

Fenomena di atas menandakan bahwa masih banyak pedagang yang mengabaikan etika bisnis Islam. Mereka menggunakan cara yang tidak sehat agar mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Perilaku yang dilakukan pedagang tidak beretika sesuai ajaran Islam. Pada hakikatnya etika menjadi dasar yang memimpin individu itu sendiri. Dalam hal ini etika sangat berpengaruh bagi para pebisnis karena etika di artikan sebagai suatu perbuatan standar yang memimpin individu. Etika juga di artikan sebagai suatu studi atau pembelajaran mengenai perbuatan yang sah dan benar dan pilihan moral yang dilakukan oleh seseorang (Alma, 2011:53).

Agama Islam telah menganjurkan dalam suatu bisnis atau perdagangan haruslah beretika. Dalam aktivitas bisnis dianjurkan mengikuti ajaran Rasulullah dalam hal berdagang. Rasulullah sangat menganjurkan pebisnis dalam aktivitas usaha berlaku suka sama suka. Sebaliknya dilarang melakukan perdagangan dengan cara yang bathil (diperoleh jalan yang tidak sah) karena perbuatan yang tidak sehat akan merugikan kepada bisnis itu sendiri. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penerapan etika bisnis Islam sangat diperlukan dalam membangun kegiatan perekonomian yang tidak keluar dari syariat Islam.

Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi. ini merupakan pusat perbelanjaan yang ada di Kecamatan Sempu. Pasar Tradisional ini bertempat di Jalan Raya Dusun Klontang Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi Jawa Timur 68468. Pasar Tradisional ini buka setiap hari mulai jam 05:00 sampai jam 21:00. Beraneka macam pedagang yang menjajakan dagangannya yang masih berbahan dasar lokal. Tempat Pasar Tradisional Gendoh ini berupa kios yang berhadapan satu sama lain. Semua pedagang yang berjualan di pasar tradisional tersebut memiliki tujuan dan misi yang sama yaitu mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. mayoritas pedagang di pasar tradisional beragama muslim. Di Pasar Tradisional Gendoh pedagang mayoritas berjualan baju dan juga sayur. Jumlah pedagang yang berada di Pasar Tradisional Gendoh ini berjumlah 30 lapak. Yang mana terdiri dari pedagang baju, sandal, ikan, ayam, sayur-mayur, bahan-bahan dapur, alat-alat dapur dan juga buah. Setiap harinya

pedagang menempati lapak yang sudah disiapkan. Jadi antara para pedagang tidak saling merebut tempat karena tempatnya sudah disediakan oleh Pemerintah.

Modal merupakan salah satu peran yang sangat penting dalam melakukan aktivitas usaha. Menurut Alma (2011) Modal merupakan hasil produksi yang digunakan untuk memproduksi lebih lanjut. Dalam perkembangannya kemudian modal ditekankan pada nilai, daya beli atau kekuasaan memakai atau menggunakan yang terkandung dalam barang-barang modal. Bagi para pedagang tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi keberadaan modal bisa dipengaruhi dari modal sendiri, modal dari pemasok barang yang diperdagangkan (*supplier*), pinjaman dari lembaga keuangan serta sumber modal lainnya. Pasar Tradisional Gendoh merupakan Pasar Tradisional yang berada dalam naungan pemerintah kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi. Pedagang menempati kios-kios yang sudah disediakan oleh pemerintah yang dibangun secara permanen. Pengecer memerlukan modal untuk pembelian barang dagangan yang akan disalurkan kepada konsumen. Jadi kebanyakan para pedagang mengambil modal dari supplier mereka masing-masing.

Melihat beberapa kasus diatas, maka pernyataan yang muncul merupakan seberapa paham pedagang terhadap etika bisnis islam dan bagaimana penerapan etika bisnis Islamnya. Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih jauh dengan melakukan suatu penelitian ilmiah yang diberi judul **Implementasi Etika Bisnis Di**

Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan fokus penelitian yaitu Bagaimanakah Implementasi Etika Bisnis di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.

1.3 Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas maka dapat dirumuskan permasalahan yang hendak diteliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pemahaman Etika Bisnis Islam di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi?
2. Bagaimanakah Etika Bisnis Di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi dalam Perspektif Etika Bisnis Islam?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pemahaman Etika Bisnis Islam para pedagang di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi.
2. Mengetahui Implementasi Etika Bisnis Di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

1.5 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau kegunaan. Adapun manfaat atau kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan dibidang keilmuan Etika Bisnis Islam.

1.5.2 Kegunaan praktis

Yaitu untuk memberikan tambahan wawasan ilmu pengetahuan kepada sesama manusia terutama untuk pedagang, dan bisa digunakan sebagai dasar etika bisnis Islam yang tepat berdasarkan ajaran agama Islam.

BAB 2

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Teori Yang Berkaitan Dengan Penelitian

Penelitian ini menggunakan teori etika bisnis Islam, selanjutnya akan dijelaskan pada subbab di bawah ini:

2.1.1 Etika Bisnis Islam

1. Etika

Secara etimologis, term etika berasal dari bahasa Yunani, yaitu ethos yang berarti watak kesusilaan atau adat (Hafid, 2014:11). Etika atau ethikos berasal dari bahasa Yunani kuno yang berarti timbul dari kebiasaan (Abdullah, 2014:33). Istilah etika diartikan sebagai suatu perbuatan standar yang memimpin individu dalam mengambil keputusan (Alma, 2003:52).

Pengertian etika seperti yang dikemukakan oleh Purbakawatja, Saytanugraha, Dewantara, Fogothey, Frankena, dan Amin dalam Hafid dan Yaksa (2014) lebih mengarah kepada suatu pemahaman bahwa sesungguhnya etika merupakan suatu ilmu pengetahuan, yakni sebagai bagian dari ilmu filsafat yang membahas tentang pikiran, perasaan, sikap, dan tindakan manusia yang baik atau buruk. Etika juga diartikan sebagai ilmu tentang apa yang baik dan benar tentang hak, kewajiban dan juga moral. Etika adalah memberikan panduan apakah suatu perilaku tertentu dapat digolongkan sebagai perilaku yang bermoral atau tidak bermoral.

Etika sangat diperlukan dalam rangka menjaga hubungan antara kebutuhan hidup manusia dengan manusia termasuk di dalam hubungan bisnis.

Etika secara terminologi merupakan pembelajaran sistematis tentang baik atau buruk, benar atau salah, tabiat konsep nilai dan lain sebagainya. Serta prinsip secara umum yang membenarkan kita dalam mengaplikasikannya atas apa saja. dalam arti lain etika adalah seperangkat prinsip dan dimana para pelaku bisnis harus memiliki suatu komitmen dalam bertransaksi, perilaku dan berelagasi agar bisnis dengan koridor yang baik. Menurut Qardawi, dalam bukunya Djakfar (2007:21). Mengatakan bahwa antara ekonomi dan akhlak tidak pernah terpisah sama sekali, seperti halnya antara ilmu dan akhlak, antara politik dan akhlak, dan antara perang dan akhlak.

Hafid (2014) menyebutkan secara lebih detail bahwa term etika berasal dari bahasa Yunani, yakni *ethos* yang merupakan bentuk tunggal dan *Ta etha* sebagai bentuk jamaknya yang berarti kebiasaan, akhlak, atau watak (Hafid, 2014:11). Etika pada segmen ini mengarahkan pada pengalaman moral individu dan masyarakat secara empirik, lalu dari situ muncul nilai-nilai dan sifat-sifat yang mengagumkan untuk dikembangkan dalam kehidupan manusia. Etika juga dapat diartikan sebagai nilai-nilai moral dalam masyarakat.

Fahmi menyatakan (2014) bahwa etika dapat diartikan sebagai nilai-nilai dan norma-norma moral dalam suatu masyarakat. Seperti apa yang diperbolehkan dan apa yang tidak diperbolehkan serta pantas

dilakukan atau tidak pantas dilakukan. Adapun tujuan etika adalah mempelajari lebih dalam dari pengalaman manusia, yaitu bahwa manusia mampu membedakan yang benar dari yang salah. Dalam diri manusia terdapat keharusan dan tuntutan yang perlu ditaati jika ia hendak hidup secara manusiawi. Ciri-ciri etika yang baik mencakup beberapa hal yaitu:

- a. Kejujuran : menyampaikan apa yang dirasa benar dan merasa bahwa hal tersebut merupakan sebuah kebenaran.
- b. Ketetapan : tepat waktu sesuai yang telah di sepakati.
- c. Loyalitas : selalu setia dengan apa yang sudah dijanjikan, baik kepada individu maupun kepada organisasi.
- d. Disiplin : selalu mentaati peraturan yang ada tanpa adanya paksaan atau dorongan dari pihak lain (Anoraga, 2011:133).

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa etika adalah ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan manusia dalam upaya untuk menentukan perbuatan yang dilakukan manusia untuk dikatakan baik atau buruk dan bertanggung jawab penuh terhadap apa yang telah di kerjakannya.

2. bisnis

Bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Menurut arti dasarnya, bisnis memiliki makna sebagai” *the buying and selling of goods and service*” (Nilava, 2020:3). Bisnis berlangsung karena adanya kebergantungan

antaraindividu, adanya peluang internasional, usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan standar hidup, dan lain sebagainya (Muhamad, 2004:37).

bisnis merupakan suatu kegiatan pertukaran antara barang, jasa dan uang di mana pertukaran tersebut saling menguntungkan dan bermanfaat bagi pelakunya (Muhamad, 2004:37-38). Bisnis adalah suatu urusan atau kegiatan dagang, industri atau keuangan yang dihubungkan dengan produksi atau pertukaran barang atau jasa dengan menempatkan uang dari para entrepreneur dalam resiko tertentu dengan usaha tertentu dengan motif untuk mendapatkan keuntungan (Hendra, 2018:45). Saat ini bisnis sangat berperan penuh terhadap kehidupan manusia karena bisnis sendiri tidak bisa lepas dari kegiatan manusia untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Bisnis dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, pertumbuhan sosial, dan tanggung jawab sosial (Nilava, 2020:3-4). Dari sekian banyak tujuan yang ada dalam bisnis, profit memegang peranan yang sangat berarti dan banyak dijadikan alasan tunggal di dalam memulai bisnis.

Bisnis Islam adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan (barang atau jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram. Bisnis dalam Al-qur'an dijelaskan melalui kata *tijarah*, yang mencakup dua makna, yaitu: pertama, perniagaan secara umum yang mencakup perniagaan antara manusia dengan Allah. Seperti ketika seseorang membeli petunjuk Allah

dengan kesesatan, maka ia termasuk seseorang yang tidak beruntung (Nilava, 2020:7). Adapun makna tijarah yang kedua adalah perniagaan secara khusus, yang berarti perdagangan ataupun jual beli antar manusia.

Hal ini diharapkan agar para pebisnis atau pedagang dapat berbuat kebaikan dan tidak melakukan perdagangan di luar syariat Islam. Berdasarkan pengertian di atas dapat dipahami bahwa bisnis Islam merupakan suatu aktivitas usaha yang terjadi atas dasar saling menguntungkan dan tidak dibatasi oleh kualitas kepemilikan barang atau jasa.

3. Etika Bisnis

Etika bisnis merupakan norma-norma etika yang dilandaskan pada Al-qur'an dan Hadits yang dijadikan pedoman oleh siapapun yang hendak melaksanakan bisnis. Yang didalamnya terdapat prinsip-prinsip moralitas (Nilava, 2020:5). Etika bisnis juga di artikan sebagai seperangkat prinsip dan norma dimana setiap pelaku bisnis harus berkomitmen dalam bertransaksi, serta berperilaku dan berelasi guna mencapai tujuan bisnisnya dengan selamat. Etika bisnis dapat diartikan sebagai peraturan tidak tertulis sebagai landasan norma dan perilaku yang harus dipatuhi oleh seluruh lapisan dalam perusahaan.

Dapat di simpulkan etika bisnis merupakan seperangkat perilaku yang mengatur tentang baik buruknya seseorang dan benar salahnya seseorang dalam menjalankan suatu usah agar dapat mencapai tujuan tanpa merugikan salah satu pihak dan selamat dalam menjalankan usahanya.

4. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis merupakan ilmu yang dibutuhkan banyak pihak tetapi masih bersifat problematis dari sisi metodologis. Praktik bisnis yang baik, etis, dan adil atau fair, akan ikut mewujudkan keadilan dalam masyarakat. Sebaliknya ketidakadilan yang merajalela akan menimbulkan gejolak sosial yang meresahkan para pelaku bisnis (Labib , 2018:50).

Etika bisnis dalam Islam merupakan sejumlah perilaku etis bisnis yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram. Dalam Islam etika bisnis sudah banyak dibahas di Al-qur'an dan Sunnah Rasul. Pelaku-pelaku bisnis diharapkan bertindak secara etis dalam berbagai aktivitasnya (Nilava, 2020:6). Etika bisnis tersebut diterapkan dalam sistem dan organisasi yang digunakan masyarakat modern untuk memproduksi dan mendistribusikan barang atau jasanya yang diterapkan orang-orang yang ada di dalam organisasi tersebut.

Etika bisnis Islam adalah penerapan sikap dan perilaku yang simpatik, sikap sahabat dengan orang lain, dan kemudian sebaliknya orang lain pun akan lebih mudah bersahabat dan mau bermitra dengannya (Alma, 2003:76). Etika bisnis dihadapkan pada permasalahan-permasalahan mengenai klasik seperti jaringan, kualitas, serta persaingan.

a. Prinsip-prinsip etika bisnis Islam sebagai berikut:

1) Prinsip kebenaran (Kejujuran)

Menurut Islam kebenaran adalah ruh keimanan, yang menjadi simbol utama orang-orang mukmin dan para Nabi.

Islam menempatkan kebenaran di atas segala-segalanya. Termasuk dalam mengelola bisnis. Secara obyektif, ukuran baik dan buruk, atau benar dan salah dipengaruhi oleh akal yang menjadi sifat kudrat manusia sebagai manusia yang berakal. Dalam aktivitas usaha berperilaku yang sesuai dengan akal adalah ukuran dari kebaikan, di mana akal memberikan tempat di atas nafsu, keinginan, kebutuhan, dan rasa yang dikendak. Keinginan, kebutuhan, dan rasa dikendalikan oleh akal, sehingga segala sesuatu berdasarkan pada akal, bukan sebaliknya. Dalam dunia usaha (bisnis) kebenaran dan kebaikan sangatlah diperlukan, sebab tanpa kebenaran dan kebaikan bisnis akan terancam dan tidak berkesinambungan. seperti berbohong dalam mempromosikan barang dagangan dan juga dalam menetapkan harga itu tidak dianjurkan oleh agama. Salah satu karakter yang sangat pokok yang harus dimiliki oleh pedagang adalah kebenaran sehingga aktivitas bisnis yang diusahakan dapat diridhai oleh Allah (Hafid, 2014:107).

2) Prinsip Tanggung jawab

Konsep tanggung jawab sangat ditekankan oleh ajaran Islam dalam hidup dan kehidupan manusia termasuk di dalam tanggung jawab terhadap bisnis. Menurut konsep

Islam, segala aktivitas usaha termasuk usaha bisnis harus dilaksanakan dengan penuh rasa tanggung jawab. Secara objektif ukuran tanggung jawab dapat dilihat dari tanggung jawab pedagang kepada pembeli terhadap barang dagangannya. Sehingga pembeli merasa puas dan senang berbelanja. Dan tidak merugikan siapapun. Seorang pedagang tidak boleh lalai terhadap kewajibannya (Hafid, 2014:108). Hal ini sesuai dengan apa yang ada didalam Al-qur'an surat Al-Mudassir:38

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌ

Artinya: “*setiap orang bertanggung jawab atas apa yang telah dilakukannya.*” (Usman, 2012:576)

3) Prinsip kehendak bebas

Kebebasan merupakan hal yang penting dalam etika bisnis Islam. Akan tetapi jangan sampai kebebasan ini mengganggu atau merugikan kepentingan bersama atau orang lain. Islam memperbolehkan umatnya untuk berinovasi dalam muamalah khususnya dalam kegiatan bisnis, akan tetapi Islam tidak memperbolehkan umatnya untuk melakukan hal-hal yang diharamkan oleh dalil. Secara objektif ukuran kehendak bebas dilihat dari kedua belah pihak tanpa ada paksaan. Dalam pelayanan harus ramah, baik, dan sopan.

4) Prinsip keadilan

Keadilan dapat diartikan sebagai kesadaran untuk memberikan sesuatu kepada orang lain sesuai dengan haknya. Termasuk juga dalam berbisnis. Seorang pebisnis harus menerapkan keadilan dalam setiap transaksi yang dilakukannya. Secara objektif ukuran keadilan dilihat dari kedua belah pihak mendapatkan kesempatan yang sama dalam mendapatkan keadilan untuk melaksanakan kewajibannya dan memperoleh haknya tanpa ada dari kedua belah pihak, mengalami rintangan dan paksaan atas keadilan tersebut. Sehingga masing pihak mendapatkan kesempatan yang sama untuk melaksanakan hak dan kewajiban tanpa mengalami rintangan dan paksaan. Tujuannya agar para pembeli tidak merasa di rugikan dan merasa puas terhadap pelayanannya. Seperti firman Allah dalam surat Al-Isra' ayat 35:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزَنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

Artinya: *dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan timbangan yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.* (Usman, 2012: 285)

Dalam ayat di atas dijelaskan bahwa Allah telah menakar sesuatu sesuai dengan porsinya masing-masing. Dan kamu tidak boleh mengurangi ataupun menambahkan takaran tersebut.

Menurut Muhammad (2004). Etika bisnis adalah seperangkat prinsip-prinsip etika yang membedakan yang baik dan yang buruk, harus, benar, salah dan lain sebagainya. Dalam arti lain etika bisnis berarti prinsip dan norma yang para pelaku bisnis harus menerapkannya dalam bertransaksi dan berperilaku. Seperti firman Allah dalam surat An-Nisa: 29 :

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

Artinya: *wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh allah maha penyayang kepadamu. (Usman, 2012:83)*

Dalam ayat tersebut disebutkan bahwa Allah melarang umatnya memakan harta sesamanya dengan cara yang bathil dan cara mencari keuntungan yang tidak sah dan melanggar syariat seperti, riba, perjudian dan yang serupa dengan itu. Allah mengecualikan dari larangan ini pencarian harta dengan jalan perdagangan yang dilakukan atas dasar suka sama suka oleh kedua belah pihak yang bersangkutan.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam adalah norma dan aturan yang wajib di terapkan agar sesuai dengan syariat Islam.

2.2 Penelitian Terdahulu

Sari (2018), Jurnal Praktik pedagang pasar tradisional: fakta dan solusi penerapan etika bisnis Islam (Pasar Lambaro, Aceh besar) hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya 45 % pedagang yang selalu jujur dalam timbangan . Dalam penjualan barang yang halal didapati 90 % dari pedagang yang berjualan di pasar lambaro selalu menjual barang yang halal dan sesuai dengan tuntunan Islam. Namun demikian masih didapati 10% pedagang yang menjual barang haram seperti minuman memabukkan dengan cara sembunyi. Untuk penjualan barang yang baik kualitasnya, 45% pedagang menjawab telah mengutamakan kualitas barang, sisanya menjual barang kualitas nomor dua mengikut keadaan ekonomi konsumen. Sebanyak 40 % menyatakan selalu tidak menyembunyikan cacat barang dalam jual beli, sebagian lagi menyatakan jarang tidak menyembunyikan cacat barang dalam jual beli.

Sebanyak 70% pedagang di pasar Lambaro selalu menepati janji dalam jual beli. Menepati janji merupakan kunci keberhasilan dan membuat orang lebih percaya kepada kita, untuk itu perlu dijaga oleh para pedagang. 60% pedagang di pasar Lambaro telah melaksanakan kewajiban mengeluarkan zakat yang sudah sampai nisabnya. Sebagian para pedagang tidak pernah mengeluarkan zakat, karena mereka beralasan harta sudah habis dijadikan untuk modal.

Dalam menjalankan perintah ibadah salat, 80 % responden menyatakan tidak pernah lalai dalam menjalankan perintah Allah pada waktu jual beli di pasar berlangsung hal ini dikarenakan waktu shalat dzuhur

sangat panjang. Untuk keramahan dalam berdagang, 70% Keramahan menjadi poin penting dalam berdagang. Apabila seorang pedagang tidak ramah kepada konsumen tentu sangat merugikan pedagang itu sendiri. Dari data yang didapat menunjukkan bahwa masih ada sebagian pedagang di pasar Lamboro tidak dapat berlaku jujur dalam menjalankan bisnisnya khususnya dalam penentuan mutu barang, dan penetapan timbangan. Hal ini bertentangan dengan prinsip transaksi jual beli Islami, dimana seorang pedagang seharusnya dapat dipercaya, tulus dan jujur. Karena sikap tulus dan jujur tidak saja dianjurkan, namun juga diperintahkan dalam Al Quran. Dalam kaitan ini Imam Al-Ghazali menegaskan: “Penjual tidak boleh menyembunyikan harga yang sebenarnya berlaku pada saat itu, atau menyembunyikan sesuatu tentang barang dagangannya yang seandainya pembeli mengetahui niscaya si pembeli tidak akan membeli (Sari, 2018:86-88).

Haryanti, Nine (2019), jurnal Analisis Penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam pada pedagang di PD Pasar Tradisional Pancasila Tasikmalaya. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode deskriptif kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yaitu wawancara kepada pedagang. Sedangkan data sekunder adalah data-data yang diperoleh melalui laporan-laporan mengenai pedagang dan pasar tersebut. Teknik pengumpulan menggunakan wawancara, observasi dan juga dokumentasi. Hasil penelitian wawancara dan observasi yang diperoleh dari pedagang dan pengelola PD Pasar Tradisional Pancasila

Tasikmalaya menunjukkan bahwa prinsip-prinsip etika bisnis Islam belum sepenuhnya di terapkan dalam aktivitas jual beli. Masih ada beberapa penyimpangan yang dilakukan oleh pedagang dalam aktivitas jual beli seperti melalaikan sholat, kecurangan dalam timbangan, menjual barang dibawah harga pasar karena ketatnya harga pasar, pedagang kurang jujur tidak membayar hutang ke suplier, melakukan simpan pinjam ke bank konvensional, batas kadaluarsa yang tidak jelas, sikap kurang ramah pedagang dan perlakuan berbeda (diskriminatif) terhadap konsumen yang ditunjukkan pedagang dan masih terdapat produk olahan makanan yang menambahkan formalin dan borax (Haryanti , 2019:129).

Tiakoly dkk (2019) jurnal Penerapan Etika Bisnis Islam pada usaha pedagang barang campuran di Pasar Tradisional Gamalama. Metode yang digunakan dalam penelitian ini berupa metode deskriptif kualitatif. Teknik yang digunakan menggunakan teknik triangulasi yaitu membandingkan data yang diperoleh melalui waktu. Berdasarkan hasil pemaparan dan pembahasan hasil penelitian di atas maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut. Pertama, mayoritas pedagang barang campuran di pasar Gamalama Kota Ternate telah memahami etika bisnis Islam dan menerapkan konsep etika bisnis Islam sebagaimana yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW, dalam berdagang. Kedua, berdasarkan pemahaman dan penerapan konsep etika bisnis Islam yang telah dipahami dan diterapkan oleh sebagian pedagang di pasar Gamalama Kota Ternate sebagaimana yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW, maka penerapan etika bisnis Islam dapat

membentuk sikap kejujuran, keadilan, serta suka sama-sama suka dalam berdagang (Tiakoly , 2019:121).

Nilava, Ihna (2020), jurnal Etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli di Pasar Tradisional Ngronggo Kota Kediri. Jenis penelitian yang dilakukan penulis adalah lapangan, yaitu penelitian langsung berhubungan dengan obyek yang diteliti. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif karena data yang digunakan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Bentuk transaksi penjualan dipasar grosir Kediri adalah menggunakan sistem *cash* (tunai), ada juga yang membayar menggunakan tukar menukar (*barter*) barang dengan para pedagang. Tetapi karena di Kecamatan Ngronggo mayoritas masyarakatnya bermata pencaharian sebagai pedagang sayuran dan buah, mereka saling melakukan barter barang dengan barang dengan para pedagang. Hasil penelitian mengenai penerapan etika bisnis Islam dalam Transaksi jual beli di Pasar Ngronggo Kota Kediri bawasanya sebagian besar pedagang sudah menerapkan dan menjalankan etika bisnis Islam. meskipun belum semua pedagang yang sudah menerapkan etika bisnis Islam. Hasil dari wawancara yang peneliti dapat dari beberapa pedagang yang dijadikan sampel penelitian dapat diketahui pedagang di Pasar Ngronggo Kota Kediri bahwasannya sebagian dari pedagang dipasar tersebut sudah menjalankan prinsip etika bisnis Islam seperti halnya jujur, tanggung jawab, amanah dan dapat dipercaya (Nilava , 2020:143&151).

Wati (2021), jurnal Penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli: studi kasus pasar tradisional Pendopo Empat Lawang, Sumatera Selatan. Metode yang digunakan yaitu menggunakan pendekatan kualitatif metode studi kasus yang menekankan pada usaha untuk memperoleh informasi mengenai status gambaran terhadap fenomena-fenomena, serta menarik makna dari suatu masalah yang diinginkan berkenaan dengan sesuatu kasus. Teknik pengumpulan data menggunakan triangulasi dengan wawancara, observasi, dan studi dokumentasi.

Pasar Pendopo berada di Kecamatan Pendopo Kabupaten Empat Lawang Sumatera Selatan. Pasar ini berdiri sejak tahun 1960, pada awalnya dibangun dengan anggaran dari pemerintah daerah Kabupaten Empat Lawang dengan keadaan pasar yang sederhana dan lokasi pasar yang sangat strategis. Selanjutnya, pada tahun 2012 pasar tradisional Pendopo selesai tahap pembangunan, dan diresmikan Gubernur Sumatera Selatan pada 8 Mei 2013. Hingga saat ini pasar tradisional Pendopo masih tetap beroperasi seiring dengan perkembangan zaman dan daya saing yang makin meningkat dan mengalami perkembangan.

Pasar tradisional Pendopo dipilih karena pasar Pendopo merupakan salah satu pasar terbesar di Kabupaten Empat Lawang. Selain itu Kecamatan Pendopo dipilih sebagai pusat perekonomian kabupaten karena letaknya yang sangat strategis, berada di pinggir jalan Lintas Pagaralam-Bengkulu tepatnya di Desa Pendopo. Barang-barang yang dijual sangat beraneka ragam di antaranya kebutuhan pokok, sayur mayur, ikan, bumbu, buah-

buah, peralatan rumah tangga, dan pakaian. Mayoritas pedagang yang berada di pasar Pendopo berasal dari sekitar Kecamatan Pendopo.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dari penerapan etika bisnis dalam Islam yang diterapkan pada etika jual beli memberikan kejelasan bahwa dari hasil angket yang ada pihak pedagang telah menerakan etika bisnis dengan baik, walaupun sebagian pedagang belum melaksanakan etika bisnis dalam islam yang sesungguhnya. Masih banyak pedagang yang kurang menerapkan etika bisnis Islam dikarenakan banyaknya dominan para pedagang yang kurang memahami mengenai etika bisnis islam dan kebiasaan mereka yang sering acuh tak acuh di dalam kehidupan sehari-harinya. Persaingan harga yang terjadi di antara para pedagang di pasar tradisional Pasar Tradisional Pendopo adalah hal yang wajar terjadi. Para pedagang berlomba-lomba memberikan harga yang paling murah agar menarik para pelanggan. Pedagang yang mematok harga lebih ringan maka akan banyak pembeli yang mampir kepadanya. Pedagang dalam berdagang telah berlaku jujur dan juga bersikap adil.

Pada pernyataan tentang sikap pedagang, masih kurang kesadaran para pedagang akan menaikkan harga dengan cara menimbun barang dengan tujuan mencari keuntungan yang tinggi dari kebutuhan konsumen pada umumnya. Pedagang merasa dapat bersaing hingga barang dagangannya dapat laku dengan murah dan meriah. Penerapan etika bisnis Islam masih terdapat unsur perilaku sedikit kecurangan dalam melaksanakannya. Menyimpang dari prinsip keseimbangan atau keadilan di mana tindakan ini

hanya menempatkan pihak tersebut pada keuntungannya sendiri dan merugikan pihak lain(konsumen) dalam usahanya (Wati, 2021:199).

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian.	Link Artikel OJS	Fokus Penelitian	Masalah Penelitian	Metode Penelitian	Hasil/Pembahasan	Persamaan	Perbedaan
1.	Nilam Sari, 2018, Praktik pedagang Pasar Tradisional : Fakta dan Solusi Penerapan Etika Bisnis Islam	https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/dustur/article/view/4357	Kesesuaian Antara Implementasi Etika Bisnis di Pasar Tradisional dalam Perspektif Etika Bisnis Islam	1. Sejauh mana etika bisnis diterapkan di Pasar Tradisional Lamoro Aceh Besar? 2. Bagaimana upaya Penerapan etika bisnis Islam di Pasar Tradisional Lamoro Aceh Besar?	1. Metode penelitian menggunakan empiris dan kualitatif. 2. Pengumpulan data menggunakan triangulasi. 3. Data yang digunakan data primer.	1. Mendapati 45% pedagang Pasar Lamoro telah berlaku jujur dalam timbangan, 40% tidak menyembuyikan cacat barang, 45% menjual barang yang berkualitas, 70% tepat janji dalam berbisnis, 90% pedagang bersabar dalam melayani pembeli. 2. 70% pedagang ramah dalam melayani, 90% pedagang menjual barang yang halal, 80% pedagang tidak meninggalkan ibadah sholat	1. Teori yang diteliti berupa etika bisnis Islam 2. Metode kualitatif	1. Lokasi bertempat di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi. 2. Tahun 2021

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian.	Link Artikel OJS	Fokus Penelitian	Masalah Penelitian	Metode Penelitian	Hasil/Pembahasan	Persamaan	Perbedaan
						ketika berbisnis, 60% pedagang Lamboro melaksanakan zakat.		
2.	Nine Haryanti, 2019, Analisis Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam	http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jes/article/view/1156	Kesesuaian Antara Implementasi Etika Bisnis di Pasar Tradisional dalam Perspektif Etika Bisnis Islam	1. Bagaimana penerapan prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam pada pedagang di Pasar Tradisional Pancasila Tasikmalaya ?	1. Metode Penelitian deskriptif kualitatif. 2. Sumber data: primer dan sekunder. 3. Teknik Pengumpulan data: Observasi, Wawancara dan dokumentasi. 4. Alat analisis data: reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan	1. Pedagang di Pasar Tradisional Pancasila Tasikmalaya belum sepenuhnya memahami etika bisnis Islam. 2. Pedagang masih melakukan penyimpangan yakni berupa kecurangan dalam timbangan, melalaikan sholat, menjual barang dibawah harga pasar. 3. Pedagang kurang jujur, tidak membayar ke supplier, melakukan	1. teknik Pengumpulan data: observasi wawancara dan dokumentasi. Sumber data : primer dan sekunder. 3. Teori yang digunakan etika bisnis Islam	1. Lokasi di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi. 2. Tahun 2021

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian.	Link Artikel OJS	Fokus Penelitian	Masalah Penelitian	Metode Penelitian	Hasil/Pembahasan	Persamaan	Perbedaan
						<p>simpan pinjam ke bank konvensional, batas kadaluarsa yang tidak jelas, sikap kurang ramah pedagang dan perlakuan berbeda (diskriminatif) terhadap konsumen yang ditunjukkan pedagang dan masih terdapat produk olahan makanan yang menambahkan formalin dan borax. Dalam aktivitas jual belinya, para pedagang di pasar Pancasila belum semua menerapkan prinsip ihsan. Masih ada pedagang yang menunjukkan perlakuan yang berbeda kepada konsumen-konsumenya</p>		

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian.	Link Artikel OJS	Fokus Penelitian	Masalah Penelitian	Metode Penelitian	Hasil/Pembahasan	Persamaan	Perbedaan
3.	Katarudin Tiakoly, Abdul Wahab & Syahrudin, 2019. Penerapan Etika Bisnis Islam pada usaha pedagang barang campuran di Pasar Tradisional Gamalama	http://repositori.uin-alauddin.ac.id/16010/	Kesesuaian Antara Implementasi Etika Bisnis di Pasar Tradisional dalam Perspektif Etika Bisnis Islam	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana konsep penerapan etika bisnis Islam di Pasar Tradisional Gamalama? 2. Bagaimana bentuk penerapan etika bisnis Islam di Pasar Tradisional Gamalama? 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Metode penelitian deskriptif Kualitatif. 2. Sumber data: primer dan sekunder. 3. Pengumpulan data: Observasi, wawancara dan dokumentasi. 4. Alat analisis data: triangulasi. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mayoritas pedagang barang campuran di Pasar Gamalama Kota Ternate telah memahami etika bisnis Islam dan menerapkan konsep etika bisnis Islam sebagaimana yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW dalam berdagang. 2. Berdasarkan pemahaman dan penerapan konsep etika bisnis Islam yang telah dipahami dan diterapkan oleh sebagian pedagang di Pasar Tradisional Gamalama Kota Ternate sebagaimana yang dicontohkan oleh 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengumpulan data: Observasi wawancara dan dokumentasi. 2. Teori yang digunakan Etika Bisnis Islam. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alat analisis data: penyajian data, reduksi data, pengumpulan data, kesimpulan. 2. Lokasi di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian.	Link Artikel OJS	Fokus Penelitian	Masalah Penelitian	Metode Penelitian	Hasil/Pembahasan	Persamaan	Perbedaan
						Rasullah Saw. Maka penerapan etika bisnis Islam dapat berbentuk sikap kejujuran, keadilan, serta suka sama suka dalam berdagang.		
4.	Ihna Nilava & Ahmad Fauzi, 2020. Etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli di Pasar Tradisional Ngronggo Kota Kediri.	https://ejournal.iaitribakti.ac.id/index.php/perbankan/article/view/1338	Kesesuaian Antara Implementasi Etika Bisnis di Pasar Tradisional dalam Perspektif Etika Bisnis Islam	1. Apakah pedagang di Pasar Tradisional Ngronggo Kota Kediri dalam transaksi sehari-hari sudah menerapkan etika bisnis Islam?	1. Metode penelitian deskriptif kualitatif. 2. Pengumpulan data: observasi, wawancara dan dokumentasi.	1. Penerapan Etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli di Pasar Tradisional Ngronggo Kota Kediri bahwasannya sebagian besar pedagang sudah menerapkan dan menjalankan etika bisnis Islam meskipun belum semua pedagang	1. Teori yang digunakan Etika Bisnis Islam. 2. Pengumpulan data: observasi wawancara dan dokumentasi.	1. Tahun 2021 2. Lokasi di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi.

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian.	Link Artikel OJS	Fokus Penelitian	Masalah Penelitian	Metode Penelitian	Hasil/Pembahasan	Persamaan	Perbedaan
						<p>Yang sudah menerapkan etika bisnis Islam.</p> <p>2. Pedagang di Pasar Tradisional Ngronggo Kota Kediri bahwasannya sebagian dari pedagang di Pasar tersebut sudah menjalankan prinsip etika bisnis Islam. Seperti halnya jujur, tanggung jawab, dan amanah.</p>		

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian.	Link Artikel OJS	Fokus Penelitian	Masalah Penelitian	Metode Penelitian	Hasil/Pembahasan	Persamaan	Perbedaan
5.	Ambar Wati, 2021. Penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli: studi kasus Pasar Tradisional Pendopo Empat Lawang, Sumatera Selatan	https://jurnal.laaroiba.ac.id/index.php/elmal/article/view/344	Kesesuaian Antara Implementasi Etika Bisnis di Pasar Tradisional dalam Perspektif Etika Bisnis Islam	1. Bagaimana proses penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli di Pasar Tradisional Pendopo Empat Lawang Sumatera Selatan?	1. Metode penelitian kualitatif: studi kasus. 2. Teknik pengumpulan data: wawancara, observasi dan dokumentasi. 3. Alat analisis data: Triangulasi	1. Kegiatan jual beli yang terlihat dari kasat mata dan wawancara langsung kepada pihak penjual dan pembeli di Pasar Pendopo Empat Lawang, bahwa secara tidak langsung etika jual beli dalam Islam belum diterapkan dengan baik oleh pihak pedagang dalam kesehariannya. Masing-masing jawaban terlihat bahwa para pedagang belum terbiasa dengan kebiasaan tersebut,	1. Teori yang digunakan etika bisnis Islam. 2. Teknik pengumpulan data: observasi wawancara dan dokumentasi	1. Tahun 2021 2. Alat analisis data: penyajian data, reduksi data, pengumpulan data dan kesimpulan

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian.	Link Artikel OJS	Fokus Penelitian	Masalah Penelitian	Metode Penelitian	Hasil/Pembahasan	Persamaan	Perbedaan
						<p>Meskipun tidak seluruh pedagang yang melakukan hal itu.</p> <p>2. Persaingan harga yang terjadi di antara pedagang di Pasar Tradisional Pendopo Empat Lawang adalah hal yang wajar terjadi, para pedagang berlomba-lomba memberikan harga murah agar menarik para pelanggan.</p> <p>3. Masih banyak pedagang yang tidak mengutamakan ibadah mereka dengan melaksanakan shalat tepat waktu.</p>		

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian.	Link Artikel OJS	Fokus Penelitian	Masalah Penelitian	Metode Penelitian	Hasil/Pembahasan	Persamaan	Perbedaan
6.	Salimatul Rofita, 2021. Implementasi Etika bisnis di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi dalam perspektif etika bisnis Islam		Kesesuaian Antara Implementasi Etika Bisnis di Pasar Tradisional dalam Perspektif Etika Bisnis Islam	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana implementasi Etika bisnis Islam di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi? 2. Bagaimana kesesuaian antara implementasi Etika bisnis di Pasar Tradisional 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Metode penelitian: kualitatif. 2. Teknik pengumpulan data: wawancara, observasi dan dokumentasi. 3. Sumber data: primer dan sekunder. 4. Keabsahan data: credibility, transferbility, dependebility dan confirmability 5. Alat analisis data: reduksi data 	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu dalam menjalankan aktivitas bisnisnya telah memahami etika bisnis Islam. Mereka memahami bahwa berlaku jujur, tidak membedakan siapa yang membeli, bersikap adil dalam timbangan, tidak menyembunyikan kecacatan barang dagangan, tidak memaksakan, memberi respon yang baik, selalu ramah kepada pembeli.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Teori yang digunakan etika bisnis Islam. 2. Teknik pengumpulan data. 3. Sumber data: primer dan sekunder. 4. Alat analisis data. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi. 2. Tahun 2021 3. Keadsahan data.

Lanjutan Tabel 2.1

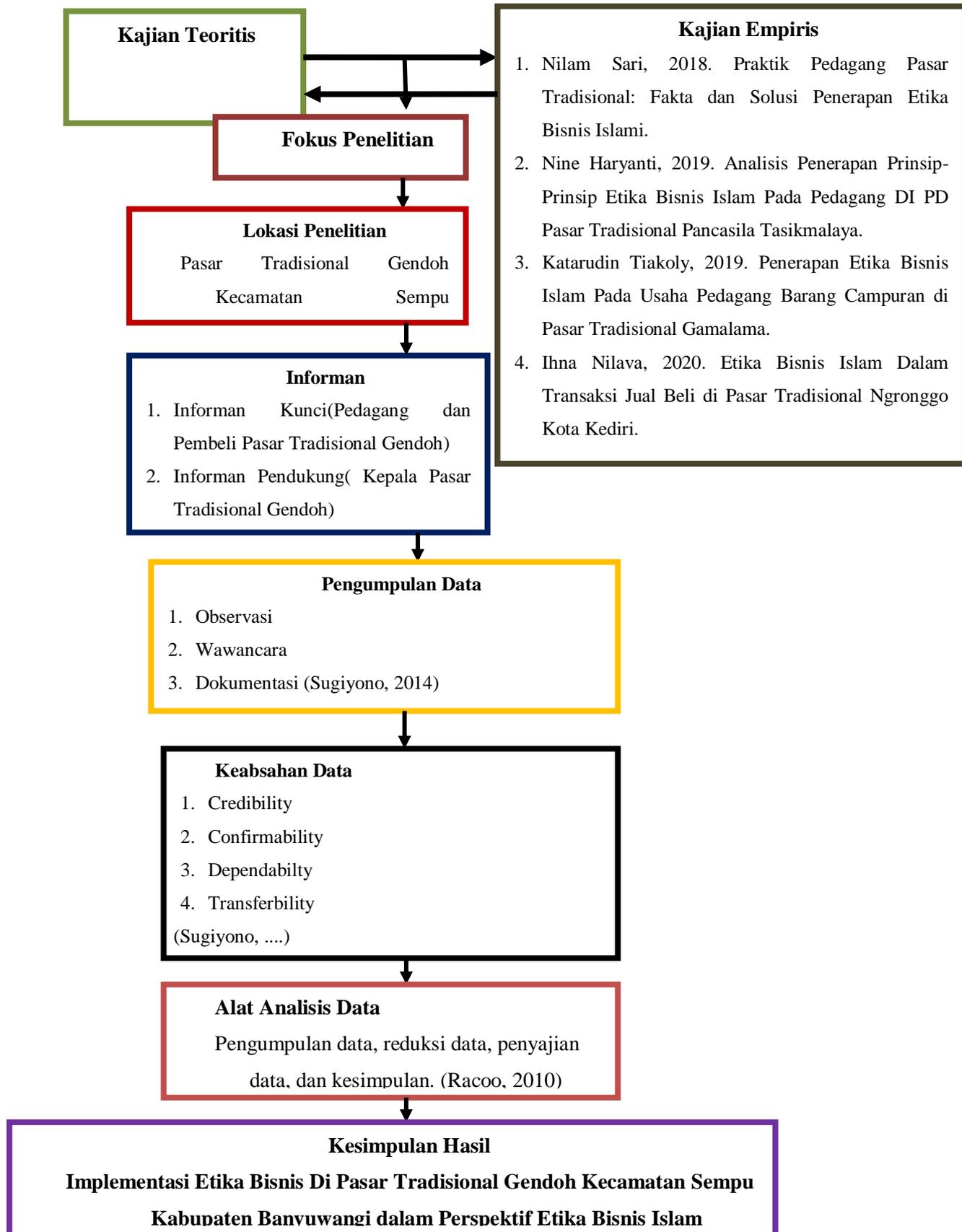
No	Nama, Tahun, Judul Penelitian.	Link Artikel OJS	Fokus Penelitian	Masalah Penelitian	Metode Penelitian	Hasil/Pembahasan	Persamaan	Perbedaan
				Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi dalam perspektif etika bisnis Islam?	Kesimpulan, pengumpulan data dan reduksi data.	Bertanggung jawab apabila ada kerusakan barang. Pedagang juga telah menerapkan etika bisnis Islam yang didalamnya terdapat beberapa prinsip-prinsip etika bisnis Islam meliputi: prinsip keadilan, prinsip kebenaran, prinsip kehendak bebas, prinsip tanggung jawab. Pedagang juga melakukan ibadah tepat waktu. Selain itu mereka juga tidak pernah menaikkan harga pasar yang tidak sesuai dengan harga yang sebenarnya.		

1.3 Alur Pikir Penelitian

Menurut Sugiyono (2013:59) alur pikir penelitian merupakan model konseptual tentang bagaimana teori tersebut berhubungan dengan berbagai macam faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Alur pemikiran dalam suatu diagram yang menjelaskan secara garis besar alur logika sebuah penelitian. Tujuannya yaitu agar visualisasi sederhana agar memecahkan masalah fokus, konsisten dan tidak menambah kerumitan. Alur pikir penelitian ini mendeskripsikan tentang *Implementasi* etika bisnis di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi dalam perspektif etika bisnis Islam.

Penelitian ini difokuskan pada aktivitas para pedagang di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi dalam menjalankan etika bisnis Islam. Prosedur Pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Uji keabsyahan data meliputi uji *credibility, transferability, dependability* dan *confirmability*.

Pengkajian yang dilakukan menggunakan teori prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang mengandung 4 prinsip: prinsip keadilan, prinsip tanggung jawab, prinsip keseimbangan, dan prinsip kejujuran. Dari analisis yang telah dilakukan menggambarkan secara detail mengenai implementasi etika bisnis Islam yang digunakan oleh pedagang pasar Tradisional Gendoh, sehingga penelitian ini memberikan kesimpulan mengenai kesesuaian antara teori dengan Implementasi Etika bisnis di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.



BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada (Sugiono, 2013:10). Dengan pendekatan penelitian ini, peneliti akan membuat deskripsi tentang gambaran objek yang diteliti secara sistematis, baik itu mengenai fakta, sifat serta berbagai hal yang terkait dengan tema penelitian.

Pendekatan kualitatif digunakan karena data yang dibutuhkan berupa sebaran-sebaran informasi yang tidak perlu dikuantifikasikan. Dimana dalam penelitian ini peneliti akan menghimpun informasi terkait dengan implementasi etika bisnis di pasar tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi dalam perspektif etika bisnis Islam.

3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di pasar tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi. Tepatnya berada di pinggir jalan raya Gendoh sebelah kantor polisi Kecamatan Sempu. Peneliti berinisiatif mengambil judul Implementasi Etika Bisnis Di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi Dalam

Perspektif Etika Bisnis Islam. Peneliti memilih tempat ini karena lokasi yang mudah dijangkau. Waktu penelitian dimulai pada tanggal 05-04-2021 sampai 15-05-2021.

3.3 Informan

Informan penelitian adalah orang-orang yang dapat memberikan informasi. Informan penelitian adalah sesuatu baik orang, produk (benda), ataupun organisasi yang sifat keadaannya diteliti. Informan kunci dalam penelitian ini adalah beberapa pedagang, pembeli yang ada di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi. Penelitian ini juga menggunakan informan pendukung yaitu Kepala Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi yang dapat memberikan informasi tentang kondisi dan juga sejarah Pasar.

1.4 Data Dan Sumber Data

1.4.1 Jenis Data

Data kualitatif adalah data yang berkaitan dengan pengelolaan karakteristik yang tidak dapat diukur ukurannya. Penelitian ini menggunakan dua jenis data jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dengan cara langsung dari sumbernya. Sedangkan data sekunder adalah data yang peneliti kumpulkan dari semua sumber yang sudah ada. Biasanya data ini berasal dari data penelitian lain yang dilakukan oleh lembaga atau organisasi, antara lain meliputi dokumen-dokumen resmi,

buku-buku, hasil penelitian yang berwujud laporan dan seterusnya (Subagiyo, 2017:76-77).

1.4.2 Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan dua sumber data diantaranya:

1. Data Primer

Sumber Data Primer merupakan data yang diperoleh dari informan yaitu orang yang berpengaruh dalam proses perolehan data. Data primer diambil dari sumber pertama yang ada dilapangan. Data diperoleh melalui wawancara. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara yang diperoleh secara langsung dari pedagang dan pembeli Di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi.

2. Data sekunder

Sumber Data Sekunder diambil dari jurnal yang memiliki bahasan yang hampir sama dengan penelitian ini. jurnal tersebut dapat digunakan sebagai dasar bahasan atau mengembangkan lebih lanjut hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Adapun data yang termasuk data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang berasal dari dokumen-dokumen yang berkenaan dengan data pedagang yang menetap di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi yakni berupa Data-data Pasar, Struktur Pasar dan juga Jumlah pedagang.

3.5 Prosedur Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam mengambil suatu penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah untuk mendapatkan sebuah data (Sugiyono, 2015:225). Setiap peneliti harus dapat mengetahui serta menguasai bagaimana teknik dalam mengumpulkan suatu data yang ingin diteliti.

Untuk mempermudah langkah penelitian, maka peneliti menentukan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan “pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang nampak dalam suatu gejala pada objek penelitian. Observasi berarti mengumpulkan data langsung dari lapangan. Dalam tradisi kualitatif, data tidak akan dapat diperoleh dibelakang meja, tetapi harus terjun ke lapangan. Data observasi dapat berupa gambaran tentang sikap, kelakuan, perilaku, tindakan, dan keseluruhan interaksi antar manusia (Raco, 2010:112).

Dalam melakukan observasi, peneliti datang langsung ke lokasi objek penelitian yakni Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi untuk mengetahui keadaan sekitar lokasi. Jadi dapat disimpulkan bahwa dengan adanya teknik observasi maka penelitian dapat berjalan sesuai dengan rencana peneliti. Peneliti harus mengutamakan teknik observasi agar mendapat data yang akurat dan juga data yang benar-benar sesuai dengan penelitian yang dilakukan.

2. Wawancara

Menurut Sugiyono (2015) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi, yang tidak dapat diperoleh melalui observasi atau kuesioner. Dalam teknik wawancara ini, peneliti melakukan tanya jawab kepada pedagang dan pembeli secara tatap muka.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara secara langsung dengan pedagang dan pembeli yang ada di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten banyuwangi. Dari wawancara tersebut dapat diperoleh data-data mengenai etika bisnis Islam yang sudah ada di pasar tradisional tersebut. Dan juga mengenai pemahaman pedagang dan pembeli terhadap etika bisnis Islam.

3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2015) Teknik dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Melalui teknik ini, peneliti dapat mengetahui seluruh kondisi aktivitas pedagang dan pembeli yang ada di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi.

Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data yaitu dengan mempelajari penelitian terdahulu dan melakukan pencatatan yang tersedia

sesuai dengan penerapan etika bisnis islam pada Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi.

3.6 Keabsahan Data

Keabsahan data di perlukan untuk menetapkan dalam teknik pemeriksaan. Pelaksanaan teknik pemeriksaan didasarkan atas sejumlah kriteria tertentu. Menurut Sugiyono (2013) Dalam penelitian kualitatif uji keabsahan meliputi *uji credibility* (validitas internal), *transferability* (validitas eksternal), *dependability* (reabilitas), dan *confirmability* (objektivitas).

1. *uji credibility* (validitas internal)

uji credibility adalah uji kepercayaan dari data yang telah dihasilkan selama proses penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono (2013) uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data penelitian kualitatif antara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif, dan memberchek.

2. *Transferability* (validitas eksternal)

Menurut Sugiyono (2015) uji transferability adalah teknik untuk menguji validitas eksternal didalam penelitian kualitatif. Uji ini dapat menunjukan derajat ketepatan atau dapat diterapkannya hasil penelitian ke populasi dimana sampel diambil.

3. *Dependability* (reabilitas)

Penelitian yang dilakukan oleh orang lain dengan proses penelitian yang sama akan memperoleh hasil yang sama pula. Pengujian dependability dilakukan dengan cara melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian.

4. *Confirmability* (objektivitas)

Menguji hasil penelitian dengan proses yang dilakukan triangulasi sumber yaitu dengan membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif.

Keabsahan data yang digunakan peneliti yaitu triangulasi atau penggabungan. Dapat diartikan sebagai teknik pengumpulan data dari berbagai sumber data yang sudah ada. Triangulasi adalah pemeriksaan keabsyahan data yang memanfaatkan suatu yang lain dan juga untuk keperluan pembandingan terhadap data. Triangulasi juga merupakan data yang mengarahkan peneliti dalam mengambil data harus menggunakan beragam sumber data yang berbeda-beda. Keabsyahan data penelitian ini menggunakan bentuk triangulasi (gabungan). Karena bertujuan untuk mencari kata-kata atau mendeskripsikan atau memahami kejadian, maka tidak mungkin ada kata-kata yang keliru yang sesuai dengan teori antara yang dibicarakan dengan kenyataan sesungguhnya. Hal ini bisa dipengaruhi oleh kredibilitas informannya, waktu pengungkapan, kondisi yang dialami dan sebagainya. Maka peneliti perlu melakukan triangulasi yaitu data yang dicek dari berbagai sumber, cara dan waktu.

3.7 Alat Analisi Data

Dalam menganalisa data, peneliti menggunakan teknik analisis data kualitatif deskriptif, analisis berangkat dari fakta fakta atau peristiwa-peristiwa yang bersifat empiris kemudian data tersebut dipelajari dan dianalisis sehingga bisa dibuat suatu kesimpulan yang bersifat umum.

Dalam menganalisis data, penulis menggunakan teknik analisis data kualitatif atau menggunakan deskriptif. Analisis data merupakan proses mencari secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan, sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. analisis kualitatif tetap menggunakan kata-kata yang biasanya disusun ke dalam teks yang diperluas, dan tidak menggunakan perhitungan matematis atau statistika sebagai alat bantu analisis.

Analisis data kualitatif merupakan upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuansatuan yang dapat dikelola, mensistesisikannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain (Racao, 2010:34). Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh menggunakan berbagai teknik pengumpulan data seperti, wawancara, kusieoner, observasi dan dokumentasi seperti video

atau audio dengan cara mengorganisasikan data dan memilih mana yang penting dan dipelajari, serta membuat kesimpulan, sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain.

Teknik analisis data yang digunakan dalam analisis kualitatif memiliki empat tahap yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan langkah terakhir kesimpulan. Untuk lebih jelas dalam setiap langkahnya, akan kita bahas bersama di bawah ini. Langkah-langkah tersebut sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data

Peneliti dalam tahap ini mengumpulkan data sebanyak-banyaknya yang berkaitan dengan fenomena yang akan diteliti. Peneliti dapat mengumpulkan fakta-fakta yang ada melalui banyak alat pengumpulan data yakni, wawancara, observasi, human instrument dan dokumentasi. Dan ditambah kajian dokumen, yang bertujuan tidak hanya menggali data, tetapi juga untuk mengungkap makna yang terkandung dalam latar penelitian.

2. Reduksi Data

Reduksi data merupakan tahap dari teknik analisis data kualitatif. Reduksi data merupakan penyederhanaan, penggolongan, dan membuang yang tidak perlu data sedemikian rupa sehingga data tersebut dapat menghasilkan informasi yang bermakna dan memudahkan penarikan kesimpulan. Banyaknya jumlah data dan kompleksnya data, diperlukan analisis data melalui tahap reduksi. Tahap reduksi ini dilakukan untuk pemilihan relevan atau tidaknya data dengan tujuan akhir.

3. Penyajian data

penyajian data juga merupakan tahap dari teknik analisis data kualitatif. Penyajian data merupakan kegiatan saat sekumpulan data disusun secara sistematis dan mudah dipahami, sehingga memberikan kemungkinan menghasilkan kesimpulan. Bentuk penyajian data kualitatif bisa berupa teks naratif (berbentuk catatan lapangan), matriks, grafik, jaringan ataupun bagan. Melalui penyajian data tersebut, maka nantinya data akan terorganisasikan dan tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami. Setelah proses reduksi data, proses selanjutnya adalah melakukan penyajian data. Penyajian data adalah proses mencari serta menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara dan catatan lapangan. Penyajian data dalam penelitian ini dilakukan dalam bentuk grafik maupun diagram. Tujuan penyajian data dalam penelitian ini untuk memudahkan peneliti mendeskripsikan suatu peristiwa/kejadian yang memberikan kemungkinan dalam penarikan kesimpulan.

4. Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dan verifikasi data merupakan tahap akhir dalam teknik analisis data kualitatif yang dilakukan melihat hasil reduksi data tetap mengacu pada tujuan analisis hendak dicapai. Kesimpulan awal yang ditemukan dalam penelitian ini hanya bersifat sementara, dan akan berubah apabila ditemukan data-data yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Jika kesimpulan yang ditemukan pada tahap awal didukung bukti-bukti yang valid dan konsisten.

BAB 4

TEMUAN DATA LAPANGAN

1.1 Gambaran Data Lapangan

Gambaran data lapangan di bawah ini terdiri dari beberapa subbab yakni tentang : sejarah Pasar Tradisional Gendoh, letak Geografis Pasar Tradisional Gendoh, sarana dan prasarana Pasar Tradisional Gendoh, jumlah dan jenis pedagang Pasar Tradisional Gendoh, kepemilikan dan struktur organisasi pengelolaan Pasar Tradisional Gendoh, Tugas dan wewenang jabatan Pasar Tradisional Gendoh, dan Informan Penelitian di Pasar Tradisional Gendoh.

1.1.1 Sejarah Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi

Pasar Tradisional Gendoh berada di Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi. Tepatnya di Jalan Raya, Dusun Klontang, Gendoh, Sempu Kabupaten Banyuwangi Jawa Timur . Pasar ini dibuka pada tahun 1937. Pasar Gendoh ini memiliki lahan seluas 700 m². Pasar tradisional Gendoh secara administrative terletak di Kecamatan Sempu. Pasar Tradisional Gendoh berada di pinggir Jalan Raya Gendoh, sehingga mempermudah ekonomi masyarakat disana. Pasar Tradisional Gendoh digolongkan sebagai pasar wilayah dibawah naungan Dinas perindustrian dan perdagangan Kabupaten Banyuwangi.

Pada tahun 2018 Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Banyuwangi mengadakan renovasi pada kios-kios yang berada di Pasar

Tradisional Gendoh. Tujuannya agar pembeli nyaman berbelanja di Pasar Tradisional Gendoh. Renovasi itu juga ditujukan kepada pedagang Pasar Tradisional Gendoh agar para pedagang tidak merebutkan tempat dagangannya karena para pedagang telah diberikan kios masing-masing. Pembangunan Pasar Tradisional Gendoh dipimpin oleh PT Putra Mufida Group dan Konsultan pengawas CV. Concept Design Achited Genteng, Banyuwangi.

Pasar Tradisional Gendoh buka mulai pagi hari hingga siang hari. Pasar Tradisional Gendoh dibagi menjadi 2 bagian. Yakni pasar bagian dalam dan pasar bagian luar. Pasar bagian dalam berisi pedagang sembako, peralatan rumah tangga, bumbu-bumbu, dan juga pakaian. Sedangkan pasar bagian luar berisi pedagang ikan, ayam, sayur-mayur, buah-buahan. Ada juga toko emas, toko sandal, dan apotek. Mayoritas pedagang yang berada di Pasar Tradisional Gendoh berasal dari Kecamatan Sempu.

1.1.2 Letak geografis Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi

Letak geografis adalah letak suatu daerah yang dilihat dari kenyataannya di bumi atau posisi daerah itu pada bola bumi dibandingkan dengan posisi daerah itu pada bola bumi dibandingkan dengan posisi lain. Pasar Tradisional Gendoh mempunyai batas-batas sebagai berikut:

1. Sebelah utara berbatasan dengan wilayah: Desa Jambewangi
2. Sebelah selatan berbatasan dengan wilayah: Desa Stail
3. Sebelah timur berbatasan dengan wilayah : Desa Tegalarum

4. Sebelah barat berbatasan dengan wilayah: Desa Kaligondo

1.1.3 Sarana dan prasarana Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi

Pasar merupakan salah satu lokasi yang dijadikan masyarakat sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan. Para pedagang memanfaatkan pasar untuk menjalankan aktifitas bisnisnya dengan menjual barang dagangannya. Sedangkan pembeli memanfaatkan pasar sebagai sarana atau tempat untuk mendapatkan apa yang mereka perlukan atau mereka inginkan. Dalam

Pasar merupakan salah satu lokasi yang dijadikan masyarakat sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan. Para pedagang memanfaatkan pasar untuk menjalankan aktifitas bisnisnya dengan menjual barang dagangannya. Sedangkan pembeli memanfaatkan pasar sebagai sarana atau tempat untuk mendapatkan apa yang mereka perlukan atau mereka inginkan. Dalam menjalankan aktivitasnya yang berjalan dalam waktu lama maka dibutuhkan sarana dan prasarana untuk mendukung kelancaran proses pertukaran atau proses transaksi tersebut. Prasarana dalam pasar sangat dibutuhkan. Berikut jumlah sarana dan prasarana yang ada di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi:

1. Tempat berjualan : 30 unit
2. Tempat parkir : 3 unit
3. Tempat pembuangan sampah : ada
4. Tempat ibadah : 1 mushola
5. Toilet : 2 titik

6. Petugas kebersihan : 2 orang

1.1.4 Jumlah dan jenis pedagang Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi

Data yang diperoleh dari peneliti, jumlah pedagang di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi yaitu berjumlah kurang lebih 200 pedagang. Dari jumlah tersebut dibagi menjadi beberapa pedagang. Yaitu sebagai berikut:

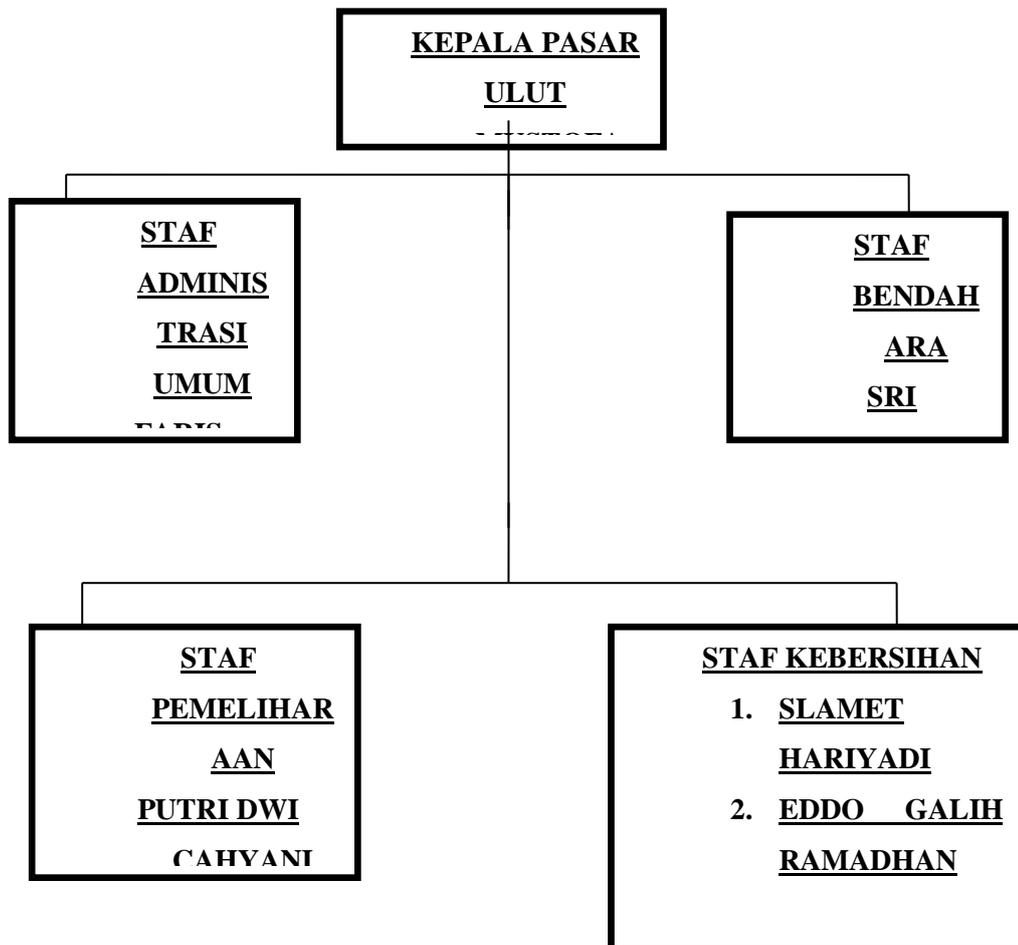
1. Pedagang emas : 2
2. Pedagang pakaian :20
3. Toko sembako :15
4. Toko buah :10
5. Pedagang ikan :6
6. Pedagang daging :15
7. Toko peralatan rumah tangga :10
8. Pedagang sayur mayur :11
9. Toko sepatu dan sandal :10

1.1.5 Kepemilikan dan struktur organisasi pengelolaan Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi

Pasar Tradisional Gendoh merupakan salah satu pasar yang sangat populer dan juga strategis. Pasar Tradisional Gendoh merupakan pasar milik pemerintah dibawah naungan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Banyuwangi. Dalam pasar tidak mengenal adanya jual beli

bangunan ataupun kios tetapi dalam pasar adanya pungutan retribusi pasar dan pajak izin tempat. Sama saja dengan istilah menyewa tempat.

**Struktur Kepengurusan
Pasar Tradisional Gendoh
Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi**



Gambar 4.1.5 struktur Pengurus Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi

Sumber: Data dari kantor pasar tradisional Gendoh;2021)

1.1.6 Tugas dan wewenang jabatan

Setiap kepengurusan yang sudah dipaparkan diatas, memiliki tugasnya masing-masing. Berikut merupakan tugas-tugas setiap kepengurusan:

1. Kepala pasar

Kepala pasar adalah seseorang yang bertugas sebagai pimpinan pasar yang bertanggung jawab atas segala sesuatu yang ada di pasar.

2. Staf administrasi umum

Administrasi umum adalah seseorang yang bertugas melaksanakan pelayanan administrasi kepegawaian dan melaksanakan penatausahaan surat menyurat.

3. Staf bendahara

Bendahara adalah seseorang yang bertugas mengkoordinasikan penyusunan rencana kebutuhan Dinas, melaksanakan penatausahaan keuangan pasar, menyusun laporan keuangan.

4. Staf pengembangan

Staf pengembangan adalah seseorang yang bertugas melaksanakan pengembangan sarana dan prasarana pasar.

5. Staf kebersihan

Kebersihan adalah seseorang yang bertugas menjaga pasar tetap dalam keadaan bersih dan indah. Dan juga mengondisikan saluran air.

1.1.7 Informan penelitian

Informan kunci dalam penelitian ini adalah beberapa pedagang, pembeli yang ada di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi. Penelitian ini juga menggunakan informan pendukung yaitu Kepala Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi yang dapat memberikan informasi tentang kondisi dan juga sejarah Pasar.

Tabel 4.1.7 Data informan

No	Nama	Umur	L/P	Status
1	Ut mustofa			Kepala Pasar Tradisional Gendoh
2	Riyadi			dagang sayur
3	ni			dagang baju
4	Piatun			dagang sepatu dan sandal
5	giono			dagang daging ayam
6	ryati			dagang buah
7	won			dagang ikan
8	olifah			mbeli
9				mbeli
10	usnul			mbeli
11	r			mbeli
12	rti			mbeli

Sumber : Data diolah, 2021

Tabel diatas adalah data-data informan yang ada di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi. Tabel diatas menunjukkan bahwa informan pertama yakni Bapak Ulut Mustofa selaku Kepala Pasar Tradisional Gendoh mulai 2019 sampai sekarang.



Gambar 4.1.7.1 wawancara dengan kepala pasar.

Sumber: Data diolah (2021)

Informan kedua yaitu Hariyadi, beliau berumur 33 tahun. Beliau merupakan salah satu pedagang sayur yang ada di Pasar Tradisional Gendoh. Usaha beliau berdiri pada tahun 2015 sampai sekarang. Informan ketiga yaitu Ibu Umi. Beliau berumur 40 tahun dan juga salah satu pedagang baju yang ada di Pasar Tradisional Gendoh. Dia memulai usahanya pada tahun 2016.



Gambar 4.1.7.2 wawancara dengan pedagang baju

Sumber: Data diolah (2021)

Informan keempat yaitu Sugiono yang berumur 45 tahun . Dia pedagang daging ayam di Pasar Tradisional Gendoh. Dan memulai usaha pada tahun 2009. Informan kelima yaitu Suryati yang berumur 48 tahun. Dia salah satu pedagang buah yang ada di Pasar Tradisional Gendoh. Dia memulai usaha sejak tahun 2012.

Informan keenam yaitu Supiatun. Beliau berumur 47 tahun . Beliau juga salah satu pedagang sepatu dan sandal yang ada di Pasar Tradisional Gendoh. Dia memulai usaha pada tahun 2011 sampek sekarang.



Gambar 4.1.7.3 wawancara dengan pedagang sepatu
Sumber: Data diolah (2021)

Informan ketujuh yaitu Kliwon beliau berumur 50 tahun. Dia pedagang ikan yang ada di Pasar Tradisional Gendoh dan memulai usaha pada tahun 1995. Informan kedelapan yaitu Kholifah beliau berumur 45 tahun. Dia salah satu pembeli yang ada di Pasar Tradisional Gendoh. dia seorang istri beranak satu yang beralamat Kedungliwung Singojuruh. Informan kesembilan yaitu Tri. Beliau juga pembeli yang ada di Pasar Tradisional Gendoh. dia berumur 48 tahun. Beliau juga seorang Guru yang beralamatkan Dusun Kemiri. Informan kesepuluh adalah Khusnul. Dia berumur 24 tahun. Dan juga salah satu pembeli di Pasar Tradisional Gendoh. Dia seorang Guru ngaji yang beralamatkan Kunir Singojuruh. Informan kesebelas yaitu Nur yang berumur 39 tahun. Beliau seorang Ibu rumah tangga yang beralamatkan Dusun Gambor. 40 tahun. Beliau beralamatkan Gumirih Singojuruh. Dia seorang petani dan juga Ibu rumah tangga. Beliau juga pembeli yang berlangganan di Pasar Tradisional.

1.2 Verifikasi Data Lapangan

1.2.1 Pengumpulan Data

Implementasi Etika Bisnis Di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

Dalam menjalankan aktivitas dagangnya pedagang harus senantiasa menerapkan aturan yang telah diatur oleh Nabi Muhamad yang sesuai oleh agama Islam. Etika bisnis mengajarkan kepada pelaku bisnis atau pedagang untuk menjalin kerja sama, tolong menolong, dan sesuai syariah. Dalam hal ini Untuk mengetahui tingkat pemahaman penerapan etika bisnis Islam pada pedagang yang ada di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi. Peneliti berhasil mengumpulkan beberapa tema. Yang mana beberapa tema tersebut diberikan beberapa pertanyaan yang mewakili prinsip-prinsip etika bisnis Islam tersebut diantaranya adalah prinsip keadilan, prinsip kehendak bebas, prinsip kebenaran, prinsip bertanggung jawab. Berikut penerapan etika bisnis di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi dalam perspektif etika bisnis Islam sebagai berikut hasil wawancara dengan para pedagang:

1. Prinsip keadilan

Prinsip keadilan adalah prinsip yang menggambarkan kehidupan seseorang yang bersifat horizontal. Karena penerapan prinsip keadilan sering berhubungan dengan sesama manusia. prinsip keadilan juga sebagai penentu perilaku seseorang terutama seorang pedagang. Islam sangat menganjurkan umatnya untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan tidak

berbuat curang. Prinsip keadilan merupakan penentu perilaku seseorang terutama seorang pedagang. Islam sendiri sangat menganjurkan umatnya melakukan perbuatan curang atau berlaku dzalim. Kecurangan dalam berbisnis pertanda bahwa kehancuran bisnis tersebut, karena kunci keberhasilan bisnis adalah kepercayaan. Ini sesuai dengan firman Allah dalam surat Al-Maidah ayat 8 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ عَلَى
 إِلَّا تَعْدِلُوا إِعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَى وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: *wahai orang-orang yang beriman! Jadilah kamu sebagai penegak keadilan karena Allah, (ketika) menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah kebencianmu terhadap suatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah. Karena (adil) itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah maha teliti apa yang kamu kerjakan.* (Usman, 2012: 108)

Pernyataan adil juga disampaikan oleh bapak sugiono pada hari Kamis tanggal 8 April 2021 jam 07:00 selaku salah satu pedagang daging ayam yang ada di Pasar Tradisional Gendoh Beliau mengatakan :

“Dalam berdagang saya selalu berusaha sebaik mungkin dalam segi pelayanannya mbak. Karena memang yang paling penting itu kepuasan konsumen. Kualitas barang juga penting. Saya melakukan ini semata-mata hanya demi kepuasan pembeli atau konsumen.”

Selain itu, penerapan keadilan juga terlihat dari perilaku pedagang yang dalam melayani pembeli dengan tidak membedakan antara pembeli satu dengan yang lainnya. Sebagaimana yang disampaikan oleh Ibu Umi pada hari Kamis tanggal 8 April 2021 jam 09:00 selaku salah satu pedagang baju Beliau mengatakan :

“Saya kalau ada pembeli sangat senang sekali mbak, apalagi sekarang musim pandemi kaya gini. Saya tidak pernah membedakan pembeli satu dengan yang lainnya. Semua saya layani dengan baik. Meskipun pembeli itu hanya bertanya-tanya saya tidak pernah marah. Tetap saya layani dengan baik.”

Pernyataan adil juga disampaikan oleh Bapak Hariyadi pada hari Sabtu tanggal 10 April 2021 jam 08:00 selaku salah satu pedagang sayur yang ada di Pasar Tradisional Gendoh Beliau mengatakan :

“Barang yang kita jual selalu ditakar dengan baik. Memang dalam berdagang mbak kalau menurut saya harus jujur dan adil dalam melakukan apapun. Entah itu dalam takaran, harga ataupun pelayanannya. Kita sebagai penjual juga tidak boleh memanipulasi barang yang kita jual mbak. Kasihan pembelinya juga akan rugi kalau kita memanipulasi barang yang kita jual. Saya sendiri meyakini kalau kita menerapkan sikap yang adil dan seimbang dalam hal timbangan ataupun takaran itu akan membawa keberkahan untuk saya dan dagangan saya. Mengedapankan kepuasan konsumen itu juga penting mbak. Dan juga tidak lupa untuk bersyukur dengan cara memberikan sebagian keuntungan untuk orang yang kurang mampu. Jadi saya bisa membantu orang lain meskipun tidak terlalu banyak.”

Pernyataan adil juga disampaikan oleh Ibu Surti pada hari Kamis tanggal 8 April 2021 jam 08:30 selaku salah satu pembeli di Pasar Tradisional Gendoh. Beliau menuturkan bahwa pedagang yang ada di Pasar telah menerapkan etika bisnis yang sesuai dengan syariat Islam: *“Saya pernah berbelanja di pedagang ayam. Saya meminta waktu menimbang saya ingin melihatnya. Pas saya lihat ternyata pedagang itu menimbang dengan pas mbak. Tidak hanya di pedagang ayam, saya juga pernah mbak meminta lihat waktu timbang di pedagang buah, pedagang nya pun mengizinkan saya untuk melihat. Waktu saya lihat timbangannya pas dan harga pun sesuai.”*

Dari beberapa pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa sebagian pedagang dan pembeli pasar sudah menerapkan etika bisnis Islam. Mereka menerapkan prinsip tersebut melalui bentuk pelayanan terhadap pembeli yang sudah baik, ramah kepada pembeli, dan penerapan sikap adil. Tidak menipu pembeli sehingga pembeli merasa rugi berbelanja ditempat itu. Kepuasan konsumen itu yang sangat sangat diperhatikan betul.

2. Prinsip kehendak bebas

kehendak bebas merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif, kepentingan individu dibuka lebar. Kebebasan diberikan kepada para pembeli asalkan tidak merugikan orang lain atau sesuai dengan syariat islam. Dengan tidak adanya batasan diharapkan manusia akan lebih semangat dan giat dalam bekerja dengan segala potensi yang mereka miliki masing-masing. Tujuannya yaitu agar dapat memperoleh harta yang sebanyak-banyaknya. Dalam mengantisipasi kebebasan individu Islam mengendalikannya melalui zakat, infaq dan juga shadaqoh. Ini sesuai dengan firman Allah surat Ar-rad ayat 11 yang berbunyi:

لَهُ مُعَقِّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ ۚ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۚ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ ۚ وَ مَا لَهُمْ مِّنْ دُونِهِ ۚ مِنْ وَآلٍ

Artinya: *Baginya (manusia) ada malaikat-malaikat yang selalu menjaganya bergiliran, dari depan dan belakangnya. Mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya dan tidak ada pelindung bagi mereka selain dia. (Usman, 2012: 250)*

Terdapat banyak penerapan dari prinsip kehendak bebas yang dapat diterapkan oleh para pedagang. Salah satunya dapat dilihat dari pedagang yang memberi kebebasan pada pedagang lain untuk memperdagangkan barang yang sama. Hal ini merupakan salah satu bentuk kehendak bebas yang dilakukan dalam persaingan antar pedagang satu dengan pedagang lainnya. Sebagaimana yang dituturkan

oleh bapak Kliwon pada hari Sabtu tanggal 10 April 2021 jam 09:00

selaku salah satu pedagang ikan yang ada di Pasar Tradisional Gendoh

Beliau mengatakan :

“Dagangan yang ada di Pasar ini banyak mbak. Jadi sudah biasa kalau sesama pedagang menjual barang dagangan yang sama. Seperti yang saya dagang sekarang. Di pasar bukan hanya saya yang menjual ikan tetapi banyak pedagang lain yang menjual ikan disini. Saya tidak mempermasalahkan mbak jika ada pedagang lain yang menjual ikan sama seperti saya, karena saya yakin rezeki itu sudah ada yang ngatur mbak. Yang penting saya selalu jujur dalam menjual dagangan dan tidak menjual ikan yang sudah busuk. Saya juga tidak memaksa pembeli untuk membeli dagangan saya mbak. Iya pokoknya saya menjual ikan yang segar dan bersih.”

Pernyataan kehendak bebas juga disampaikan oleh Ibu Umi pada

hari Selasa tanggal 13 April 2021 jam 08:00 selaku salah satu pedagang

baju yang ada di Pasar Tradisional Gendoh Beliau mengatakan :

“Saya gak merasa keberatan mbak kalau ada barang dagangan yang sama dengan saya. Namanya usaha kan pasti sama-sama. Apalagi baju, sangat banyak yang menjual baju. Karena saya meyakini semua pedagang sudah mempunyai strategi yang berbeda-beda dalam menarik pembeli meskipun barang yang dijual sama. Kalau strategi saya terkadang memberikan potongan harga kepada pembeli. Tapi ya tidak sampai 50%. dan saya juga selalu menyapa setiap orang yang lewat didepan lapak saya. Meskipun pembeli tidak membeli ataupun hanya bertanya-tanya saja. mungkin itu yang membuat lapak saya alhamdulillah selalu ada pembeli setiap harinya”.

Pernyataan kehendak bebas juga disampaikan oleh Ibu Khusnul pada

hari Kamis tanggal 16 April 2021 jam 08:00 selaku pembeli di pasar

Tradisional Gendoh Beliau mengatakan :

“alhamdulillah saya selama menjadi pembeli di Pasar Tradisional Gendoh tidak pernah merasa dirugikan. Pedagangnya pun ramah-ramah. Selain itu, mereka pun tidak pernah memaksa pembeli untuk membeli di lapaknya.”

Dari beberapa pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa di Pasar Tradisional memang ada persaingan antar pedagang. Tetapi pedagang melakukan saingan dengan cara sehat. Selain kepada pedagang, prinsip kehendak bebas juga diberikan kepada pembeli untuk memilih membeli dimana ia akan membeli.

3. Prinsip kebenaran

Prinsip kebenaran merupakan salah satu prinsip pada etika bisnis Islam yang mengajarkan seseorang atau pelaku usaha untuk melakukan perbuatan baik yang akan mendatangkan manfaat untuk orang lain, meskipun tidak ada aturan dalam syariah yang mewajibkan hal tersebut. Pelayanan yang baik dan optimal dapat menarik para pembeli dan memberikan kepuasan sendiri terhadap mereka. Karena ketika pembeli telah merasakan kepuasan dan kenyamanan niscaya mereka kemungkinan akan kembali ke tempat tersebut. Islam sendiri mensyaratkan dalam berdagang ataupun berbisnis para pelaku usaha harus selalu bersikap jujur. Baik kejujuran dalam kualitas produk dagangannya, harganya ataupun kondisi barang dagangan. Kebanyakan para pelaku usaha tidak mau berlaku jujur karena takut akan rugi. Padahal jika mereka senantiasa melakukan perbuatan jujur maka akan berdampak positif sendiri bagi mereka karena bisa mendatangkan kepercayaan. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam surat Al-Anfal ayat 27 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمَانَاتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: *Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahuinya.* (Usman, 2012: 180)

Adapun berkomunikasi dengan baik dan ramah merupakan sesuatu hal yang amat diperlukan dalam menjalankan bisnis. Hal ini seperti yang disampaikan Ibu Supiatun pada hari Selasa tanggal 13 April 2021 jam 10:00 salah satu pedagang sepatu dan sandal. Beliau mengatakan :

“Menurut ibu supiatun terkait etika bisnis yang baik yang selalu berbuat adil, ramah, jujur, dan tidak memanipulasi barang dagangan.”

Hal serupa juga disampaikan oleh Bapak Hariyadi pada hari Sabtu tanggal 10 April 2021 jam 08:00 salah satu pedagang sayur yang juga menerapkan prinsip kebenaran dengan bersikap jujur terkait memberikan keterangan tentang kondisi barang dagangannya:

“saya mengambil sayur yang akan saya jual langsung dari temen saya yang mempunyai tanaman sayur. Saya bekerja sama dengan teman saya jadi harganya pun lumayan murah. Tetapi saya selalu mengambil sayur yang masih segar dan bersih. Kalau ada sayur yang sudah layu terkadang saya buang ataupun saya kasihkan oleh pedagang lain yang menginginkan. saya juga tidak pernah berbohong terkait kondisi sayur yang saya dagangkan. Karena itu akan merugikan pembeli. Yang paling penting saya berdagang dengan jujur dan tidak merugikan orang lain.”

Hal serupa juga disampaikan oleh Ibu Kholifah pada hari Kamis tanggal 16 April 2021 jam 09:00 selaku pembeli di Pasar Tradisional Gendoh. Beliau mengatakan :

“alhamdulillah mbak selama saya membeli di Pasar Tradisional Gendoh belum pernah mendapatkan barang yang cacat. Saya juga tidak pernah merasa dirugikan. Karena memang pedagang menjual barang

dagangan yang masih bagus dan dengan harga yang umumnya. Jadi tidak membebankan pembeli.”

Dari pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa para pedagang di Pasar Tradisional Gendoh sebagian besar sudah menerapkan prinsip kebenaran dalam aktivitas dagangnya.

4. Prinsip tanggung jawab

Prinsip tanggung jawab merupakan bentuk batasan diri dari kebebasan yang diberikan dalam etika bisnis Islam. Dengan adanya prinsip kehendak bebasan tidak semata-mata menjadikan seseorang pelaku usaha bisa bertindak semaunya, karena selain prinsip kehendak bebasan terdapat pula prinsip tanggung jawab. Dalam dunia bisnis tanggung jawab ada dua. Pertama tanggung jawab kepada Allah dan kedua tanggung jawab kepada masyarakat. Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan prinsip kehendak bebas.

Dengan menerapkan prinsip tanggung jawab, para pelaku usaha akan mempertanggung jawabkan perbuatannya apabila ditemukan konsumen yang tidak terima terkait barang yang dibelinya. Misalnya ada barang yang cacat maka pedagang harus siap mengganti dengan barang yang baru. Dengan ini pedagang menerapkan sikap tanggung Jawab terhadap pembeli.

Hal ini sesuai dengan firman Allah surat Al-Isra' ayat 34 yang berbunyi:

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حِصَّتِي يَبْلُغُ أَشُدُّ وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ

مَسْنُونًا

Artinya: “Dan janganlah kamu mendekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih baik (bermanfaat) sampai dia dewasa, dan penuhilah janji, karena janji itu pasti diminta pertanggung jawabannya”. (Usman, 2012: 285)

Pernyataan prinsip tanggung jawab disampaikan oleh Ibu Suryati pada hari Jumat tanggal 17 April 2021 jam 09:00 selaku salah satu pedagang buah yang ada di Pasar Tradisional Gendoh. Beliau mengatakan :

“saya dalam berdagang selalu memberikan keterangan terkait kondisi buah dan saya juga tidak keberatan mengganti buah yang baru jika ada pembeli yang komplen terkait buahnya yang busuk. Tetapi alhamdulillah tidak pernah ada pembeli yang komplen kalau buah yang saya jual itu busuk mbak. Karena memang saya menjual buah yang masih segar dan bersih. Karena yang paling penting bagi saya yaitu kepuasan konsumen mbak. Saya juga selalu membedakan antara buah yang kecil, besar, segar ataupun setengah segar. Agar pembeli tidak merasa dirugikan waktu membeli dagangan saya.”

Hal ini juga disampaikan oleh Ibu Tri dan Ibu Nur pada hari Jumat tanggal 17 April 2021 jam 10:00 selaku pembeli dipasar Tradisional Gendoh. Beliau mengatakan :

“alhamdulillah saya selama berbelanja di Pasar Tradisional Gendoh tidak pernah merasa rugi. Memang pelayanan para pedagang bagus, ramah-ramah. Kalau ada barang yang cacat juga mau bertanggung jawab. Harga terjangkau, barang dagangan layak.”

Dari beberapa pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa para pedagang di Pasar Tradisional Gendoh sudah memahami dan menerapkan etika bisnis yang sesuai dengan etika bisnis Islam.

1.2.2 Keabsyahan data

Penelitian ini melakukan beberapa uji keabsyahan data sebagai berikut:

1. uji *credibility* (validitas internal)

uji credibility adalah uji kepercayaan dari data yang telah dihasilkan selama proses penelitian kualitatif. uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data penelitian kualitatif antara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, Penelitian di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi dilakukan dengan cara tidak hanya satu kali tatap muka, dengan tujuan untuk melengkapi dan mengkonfirmasi keabsyahan data yang diperoleh. Hal ini dilakukan guna menguatkan bahwa data yang telah diperoleh memang benar dan sudah dianggap kredibility, tidak ada perubahan data dan perdebatan mengenai kebenaran data. Penelitian ini juga melakukan usaha pengumpulan data dengan cara membaca berbagai referensi seperti halnya hasil penelitian terdahulu serta buku terkait yang kemudian dibandingkan dengan hasil penelitian yang telah diperoleh.

2. *Transferability* (validitas eksternal)

uji transferability adalah teknik untuk menguji validitas eksternal didalam penelitian kualitatif. Penelitian ini berusaha mengumpulkan sampel untuk menjawab masalah penelitian. Objek penelitian ini adalah pedagang, dan pembeli di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi serta kepala Pasar. Dari sampel-sampel yang telah dilakukan secara terus menerus berpusat pada satu pembahasan terkait implementasi etika

bisnis di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi dalam perspektif etika bisnis Islam.

3. *Dependability* (reabilitas)

Penelitian yang dilakukan oleh orang lain dengan proses penelitian yang sama akan memperoleh hasil yang sama pula. Pengujian *dependability* dilakukan dengan cara melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian. Penelitian dilakukan pertama kali pada bulan April 2021 di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi, melakukan penelitian dibulan pertama, kemudian dengan serupa selanjutnya kembali melakukan penelitian ke lapangan yakni Bulan Mei 2021 dan dilanjutkan penelitian terakhir yakni pada Bulan Juni 2021.

4. *Confirmability* (objektivitas)

Menguji hasil penelitian dengan proses yang dilakukan triangulasi sumber yaitu dengan membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Penelitian yang dilakukan memang benar-benar mendapatkan hasil jawaban dari data-data terkait implementasi Etika Bisnis Syariah di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi dalam perspektif Etika Bisnis Islam.

BAB 5

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

1.1 Pemahaman Etika Bisnis Di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

Tingkat persaingan dalam dunia bisnis menuntut setiap pemasar atau pelaku usaha mampu mengalahkan segala cara agar mendapatkan keuntungan yang banyak. Kegiatan pemasaran membutuhkan Etika yang baik dan mendasar agar kegiatan bisnis tetap sesuai syariat Islam. Dalam kegiatan pemasaran, seseorang memerlukan pedoman yang kuat agar kegiatan bisnis berjalan sesuai syariat Islam. Maka sangat diperlukan para pelaku usaha untuk memahami etika bisnis yang dianjurkan dalam syariat.

Bisnis merupakan suatu aktivitas yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang untuk menyediakan barang dan jasa dengan tujuan memperoleh keuntungan. Bisnis merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya dengan cara mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien (Hendra, 2018: 5). seperti sabda Rasulullah SAW didalam hadits nya:

“Berbisnislah kamu karena sembilan dari sepuluh pintu rezeki ada dalam bisnis.”(H.R.Ahmad)

Adapun dalam Islam, bisnis dapat dipahami sebagai seperangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya, yang tidak dibatasi jumlah

kepemilikan harta (barang atau jasa), termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya. Etika merupakan studi standar moral yang tujuan eksplitasinya adalah menentukan standar yang benar atau didukung oleh penalaran yang baik. Etika mencoba mencapai kesimpulan moral antara yang benar dan salah, serta moral yang baik dan jahat (Hendra, 2018:25).

Menurut Muhamad (2004:132) etika bisnis adalah seperangkat prinsip-prinsip etika yang membedakan yang baik dan yang buruk, harus, benar, salah dan lain sebagainya. Dalam arti lain etika bisnis adalah norma atau perilaku seseorang yang mana para pelaku usaha harus menjunjungnya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnis dengan selamat.

Etika bisnis juga refleksi hati nurani yang menampakan kemashuran prinsip-prinsip dan nilai-nilai ekonomi yang bermartabat, yang menjauhkan diri dari nafsu ketamakan, kebohongan dan kerakusan. Etika bisnis didefinisikan sebagai seperangkat nilai tentang baik dan benar didalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip moralitas. Dalam arti luas etika bisnis diartikan sebagai seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku usaha harus berpegang teguh padanya dalam menjalankan transaksi, serta berperilaku dan berelasi guna mencapai tujuan bisnisnya dengan selamat (Patmasari, 2021:82).

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti dapat diketahui bahwa dalam berdagang mayoritas para pedagang berperilaku

Baik. Hal tersebut ditunjukkan pedagang yang bersikap jujur dalam kegiatan berdagang. Dalam berdagang mereka dituntut untuk tidak hanya fokus pada keuntungan semata, namun juga harus berusaha menerapkan perilaku pedagang yang sesuai dengan syariat Islam. Mereka memahami jika kita menerapkan berdagang dengan cara yang baik maka akan mendapatkan hasil yang baik pula.

1. Berdasarkan temuan penelitian yang dibahas, diketahui bahwa pemahaman para pedagang di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi terkait etika bisnis Islam yaitu: pedagang Pasar Tradisional Gendoh meyakini kunci utama dalam berdagang adalah bersikap jujur. Sifat jujur pedagang ditunjukkan dengan mengatakan kondisi yang sebenarnya tentang barang dagangannya. Harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas barang. Dengan menerapkan sifat jujur, secara tidak langsung menjadi kesan sendiri bagi pembeli untuk berlangganan berbelanja karena sifat pedagang. Bersifat jujur juga memberikan rasa puas dan menciptakan rasa kepercayaan bagi para konsumen terhadap pedagang. Pembeli pun merasa senang dan rasa ingin berbelanja tinggi karena merasa puas dan pas dengan etika yang diterapkan oleh pedagang tersebut. Yang diutamakan pedagang yakni kepuasan pelanggan. Para pedagang meyakini jika menerapkan kecurangan akan mendapatkan kerugian bagi para konsumen serta dirinya sendiri. Sedangkan menerapkan sifat jujur akan timbul tali silaturahmi antar pedagang dengan pembeli.

Sebagaimana firman Allah pada ayat Al-Anfal ayat 27 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمَانَاتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: “ *hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhamad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang diterapkan kepadamu, sedang kamu mengetahui*”. (Usman, 2012:180)

2. Para pedagang di Pasar Tradisional Gendoh dalam menjalankan kegiatan bisnisnya telah memahami etika bisnis yang sesuai dengan syariat Islam. Para pedagang menerapkan pemahaman prinsip-prinsip dalam etika bisnis dalam tinjauan etika bisnis Islam sebagai berikut:

- a. Pemahaman etika bisnis Islam oleh pedagang di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi terkait prinsip keadilan. Para pedagang memahami bahwa dalam berdagang seseorang berperilaku adil dan seimbang terhadap konsumen. Para pedagang tidak membedakan pembeli satu dengan yang lainnya. Para pedagang mengatakan terkait harga yang ditetapkan sesuai kualitas barang. Dalam menimbang mereka berusaha menimbang sesuai dengan takaran yang pas. Prinsip keadilan dilakukan agar hak pembeli terpenuhi sehingga antara penjual dan pembeli tidak ada yang dirugikan.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian Siti Mina Kusina yaitu prinsip keadilan harus selalu diwujudkan dalam bentuk penyajian produk berkualitas dan bermutu baik, selain itu ukuran, kuantitas, serta takaran atau timbangan harus sesuai dengan prinsip kebenaran

(Kusnia, 2015:87-88). Islam sangat menganjurkan umatnya untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan melarang berbuat curang atau berlaku zalim. Rasulullah SAW diutus Allah untuk membangun keadilan.

- b. Pemahaman etika bisnis Islam di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi terkait prinsip kehendak bebasan. Prinsip kehendak bebas adalah salah satu prinsip etika bisnis Islam. Para pedagang memahami bahwa dalam berdagang tidak boleh memaksa kehendak pembeli. Pedagang tidak boleh memaksa pembeli untuk membeli barang dijualnya. Pedagang juga tidak marah jika ada pedagang lain yang menjual barang dagangan yang sama.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Arline yaitu manusia memberikan kebebasan penuh dalam menggunakan segala potensi yang dimiliki. Dalam kegiatan usaha, pedagang diharuskan memberikan kebebasan terhadap pembeli tanpa memaksa kehendaknya, memperbolehkan menawar harga dan disepakati atas dasar suka sama suka. Tujuannya adalah agar antara pembeli dan pedagang mendapatkan manfaat yang diinginkan (Arline, 2020:70-71).

- c. Pemahaman etika bisnis di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi terkait prinsip tanggung jawab. Prinsip tanggung jawab adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia untuk memenuhi tuntutan keadilan (Hendra, 2018:66). Manusia perlu mempertanggung jawabkan tindakan secara logis. Para

pedagang menjelaskan terkait kondisi barang dagangannya. Apabila terdapat kecacatan dari barang dagangannya pedagang harus memberi tahukannya dan apabila mendapati konsumen yang komplek maka akan direspon dengan baik.

Hasil penelitian diatas sesuai dengan penelitian Dyan Arum Rahmadani (2017) yang menyatakan bahwa, segala kebebasan dalam melakukan aktivitas bisnis oleh manusia tidak akan lepas dari tanggung jawab atas segala aktivitas yang dilakukan. Tanggung jawab erat dengan pelaksanaan amanat karena orang yang bertanggung jawab akan melaksanakan yang dibebankan kepadanya dengan sebaik-baiknya. Hal ini sesuai dengan Al-qur'an surat An-Nisa' ayat 58 yang berbunyi:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا ۙ بَصِيرًا

Artinya: “*sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah maha mendengar, Maha melihat*”. (Usman, 2012: 87)

- d. Pemahaman etika bisnis Islam di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi terkait dengan prinsip kebenaran. Prinsip kebenaran yaitu sikap, niat, dan perilaku benar yang meliputi proses transaksi, proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan, maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan (Hendra, 2018:66). Para pedagang memahami bahwa

dalam melayani konsumen harus dilakukan dengan sepenuh hati. Para pedagang dalam melayani pembeli dengan sikap yang baik, ramah dan murah senyum. Mereka juga memperbolehkan pembeli untuk bertanya-tanya meskipun tidak membelinya. Para pedagang memahami tidak boleh memanipulasi barang dagangan karena itu dapat merugikan pembeli. Prinsip kebenaran diterapkan dengan kemurahan hati dalam bentuk memberikan sikap melayani yang ramah dan bersikap sopan. Dengan bersikap ramah tidak menutup kemungkinan konsumen tersebut akan datang kembali berbelanja ditempatnya. Hal ini sesuai dengan terjemahan hadits dibawah ini:

“Allah merahmati seseorang yang ramah dan toleran dalam berbisnis.” (H.R. Bukhari dan Tarmizi)

Penelitian ini sesuai dengan penelitian Dyan Arrum Rahmadani (2017) yaitu prinsip kebenaran atau dapat diterapkan dengan kemurahan hati dalam bentuk memberikan tenggang waktu pembayarannya jika pembeli belum mampu membayar kekurangannya. Sikap melayani dengan ramah juga harus diterapkan oleh para pedagang dalam menjalankan aktivitas usahanya. Sudah seharusnya para pedagang memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap pembeli yang datang. Dengan bersikap ramah dan bersikap sopan kepada pembeli, maka tidak menutup kemungkinan konsumen tersebut akan datang kembali untuk berbelanja ditempatnya. Begitu pula sebaliknya apabila pedagang menunjukkan sikap yang kurang

ramah dan sopan maka para pembeli tidak akan mampir meski hanya sekedar bertanya harga (Rahmadani, 2017:86).

1.2 Implementasi Etika Bisnis di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

Etika dalam Islam menyangkut norma dan tuntutan atau anjuran yang mengatur sistem kehidupan individu atau masyarakat dalam interaksi hidup antar individu dalam konteks berhubungan dengan Allah dan lingkungan. Etika bisnis adalah etika untuk berbisnis secara baik dan fair dengan menegakan hukum dan keadilan secara konsisten dan konsekuen (Hendra, 2018:27).

Etika bisnis dalam Islam adalah ilmu tentang apa yang baik dan buruk yang bertujuan mendidik moralitas manusia dalam perdagangan yang meliputi pedagang barang dan pedagang jasa yang mengacu pada Al-qur'an dan hadits. Dalam islam etika bisnis terdapat beberapa prinsip yang menjadi prinsip dasar yang harus diketahui oleh setiap pelaku usaha. Prinsip etika bisnis Islam merupakan etika bisnis yang mengedepankan nilai-nilai al-qur'an. Beberapa prinsip-prinsip etika bisnis yang harus diketahui pelaku usaha sebagai berikut: prinsip keadilan, prinsip kebenaran, prinsip tanggung jawab dan prinsip kehendak bebas.

Berdasarkan pemaparan dalam temuan penelitian sebelumnya bahwa perilaku pedagang di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi dalam menjalankan aktivitas bisnis nya sesuai dengan etika bisnis yang dianjurkan syariat dan berpedoman pada prinsip-

prinsip etika bisnis Islam. Berikut implementasi etika bisnis di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi dalam Perspektif Etika Bisnis Islam sebagai berikut:

1. Prinsip keadilan

Islam sangat menganjurkan umatnya untuk berbuat adil dalam berbisnis. Dan melarang umatnya berbuat curang. Kecurangan dalam berbisnis pertanda kehancuran bisnis tersebut. Karena kunci keberhasilan bisnis adalah kepercayaan. Implementasi etika bisnis Islam di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi dalam prinsip keadilan ditunjukkan dengan tidak membedakan pembeli satu dengan yang lainnya. Mereka juga berusaha melayani pembeli dengan sebaik mungkin, menimbang sesuai dengan takaran yang adil dan seimbang. Selain beberapa hal tersebut dalam menerapkan prinsip keadilan dapat digambarkan dengan memberikan kepuasan dan menciptakan rasa percaya pembeli kepada pedagang. Mayoritas para pedagang juga sudah memberikan takaran yang pas dan tidak merugikan pembeli.

Para pedagang mengetahui dengan mengurangi timbangan termasuk perbuatan yang dilarang karena dapat merugikan pembeli. Perilaku keadilan atau keseimbangan dalam berbisnis secara tegas dijelaskan dalam konteks perbendaharaan bisnis agar pengusaha muslim menyempurnakan takaran dan menimbang dengan neraca yang benar.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Muhamad Djakfar bahwa adil atau seimbang yaitu menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam. Prinsip keadilan menuntut setiap orang diperlakukan sama dengan acuan yang adil. Keadilan juga menuntut agar tidak ada pihak yang boleh merasa dirugikan (Djakfar, 2007:13).

Para pedagang di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi selalu berusaha untuk menyediakan barang dagangan dengan kualitas yang baik. Tetapi terkadang ada pedagang yang mencampur atau menyembunyikan barang yang cacat dengan barang yang masih bagus, sehingga pembeli tidak melihat ada barang yang cacat. Hal tersebut dilakukan agar mendapatkan keuntungan yang lebih dan menghindari kerugian. Namun hal tersebut bukanlah prinsip keadilan yang sesuai dengan etika bisnis Islam.

Prinsip keadilan dalam aktivitas dunia bisnis, mengharuskan setiap orang berperilaku adil, tak terkecuali pada pihak yang tak disukai. Hal tersebut sesuai dengan firman Allah surat Al-A'raf ayat 35

يٰٓبَنِي ۤاٰدَمَ ۙ اِمَّا يٰٓتِيْنٰكُمْ رُسُلٌ مِّنْكُمْ يٰقُصُوْنَ عَلٰیكُمْ اٰیٰتِيْ ۙ فَمَنْ اٰتٰقَىٰ
وَاصْلَحْ فَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُوْنَ

Artinya: “wahai cucu anak adam! Jika datang kepadamu rasul-rasul dari kalanganmu sendiri, yang menceritakan ayat-ayat ku kepadamu, -maka barangsiapa bertakwa dan mengadakan perbaikan, maka tidak ada rasa takut pada mereka, dan mereka tidak bersedih hati”. (Usman, 2012:154)

Ayat diatas menjelaskan tentang betapa pentingnya kita sebagai umat Rasulullah untuk melakukan sesuatu dengan cara yang adil.

2. Prinsip kehendak bebasan

Kehendak bebas merupakan salah satu prinsip etika bisnis Islam. Kebebasan diberikan kepada para pembeli dengan catatan tidak merugikan orang lain atau sudah sesuai dengan aturan agama Islam. Beberapa penerapan prinsip kehendak bebas yang diterapkan oleh para pedagang. Salah satunya yaitu tidak memaksa pembeli yang lewat untuk membeli ditempatnya. Selain itu penerapan prinsip kehendak bebas juga diterapkan oleh pedagang dengan memberikan kebebasan kepada pedagang lain untuk berdagang barang yang sama. Dengan syarat tetap menerapkan persaingan yang sehat yang sesuai syariat Islam.

Para pedagang di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi menerapkan prinsip kehendak bebasan dapat digambarkan dengan sikap para pedagang yang tidak memaksa pembeli untuk membeli ditempatnya, dan tidak menolak jika ada pedagang lain yang berdagang barang yang sama. Selama hal itu dilakukan dengan cara persaingan yang sehat.

Hasil penelitian di atas sesuai dengan pendapat Muhamad Djakfar yang memaparkan bahwa manusia diberikan kehendak bebas untuk mengendalikan kehidupan sendiri manakala Allah SWT menurunkannya ke bumi. Dengan tanpa mengabaikan kenyataan bahwa ia sepenuhnya dituntun oleh hukum yang diciptakan Allah SWT (Djakfar, 2007:55-56).

Kegiatan bisnis yang sesuai dengan prinsip kehendak bebasan yaitu manusia memiliki kebebasan untuk membuat kontrak dan menepatinya ataupun mengingkarinya. Hal tersebut sesuai dengan firman Allah dalam surat An-Nisa' ayat 29 yang berbunyi:

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

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya, Allah adalah maha penyayang kepadamu”*. (Usman, 2012:83)

Dalam surat tersebut dijelaskan bahwa perilaku pedagang dalam prinsip ini adalah tidak memaksa pembeli ingin membeli dimana. Mereka diharuskan melakukan perniagaan dengan dasar suka sama suka.

3. Prinsip tanggung jawab

Prinsip tanggung jawab adalah prinsip dimana manusia diberi kebebasan tetapi juga harus mempertanggung jawabkan tindakannya secara logis. Para pedagang di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi menerapkan prinsip tanggung jawab dengan mendengarkan dan menerima konplon dari para konsumen. Apabila ada barang yang cacat mereka mau mengganti dengan barang yang baru. Selain memberikan jaminan kepada para konsumen, mereka selalu berupaya memastikan bahwa dagangan nya dalam kondisi yang layak dijual. Selain itu, mereka juga memisahkan antara barang dagangan yang layak dan tidak layak untuk dijual.

Hasil penelitian diatas sesuai dengan pendapat Johan Arifin yang mengatakan bahwa didunia bisnis tanggung jawab juga sangat berlaku. Setelah melakukan segala aktivitas bisnis dengan berbagai bentuk kebebasan, bukan berarti semuanya selesai saat tujuan yang dikehendaki tercapai. Semua itu perlu adanya tanggung jawab atas apa yang telah pebisnis lakukan, semuanya harus dipertanggung jawabkan sesuai dengan aturan yang berlaku (Arifin, 2009: 144). Sebagaimana firman Allah dalam surat Al-Mudatsir ayat 38 yang berbunyi:

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ

Artinya: “setiap orang bertanggung jawab atas apa yang telah dilakukannya”. (Usman, 2012:576)

Dalam ayat diatas dijelaskan bahwa setiap apa yang dilakukan pasti akan diminta pertanggung jawabannya. Islam sangat menekankan konsep tanggung jawab dalam kehidupan manusia. Allah SWT menjadikan manusia khalifah dibumi untuk membangun, memakmurkan dan memanfaatkannya dengan adanya beban tanggung jawab yang senantiasa dipikul oleh manusia yang kemudian akan di pertanggung jawabkannya di hadapan Allah SWT.

4. Prinsip Kebenaran

Prinsip kebenaran dalam konteks ini, selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan , juga mengandung dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Para pedagang di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi menerapkan prinsip kebenaran ditunjukkan dengan melayani dengan sepenuh hati terhadap

pembeli. Para pedagang memberi tahu kondisi barang dagangannya dengan benar. Pedagang juga tidak pernah memanipulasi barang dagangannya. Dalam pelayanan, mereka berusaha melayani dengan baik. Karena menurut mereka dengan mengoptimalkan pelayanan dengan baik maka tidak menutup kemungkinan para konsumen yang pernah datang akan kembali lagi dan menjadi langganannya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Muhammad Djakfar yang menyatakan kebajikan atau kebenaran merupakan suatu tindakan yang mengutamakan orang lain lebih dibandingkan orang yang melakukan tindakan tersebut dan dilakukan tanpa kewajiban apapun (Djakfar, 2007:114). Komunikasi yang baik dan ramah akan mendatangkan rasa suka. Prinsip ini juga mengajarkan manusia untuk selalu melakukan perbuatan mendatangkan manfaat bagi orang lain tanpa harus ada aturan yang mewajibkannya. Sebagaimana firman Allah dalam surat Al-Baqarah ayat 280 yang berbunyi:

وَإِنْ كَانَ ذُو عُسْرَةٍ فَنَظِرَةٌ إِلَىٰ مَيْسَرَةٍ ۗ وَأَنْ تَصَدَّقُوا خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ
 Artinya: “Dan jika (orang berutang itu) dalam kesulitan, maka berilah tenggang waktu sampai dia memperoleh kelapangan. Dan jika kamu menyedekahkan, itu lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui”. (Usman, 2012: 47)

Berdasarkan ayat diatas dapat disimpulkan bahwa pedagang boleh memberikan sistem utang atau memberikan tenggang waktu pembayaran kepada pembeli sesuai dengan prinsip kebenaran karena bertujuan saling tolong menolong antar sesama manusia. Dan tidak pihak yang merasa dirugikan satu sama lain.

BAB 6

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Sikap pedagang dalam menjual barang dagangannya kepada pembeli sudah menerapkan etika bisnis Islam dengan baik. Dalam melayani pembeli mereka melakukan pelayanan yang sangat baik dan ramah. Etika bisnis yang diterapkan di Pasar Tradisional Gendoh ini berpedoman pada al-qur'an dan hadits. Serta tidak lepas dari praktik Nabi Muhamad dalam melakukan perdagangan. Hal ini terbukti dari implementasi etika bisnis yang ada di Pasar Tradisional Gendoh dalam perspektif etika bisnis islam sebagai berikut:

1. Pemahaman Etika Bisnis Islam di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi. Para pedagang di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi dalam menjalankan aktivitas bisnisnya telah memahami etika bisnis dalam Islam. Mereka juga memahami prinsip-prinsip etika bisnis Islam.
2. Penerapan Etika Bisnis di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

Perilaku pedagang di Pasar Tradisional Gendoh dalam menjalankan aktivitas bisnisnya telah menerapkan Etika bisnis Islam yang baik. Dan juga sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Diantaranya sebagai berikut: prinsip keadilan, prinsip kebenaran, prinsip tanggung jawab dan prinsip kehendak bebas.

6.2. Implikasi Penelitian

1. Implikasi teori hasil dari peneliti ini menguatkan dan mengembangkan teori etika bisnis Islam, khususnya teori dalam melakukan penerapan etika bisnis dalam perspektif etika bisnis Islam.
2. Implikasi Kebijakan hasil temuan ini bisa dijadikan masukan untuk mengambil kebijakan dalam Implementasi Etika bisnis dalam perspektif etika bisnis Islam.

6.3 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan yang sangat dirasakan peneliti, susah mencari referensi buku, surat persetujuan yang lama, dan kurangnya teman untuk berdiskusi dalam penelitian ini. Dan juga adanya masa pandemi Covid 19 yang menyebabkan sulit berinteraksi dengan orang dalam waktu yang lama.

6.4 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka saran dari peneliti yang dapat dijadikan pertimbangan adalah sebagai berikut:

1. Bagi pihak pengelola Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi

Pihak pengelola pasar hendaknya selalu memantau kondisi pasar, untuk menghindari dan meminimalisir terjadinya kecurangan serta permainan harga yang dilakukan para pedagang. Dan pengelola harus bekerja sama untuk membangun pasar menjadi lebih baik.

2. Bagi akademik

Bagi akademik diharapkan untuk sering mengadakan kegiatan seminar terkait dengan penerapan etika bisnis Islam untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan mahasiswa IAIDA Blokagung terutama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

3. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya terutama yang berkaitan dengan ekonomi Islam dibidang perdagangan.

4. Bagi pedagang

Para pedagang di Pasar Tradisional Gendoh diharapkan dalam menjalankan bisnis tetap memegang teguh nilai atau aturan yang telah diterapkan oleh syariat Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'rufah. 2014. Manajemen Bisnis Syariah. Ekuitas: jurnal Iqtisaduna. Volume 5 nomor 1, juni 2019:102-103. P-ISSN 2460-805X E-ISSN: 2550-0295.
- Alma, Buchari. 2003. Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam. Ekuitas: jurnal Dusturiyah. Volume 8. Nomer 1, januari-juni 2018. 79-95. E-ISSN. 2580-5363 P-ISSN. 2088-5363.
- Alma, Buchari. 2011. Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam. Bandung:alfabeta.
- Anggito, Albi. & Johan, Setiawan. 2018. Metode Penelitian Kualitatif. Sukabumi: CV. Jejak redaksi.
- Anoraga, Panji. 2011. Pengantar Bisnis. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Arifin, Johan. 2009. Etika Bisnis Islami. Semarang : Walisongo Press.
- Arline, Dheka Hesty. 2020. "Analisis Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam". Skripsi IAIN Purwokerto: fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Djakfar, Muhamad. 2007. "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam". Skripsi UIN Malang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Fahmi, Irham. 2014. Etika Bisnis Islam: hal 3. Bandung: alfabeta.
- Huda, Nurul. 2017. Pemasaran Syariah Teori Dan Aplikasi: hal 113. Depok: kencana.

- Hafid, Hamzah. & Yaksan, Hamzah. 2014. Etika Bisnis Islam. Makasar: Kretakupa.
- Hendra, Joki. 2018. Etika bismis islam. Bandung: Manggu Makmur tanjong lestari.
- Haryanti, Nine. 2019. “ Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di PD Pasar Tradisional Pancasila Tasikmalaya”. Ekuitas: jurnal Ekonomi Syariah volume 4 nomer 2 november 2019. E-ISSN 2714-769x P-ISSN 2548-50
- Kusnia, Siti Mina. 2015 “Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional Ngaliyan Semarang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”. Skripsi walisongo: fakultas Ekonomi dan bisnis Islam.
- Labib, mz.2018. Etika Bisnis Dalam Islam. Ekuitas: jurnal Dusturiah.volume 8,nomor 1 januari-juni 2018:72-95. E-ISSN.2580-5363.P-ISSN.2088-5363
- Muna, Chasanul Arif. 2011”Prinsip-Prinsip Penanganan Kemiskinan Di Madinah Pada Masa Nabi Muhamad SAW. ”JHI, vol 9, nomer 2, Desember 2011
- Muhamad. 2004. Etika Bisnis Islami. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Mursid, Muhamad. 2014. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nilava, Ihna. 2020 “Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional Ngronggo Kota Kediri”. Ekuitas: jurnal At-Tamwil volume 2 nomer 2 september 2020. E-ISSN 2721-7567 P-ISSN 2615-4293
- Patmasari, Yeni. 2021. Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional Ngadiluwih Kabupaten Kediri. Skripsi Tuluagung: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Dalam Negeri.

- Racao. 2010. Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik Dan Keunggulannya. Jakarta: PT Grasindo.
- Rahmadani, Dyan Arum. 2017. “Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional Petepamus Makasar Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”. Skripsi Universitas Islam Negeri Alaudin Makasar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Sari, Nilam. 2018 “ Praktik Pedagang Pasar Tradisional: Fakta Dan Solusi Penerapan Etika Bisnis Islam”. Ekuitas: Jurnal Dusturiyah. Volume 8, nomer 1 (januari-juni) 2018: 72-95. E-ISSN. 2530-5363. P-ISSN. 2008-5363.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Manajemen . Bandung: Alfabeta 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Alfabeta: Bandung
- Sugiyono. 2015. Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. bandung: alfabeta.
- Tiakoly, katarudin. 2019. “ Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Pedagang Barang Campuran Di Pasar Tradisional Gamalama”. Ekuitas: jurnal Iqtisaduna volume 5 nomor 1 juni 2019 102-123. E-ISSN 2550-0295 P-ISSN 2460-805X
- Usman. 2012. Al-quran Dan Terjemah Cordoba : PT Cordoba International Indonesia.
- Wadrianto. 2010. Waspada! Kecurigaan Pada Timbangan. Denpasar. <https://regional.kompas.com/read/2010/08/12/12483841/~Regional~Indonesia%20Timur>. Diakses pada tanggal 16-04-2021 pukul 21:45 WIB.

Wati, Ambar. 2021."Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli: Studi Kasus Pasar Tradisional Pendopo Empat Lawang, Sumatera Selatan".
Ekuitas: jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam volume 2 nomer 2 2021.
184-200. E-ISSN 2474-0490

Wisnubrata. 2011. Pedagang Terpegok Curangi Timbangan. Denpasar.
<https://regional.kompas.com/read/2011/07/05/08283946/~Regional~Indonesia%20Timur>. Diakses pada tanggal 16-04-2021 pukul 22:10 WIB.

Untung, Budi. 2012, Hukum Dan Etika Bisnis. Ekuitas:jurnal Dusuriyah volume 8
nomer 1 januari-juni 2018.72-95. E-ISSN.2580-5363 P-ISSN. 20088-
5363.

Zain, Fadlan Mukhtar. 2020. Kasus Temuan Cabai Rawit dicat Merah di Pasar Tradisional, Polisi Tangkap Seorang Petani. Banyumas.
<https://regional.kompas.com/read/2020/12/31/16553021/kasus-temuan-cabai-rawit-bercat-merah-di-pasar-tradisional-polisi-tangkap?page=all>. Di akses pada tanggal 16-04-2021 pukul 21:30WIB.

Zahrom Muhamad Farid Amilatuz. 2015" Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Perdagangan Sapi Di Pasar Hewan Pasirian,"jurnal Iqtishoduna, vol,6, hal 13. Ekuitas: jurnal at-tamwil.volume 2. Nomer 2, september 2020. E-ISSN 2723-7567.P-ISSN 2615-4293

LAMPIRAN-LAMPIRAN

LAMPIRAN 1
PEDOMAN WAWANCARA

No	Rumusan Masalah	Indikator
1 .	Bagaimana pemahaman etika bisnis di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi dalam perspektif etika bisnis islam?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Etika berdagang 2. Sejarah awal, lokasi 3. Etika bisnis islam
2.	Bagaimana penerapan etika bisnis di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi dalam perspektif etika bisnis islam?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Etika bisnis islam 2. Prinsip-prinsip yang diterapkan 3. Prinsip keadilan yang diterapkan oleh pedagang pasar tradisional gendoh 4. Prinsip kebenaran yang diterapkan oleh pedagang pasar tradisional gendoh 5. Prinsip tanggung jawab yang diterapkan oleh pedagang pasar tradisional gendoh 6. Prinsip kehendak bebas yang diterapkan oleh pedagang pasar tradisional gendoh

LAMPIRAN 2
Transkrip Hasil Wawancara

No	Objek Penelitian	Informan	Wawancara
1.	Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi	Bapak Ulut Mustofa selaku kepala Pasar Tradisional Gendoh	Sejarah Pasar Tradisional Gendoh ini didirikan pada tahun 1937 yang didirikan oleh Dinas Perindustrian dan perdagangan Kabupaten Banyuwangi. Pasar Tradisional Gendoh berada di Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi. Tepatnya di Jalan Raya, Dusun Klontang, Gendoh, Sempu, Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur. Pasar Tradisional ini tempatnya sangat strategis sehingga memudahkan pembeli untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Awalnya Pasar Tradisional ini hanya berupa kios-kios yang masih kumuh. Pada tahun 2018 Pemerintah mengadakan renovasi terhadap bangunan pasar. Kini bangunan Pasar Tradisional Gendoh sudah membaik dan sangat bersih. Sehingga membuat pembeli lama bertahan di situ. Pasar Tradisional Gendoh buka mulai setelah subuh sampai jam 21:00 malam. Tetapi kalau pedagang sayur itu jam 08:00 itu sudah tidak ada. Pasar Tradisional Gendoh memiliki kurang lebih 200 pedagang.
2.	Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi	Bapak Hariyadi pedagang sayur di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten	

Lanjutan Tabel

No	Objek Penelitian	Informan	Wawancara
		Banyuwangi	<p>Pemahaman etika bisnis dalam perspektif etika bisnis Islam yang dilakukan di Pasar Tradisional Gendoh adalah sebagai berikut: telah memahami etika-etika yang sesuai dengan syariat Islam. Penerapan etika bisnis dalam perspektif etika bisnis Islam di Pasar Tradisional Gendoh adalah sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Berlaku jujur. 2. Mengambil dagangan yang masih segar. 3. Mengatakan kondisi sebenarnya terkait dagangan yang dijual. 4. Menakar dengan takaran yang pas. 5. Berlaku adil.
3.	Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi	Ibu Umi pedagang Baju di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi	<p>Pemahaman etika bisnis dalam perspektif etika bisnis Islam yang dilakukan di Pasar Tradisional Gendoh sudah sangat baik. Pedagang dan pembeli etika dalam berdagangnya sudah baik. Penerapan etika bisnis dalam perspektif etika bisnis Islam di Pasar Tradisional Gendoh adalah sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak memaksa pembeli untuk membeli ditokonya. 2. Tidak keberatan jika ada pedagang yang menjual dagangan yang sama. 3. Bersaing dengan cara sehat dan tidak keluar dari syariat Islam. 4. Ramah dengan pembeli. 5. Tidak membedakan-bedakan pembeli satu dengan yang lain. Dalam etika bisnis Islam sangat

Lanjutan Tabel

No	Objek Penelitian	Informan	Wawancara
			Dianjurkan untuk melakukan dagang dengan cara yang baik tidak dengan cara yang bathil.
4.	Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi	Ibu Supiatun pedagang Sepatu di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi	Pemahaman etika bisnis dalam perspektif etika bisnis Islam yang dilakukan di Pasar Tradisional Gendoh sudah sesuai dengan syariat Islam. Penerapan etika bisnis dalam perspektif etika bisnis Islam di Pasar Tradisional Gendoh adalah sebagai berikut: <ol style="list-style-type: none"> 1. Berbuat baik. 2. Berkata jujur. 3. Tidak memanipulasi barang. 4. Berbuat adil. dalam berdagang yang paling penting adalah kepuasan konsumen dalam hal ini, pelayanan konsumen harus dilayani dengan sebaik mungkin.
5.	Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi	Bapak Sugiono pedagang daging ayam di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi	Pemahaman etika bisnis dalam perspektif etika bisnis Islam yang dilakukan di Pasar Tradisional Gendoh sudah sangat baik. Pedagang dan pembeli etika dalam berdagangnya sudah baik. Penerapan etika bisnis dalam perspektif etika bisnis Islam di Pasar Tradisional Gendoh adalah sebagai berikut: <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga kualitas barang. 2. Kepuasan konsumen. 3. Melayani pembeli dengan baik.
6.	Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi	Ibu Suryati pedagang buah di Pasar	Pemahaman etika bisnis dalam perspektif etika bisnis Islam yang dilakukan di Pasar Tradisional Gendoh sudah sesuai dengan syariat Islam.

Lanjutan Tabel

No	Objek Penelitian	Informan	Wawancara
		Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi.	<p>Penerapan etika bisnis dalam perspektif etika bisnis Islam di Pasar Tradisional Gendoh adalah sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memberi informasi terkait kondisi barang dagangan. 2. Bertanggung jawab jika ada keluhan dari pembeli. Dalam berdagang pedagang diharuskan mengganti barang dagangan jika memang barang dagangan itu rusak. dan tidak boleh memanipulasi barang dagangan.
7.	Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi	Bapak Kliwon pedagang ikan di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi	<p>Pemahaman etika bisnis dalam perspektif etika bisnis Islam yang dilakukan di Pasar Tradisional Gendoh sejauh ini para pedagang sudah memahami etika berdagang yang sesuai dengan syariat Islam. Penerapan etika bisnis dalam perspektif etika bisnis Islam di Pasar Tradisional Gendoh adalah sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak merasa terbebani jika ada yang berdagang dengan barang yang sama. 2. Tidak menjual dagangan yang kondisinya busuk. Dalam berdagang pedagang tidak boleh memaksa pembeli untuk membeli di tempatnya. Karena dalam berdagang dalam Islam harus suka sama suka.

Lanjutan Tabel

No	Objek Penelitian	Informan	Wawancara
8.	Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi	Ibu Kholifah pembeli di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi	<p>Pemahaman etika bisnis dalam perspektif etika bisnis Islam yang dilakukan di Pasar Tradisional Gendoh sudah paham dan sudah diterapkan. Penerapan etika bisnis dalam perspektif etika bisnis Islam di Pasar Tradisional Gendoh adalah sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak pernah merasa dirugikan. 2. Pedagang yang ramah. Pedagang telah menerapkan etika bisnis yang telah memenuhi syariat.
9.	Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi	Ibu Tri pembeli di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi	<p>Pemahaman etika bisnis dalam perspektif etika bisnis Islam yang dilakukan di Pasar Tradisional Gendoh telah paham, dan berkata jujur dan bertanggung jawab. Penerapan etika bisnis dalam perspektif etika bisnis Islam di Pasar Tradisional Gendoh adalah sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pelayanan yang bagus. 2. Tidak ada kecurangan dalam timbangan. Pedagang di Pasar Tradisional selalu menakar dengan takaran yang baik dan benar.
10.	Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi	Ibu Khusnul pembeli di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi	<p>Pemahaman etika bisnis dalam perspektif etika bisnis Islam yang dilakukan di Pasar Tradisional Gendoh telah memahami etika bisnis Islam dengan baik dan benar. Penerapan etika bisnis dalam perspektif etika bisnis Islam di Pasar Tradisional Gendoh adalah sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak merasa dirugikan. 2. Sopan santun.

Lanjutan Tabel

No	Objek Penelitian	Informan	Wawancara
11.	Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi	Ibu Nur pembeli di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi	Pemahaman etika bisnis dalam perspektif etika bisnis Islam yang dilakukan di Pasar Tradisional Gendoh telah memahami etika bisnis Islam dengan baik dan benar. Penerapan etika bisnis dalam perspektif etika bisnis Islam di Pasar Tradisional Gendoh adalah sebagai berikut: <ol style="list-style-type: none">1. Harga yang terjangkau.2. Pelayanan yang ramah.3. Mau bertanggung jawab jika ada kerusakan.
12.	Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi	Ibu Surti pembeli di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi	Pemahaman etika bisnis dalam perspektif etika bisnis Islam yang dilakukan di Pasar Tradisional Gendoh telah memahami etika bisnis Islam dengan baik dan benar. Penerapan etika bisnis dalam perspektif etika bisnis Islam di Pasar Tradisional Gendoh adalah sebagai berikut: <ol style="list-style-type: none">1. Takaran yang pas.2. Jujur.3. Bersikap adil.

LAMPIRAN 3
KARTU BIMBINGAN SKRIPSI



KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Salimatul Rofiqah
 NIM/NIMKO : 17131110079
 PRODI : Ekonomi Syariah (ESY)
 FAKULTAS : Ekonomi dan Bisnis Islam

NO	TGL. KONSULTASI	TOPIK POKOK YANG DIBICARAKAN	TANDA TANGAN PEMBIMBING	TGL MENGHADAP KEMBALI
1	17-9-2021	Pengisian judul	[Signature]	
2	19-9-2021	ACC judul	[Signature]	
3	20-9-2021	Bab I	[Signature]	
4	22-9-2021	Bab II	[Signature]	
5	23-9-2021	Bab III	[Signature]	
6	24-9-2021	ACC seminar proposal	[Signature]	
7	05-06-2021	Revisi	[Signature]	
8	15-06-2021	BAB 4	[Signature]	
9	22-07-2021	BAB 5 & 6	[Signature]	
10	25-07-2021	Revisi	[Signature]	
11	27-07-2021	Ujian SKRIPSI	[Signature]	

Mulai Bimbingan :

Batas Akhir Bimbingan :

Blokagung, 2021

Mengetahui,
Ketua Prodi
[Signature]
Drs. EDY SUJOKO, MH

Dosen Pembimbing
[Signature]
(Nurul Hayah, SE., M.Si)

Keterangan : Kartu ini tidak boleh hilang dan setiap bimbingan harus ditanda

LAMPIRAN 4

PLAGIARISM CHEECKER X ORIGINALITY REPORT

 **Plagiarism Detector v. 1921 - Originality Report 10/30/2021 9:09:23 AM**

Analyzed document: **salimatul rofita 17131110074.rtf** Licensed to: **Aster Putra**

 Comparison Preset: **Rewrite**  Detected language: **Id**

 Check type: **Internet Check**

Detailed document body analysis:

 Relation chart:





Category	Percentage
Original	75.01%
Referenced	2.15%
Plagiarism	22.84%

 Distribution graph:



 Top sources of plagiarism: **61**

32%	3169	1. http://repositori.uin-alauddin.ac.id/8445/1/Dyan_Arum_Rahmadani.pdf
8%	724	2. http://jdih.banyuwangikab.go.id/kepkades/detail/pembentukan-kelompok-bina-keluarga-lansia-bkl-mandiri-desa-gendoh-kecamatan-sempeu-kabupaten-banyuwangi-tahun-2021
8%	724	3. https://jdih.banyuwangikab.go.id/kepkades/detail/penetapan-kader-pos-pelayanan-terpadu-lanjut-usia-posyandu-lansia-desa-gendoh-kecamatan-sempeu-kabupaten-banyuwangi-tahun-2021

 Processed resources details: **157 - Ok / 26 - Failed**

 Important notes:

Wikipedia:	Google Books:	Ghostwriting services:	Anti-cheating:
 [not detected]	 [not detected]	 [not detected]	 [not detected]

 [uace_headline]

[uace_line1]
[uace_line2]
[uace_line3]
[uace_line4]
[uace_line5]

LAMPIRAN 5
SURAT PENGANTAR PENELITIAN



PEMERINTAH KABUPATEN BANYUWANGI
DINAS KOPERASI USAHA MIKRO DAN PERDAGANGAN
PASAR DAERAH GENDOH
Jl. Aruji Karta Winata No.200

SURAT KETERANGAN

Nomor : 511.2/ / GDH /429.107/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : ULUT MUSTOFA
Nip : 19750325 200801 1 023
Jabatan : Koordinator Pasar Daerah Gendoh
Alamat : Kantor Pasar Daerah Gendoh

Dengan ini menerangkan dengan sebenarnya bahwa Mahasiswa dari IAIDA BLOK AGUNG sedang melakukan penelitian di Pasar Gendoh untuk keperluan perlengkapan Skripsi dengan keterangan:

Nama : SALIMATUL ROFITA
Alamat : Dsn.Kunir Rt.01/Rw.02 Ds.Singojuruh Kec.Singojuruh.
Alamat Sekolah : IAIDA BLOK AGUNG –Tegalsari-Banyuwangi.
Prodi : Ekonomi Syari'ah.

Demikian surat keterangan ini saya buat, agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Gendoh, 05 Juli 2021
Mengetahui,
Koordinator Pasar Daerah Gendoh

ULUT MUSTOFA
NIP.19750325 200801 1 023

LAMPIRAN 6
SURAT PENGESAHAN REVISI



PENGESAHAN REVISI UJIAN SKRIPSI
TAHUN AKADEMIK 2020/2021

Nama : Salimatul Rofita
NIM : 17131110074
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Syariah (ESy) / Perbankan Syariah (PSy)

Judul Skripsi : Implementasi Etika bisnis di pasar Tradisional
Gondoh Kecamatan sempu Kabupaten
Banyuwangi dalam perspektif etika
Bisnis Islam

Telah dilakukan revisi sesuai dengan catatan dari hasil ujian yang telah dilaksanakan pada sidang Ujian Skripsi pada hari sabtu tanggal 31 Juli 2021.

Blokagung, 24 November... 2021

Mengetahui,

Pembimbing


(Murel Inayah SE, Msi)

Dekan



Lety Ana Farwan Ekaningsih, SE, MH, MM.
NIY. 3150425027901

LAMPIRAN 7
DOKUMENTASI



LAMPIRAN 8
DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Salimatul Rofita
 Nim : 17131110074
 TTL : Banyuwangi, 11-09-1998
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Agama : Islam
 Prodi : Ekonomi Syariah
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Alamat : Kunir, Singojuruh. BWI

Riwayat Pendidikan Formal

Jenjang Pendidikan	Tahun Masuk	Tahun Lulus	Nama Sekolah/ perguruan tinggi	Bidang Studi
SD	2005	2011	SDN 4 Singojuruh	
SMP	2011	2014	SMPN 3 Singojuruh	
SMK	2014	2017	SMK Darussalam	Akuntansi
S1	2017	2021	Institut Agama Islam Darussalam	Ekonomi Syariah

Riwayat Pendidikan Non Formal

Jenjang Pendidikan	Tahun Masuk	Tahun Lulus	Nama Sekolah
Ula	2014	2016	Madrasah Diniyah Al-amiriyah Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi
Wustho	2017	2019	Madrasah Diniyah Al-amiriyah Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi
Ulya	2020	2021	Madrasah Diniyah Al-amiriyah Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi