

**PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DI PASAR
TRADISIONAL (BARINGENG) DESA PANAİKANG**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

NUR WAHYUNI. A
NIM. 140103089

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM (IAI)
MUHAMMADIYAH SINJAI
2018**

**PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DI PASAR
TRADISIONAL (BARINGENG) DESA PANAIKANG**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

NUR WAHYUNI. A

NIM. 140103089

Pembimbing:

1. Dr. Amir Hamzah, M.Ag
2. Faridah, S.Sos.I M.Sos.I

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM (IAI)
MUHAMMADIYAH SINJAI
2018**

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nur Wahyuni. A
NIM : 140 103 089
Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/ karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada didalamnya adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Bilamana kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Sinjai 31 juli 2018

Yang Membuat Pernyataan,



NUR WAHYUNI. A
140 103 089

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul Penerapan Etika Bisnis Islam di Pasar Tradisional (Baringeng) Des Panaikang yang ditulis oleh Nur Wahyuni. A Nomor Induk Mahasiswa 14010308 Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam IAI Muhammadiyah Sinjai, yang dimunaqasyahkan pada hari Selasa tanggal 23 Ju 2019 M bertepatan dengan 20 Dzulqaidah 1440 H, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjan Ekonomi.

Dewan Penguji

Dr. Firdaus, M.Ag.

Ketua

Dr. Ismail, M.Pd.

Sekretaris

Dr. Hardianto Rahman, M.Pd.

Penguji I

Dr. Ismail, M.Pd.

Penguji II

Dr. Amir Hamzah, M.Ag.

Pembimbing I

Faridah, S.Sos.I., M.Sos.I.

Pembimbing II



Mengetahui,
Dekan FEHI IAIM Sinjai

Muh. Anis, M.Hum.
NBM. 976 724

ABSTRAK

NUR WAHYUNI. A: Penerapan Etika Bisnis Islam di Pasar Tradisional. **Skripsi, Sinjai: Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam IAI Muhammadiyah Sinjai, 2018.**

Penelitian ini membahas tentang penerapan etika bisnis Islam yang mencakup kejujuran dan keadilan dengan tujuan untuk mendeskripsikan penerapan Etika Bisnis Islam di Pasar Tradisional Baringeng Desa Panaikang.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif dan menggunakan pendekatan fenomenologi yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah berdasarkan persepsi dan pemikiran orang secara individual, yang melibatkan penjual dan pembeli di pasar tradisional baringeng desa panaikang, Data penelitian diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi kemudian data yang terkumpul berupa kata-kata dianalisis dengan tehnik reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Penerapan Etika Bisnis Islam Di Pasar Tradisional Baringeng Desa Panaikang tidak diterapkan di semua sektor, dalam bisnisnya pedagang memiliki beberapa sektor tinjauan,1.) meliputi Sumber modal, pada poin sumber modal pedagang dengan skala besar memperoleh modal dengan cara yang menyalahi aturan etika bisnis Islam. 2.) sumber barang dan biaya operasional, pada point ini pedagang dengan skala kecil lah yang banyak menyalahi aturan, dimana modal yang mereka kelola dominan rendah namun cara untuk memperoleh dan target keuntungannya ingin menyerupai pedagang dengan skala besar,

sedang jelas perbedaan nya pada biaya operasional. 3.) Cara menyikapi konsumen yang komplain dan cara menanggulangi barang yang cacat, poin ini terdapat pula kesalahan dalam menyikapi konsumen yang protes akan barang jualan para pedagang, diantara pedagang banyak yang acuh tak acuh terhadap komplain dari pembeli dengan alasan tidak ingin di rugikan, meski ada pula beberapa penjual yang mempertanggungjawabkan jualannya. Begitu juga dengan cara menanggulangi atau mengelolah barang yang cacat, diantara pedagang ada yang membuang barang yang memang sudah tidak layak jual, namun ada pula yang mengemasnya agar barang itu dapat terjual kembali.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Pasar Tradisional

ABSTRACT

NUR WAHYUNI. A: Application of Islamic Business Ethics in Traditional Markets. Thesis, Sinjai: Sharia Economics Study Program, Faculty of Economics and Islamic Law IAI Muhammadiyah Sinjai, 2018.

This research discusses the application of Islamic business ethics which includes honesty and justice with the aim of describing the application of Islamic Business Ethics in the Baringeng Traditional Market, Panaikang Village.

This research is a type of qualitative research and uses a phenomenological approach. The data collected in this research is based on the perceptions and thoughts of individual people, involving sellers and buyers in the Baringeng traditional market, Panaikang village. Research data was obtained through interviews, observation and documentation, then the data collected in the form of words analyzed using data reduction techniques, data presentation, and drawing conclusions.

The research results show that the application of Islamic Business Ethics in the Baringeng Traditional Market, Panaikang Village is not applied in all sectors, in their business traders have several sectors of review, namely: 1) including sources of capital, at the point of capital sources traders on a large scale obtain capital in ways that violate the rules Islamic business ethics; 2) source of goods and operational costs, at this point it is small-scale traders who often violate the rules, where the capital they manage is predominantly low but the method of obtaining and profit targets are similar to large-scale traders, while the difference is clear in operational costs ; and 3) How to respond to consumers who complain and how to deal with defective goods, this point there are also mistakes in responding to consumers who protest about goods sold by traders, many

traders are indifferent to complaints from buyers on the grounds that they don't want to be harmed, even though There are also several sellers who are responsible for their sales. Likewise with how to deal with or manage defective goods, some traders throw away goods that are no longer suitable for sale, but there are also those who package them so that the goods can be resold.

Keywords: Islamic Business Ethics, Traditional Market

مستخلص البحث

نور وحيوني. أ: تطبيق أخلاقيات الأعمال الإسلامية في الأسواق التقليدية. الرسالة العلمية، سنجائي: قسم الاقتصاد الشرعي، كلية الاقتصاد وأحكام الإسلامية، جامعة الإسلامية المحمدية سنجائي، 2018.

يناقش هذا البحث تطبيق أخلاقيات الأعمال الإسلامية التي تتضمن الصدق والعدالة بهدف وصف تطبيق أخلاقيات الأعمال الإسلامية في سوق بارينجينج التقليدي، قرية بانيكانج.

هذا البحث هو نوع من البحث النوعي ويستخدم نهجاً ظاهرياً. تستند البيانات التي تم جمعها في هذا البحث إلى تصورات وأفكار الأفراد، بما في ذلك البائعين والمشتريين في سوق بارينجينج التقليدي، قرية بانيكانج. تم الحصول على بيانات البحث من خلال المقابلات والملاحظة والتوثيق، ثم تم تحليل البيانات التي تم جمعها في شكل كلمات باستخدام تقنيات تقليل البيانات وعرض البيانات واستخلاص النتائج.

تظهر نتائج البحث أن تطبيق أخلاقيات الأعمال الإسلامية في سوق بارينجينج التقليدي، قرية بانيكانج لا يتم تطبيقه في جميع القطاعات، ففي أعمالهم التجارية، لدى التجار عدة قطاعات للمراجعة، وهي: 1) بما في ذلك مصادر رأس المال، في نقطة مصادر رأس المال يحصل التجار على نطاق واسع على رأس المال بطرق تنتهك قواعد أخلاقيات الأعمال الإسلامية؛ 2) مصدر السلع وتكاليف التشغيل، في هذه المرحلة يكون التجار الصغار هم الذين غالباً ما ينتهكون القواعد، حيث يكون رأس المال الذي يديرونه منخفضاً في الغالب

ولكن طريقة الحصول وأهداف الربح مماثلة للتجار على نطاق واسع، في حين أن الفرق واضح في تكاليف التشغيل؛ و3) كيفية الرد على المستهلكين الذين يشكون وكيفية التعامل مع السلع المعيبة، في هذه النقطة توجد أيضاً أخطاء في الرد على المستهلكين الذين يحتجون على السلع التي يبيعها التجار، فالكثير من التجار غير مباليين بشكاوى المشترين على أساس أنهم لا يريدون أن يتعرضوا للأذى، على الرغم من وجود العديد من البائعين المسؤولين عن مبيعاتهم. كما هو الحال مع كيفية التعامل مع السلع المعيبة أو إدارتها، يقوم بعض التجار بإلقاء السلع التي لم تعد صالحة للبيع، ولكن هناك أيضاً من يقومون بتغليفها حتى يمكن إعادة بيعها.

الكلمات الأساسية: أخلاقيات العمل الإسلامية، السوق التقليدية

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على اسرف الأنبياء والمرسلين

سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِي وَاصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ، أَمَّا بَعْدُ

Atas petunjuk Allah Rabbil Alamin, karena petunjuk dan hidayah-Nya jualah sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini sebagai salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan studi pada program studi Ekonomi Syariah fakultas Ekonomi dan Hukum Islam Institut Agama Islam (IAI) Muhammadiyah Sinjai.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis tidak luput dari berbagai rintangan dan hambatan, namun berkat bantuan, arahan berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. oleh karena itu kiranya jika penulis menyampaikan terima kasih kepada pihak yang telah membantu, yaitu kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. Firdaus, M.Ag. selaku Rektor Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai.
2. Bapak Dr. Amir Hamzah, M.Ag. selaku Wakil Rektor I Dan juga selaku pembimbing 1, dan Bapak Ismail, S.Pd.I., M.Pd. selaku Wakil Rektor II, serta Seluruh Staff Pegawai dan Jajaran Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai yang telah membantu kelancaran Akademik.

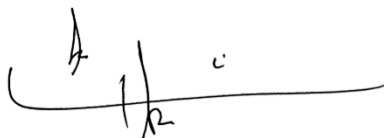
3. Bapak Muh. Anis, S.Pd.I., M.Hum, selaku Dekan Kaprodi Ekonomi Syariah yang selaku memberikan motivasi dalam penulisan skripsi ini.
4. Muhammad Ikbal, S.Pd. M.Pd selaku Kaprodi Ekonomi Syariah yang selau memberikan motivasi dalam penulisan skripsi ini.
5. Faridah, S.Kom.I. M.Sos.I., selaku pembimbing II yang telah banyak membantu mengarahkan, membimbing, dan memberikan dorongan sampai skripsi ini terwujud.
6. Kepada pengurus perpustakaan IAIM Sinjai dan perpustakaan daerah Kabupaten Sinjai beserta dengan stafnya yang memberikan izin dalam pencarian buku-buku sebagai bahan referensi.
7. Orang tua dan keluarga selaku pembimbing utama dan mendidik serta turut mendukung dan mendoakan selama ini sampai sekarang, sehingga penyusunan skripsi ini dapat kami selesaikan dengan baik.
8. Teman-teman Ekonomi Syariah angkatan 2014 yang selalu membantu dalam suka maupun duka kalian sudah menjadi warna dalam penulis.

Seluruh rekan-rekan mahasiswa IAI Muhammadiyah Sinjai, khususnya program studi Ekonomi Syariah yang telah memberikan motivasi dalam penyelesaian studi. Dan kepada

semua pihak yang tidak sempat disebut namanya satu persatu yang telah memberikan bantuan baik moril maupun materil selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna karenanya kritik dan saran yang konstruktif dari segenap pembaca sangat diperlukan. Penulis mengharapkan semoga skripsi ini ada manfaatnya bagi kita semua, bagi bangsa dan negara dalam upaya mengatasi masalah-masalah yang dihadapi terutama dalam hal peningkatan perekonomian masyarakat di negara tercinta ini.

Sinjai, 31 juli 2018

A handwritten signature in dark ink, appearing to be 'A' followed by a stylized flourish and a small 'c'.

NUR WAHYUNI. A
NIM.140103089

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vii
ABSTRAK ARAB	ix
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan dan Batasan Masalah	8
C. Definisi Operational	8
D. Hasil Penelitian Relevan	11
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	14
BAB II KAJIAN TEORI	16
A. Kajian Teori	16
B. Tinjauan Teori	46

BAB III METODE PENELITIAN	54
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	54
B. Subjek dan Objek Penelitian	55
C. Tehnik Pengumpulan Data.....	56
D. Instrumen Penelitian	57
E. Tehnik Analisis Data.....	58
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	61
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	61
B. Hasil Penelitian	67
C. Pembahasan Penelitian.....	78
BAB V PENUTUP	82
A. Kesimpulan	82
B. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN-LAMPIRAN	86

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Mata pencaharian masyarakat desa panaikang Tahun 2017	62
Tabel 4.2 Data Pedagang Di Pasar Tradisional Baringeng Desa Panaikang	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Pedoman Wawancara
Lampiran 2	Lembar Observasi Penjual
Lampiran 3	Lembar Observasi Pembeli
Lampiran 4	Peta Pasar Baringeng
Lampiran 5	Dokumentasi
Lampiran 6	Biodata Penulis

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Makhluk sosial yang hakikatnya diajak mengikuti petunjuk yang diberikan Allah SWT, setiap tindakan yang kita ambil disertai dengan tanggung jawab yang berdampak pada masa depan. Panggilan untuk menjunjung tinggi nilai-nilai etika melampaui batas dan waktu, membentuk setiap aspek keberadaan kita di dunia. Tanpa prinsip-prinsip ini, kita akan kesulitan membedakan kebajikan dari keburukan, kebenaran dari kepalsuan, dan kesempurnaan dari ketidaksempurnaan. (Faisal, 2012).

Sejak lama, permasalahan perilaku ini telah diterima sebagai bagian budaya. Namun, hal-hal tersebut dianggap sebagai hambatan kemajuan. Hasilnya, terdapat peningkatan kesadaran akan perlunya mengatasi tantangan-tantangan ini. Sebagai tanggapannya, perusahaan tertarik untuk mengembangkan perangkat lunak yang menciptakan kerangka nilai bagi pemangku kepentingan, yang pada akhirnya memberikan manfaat bagi semua orang yang

terlibat. Perangkat lunak ini akan menjadi landasan etika dan kode etik perusahaan..

Husain Husain Shahata menjelaskan bahwa meningkatnya penekanan pada kode etik di dunia bisnis barat berasal dari beberapa faktor utama. Pertama, meningkatnya insiden perilaku tidak etis di kalangan eksekutif dan karyawan perusahaan sering kali mengakibatkan kerugian dan kegagalan yang signifikan bagi organisasi. Kedua, penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan kode etik yang kuat cenderung memiliki reputasi yang kuat, yang kemudian mendorong profitabilitas..

Islam, sebagai kerangka agama dan etika yang komprehensif, menangani berbagai aspek kehidupan berdasarkan prinsip-prinsip moral. Ia bertujuan untuk menyeimbangkan nilai-nilai spiritual dan material serta memajukan keberadaan seimbang yang membawa kebahagiaan baik di kehidupan ini maupun di akhirat. Namun, tantangan besar dalam masyarakat modern saat ini adalah bangkitnya paham materialisme yang seringkali mengabaikan nilai-nilai spiritual. Masalah ini terutama terjadi di kalangan pengusaha dan mempunyai dampak negatif yang melampaui tindakan individu.

Akibatnya, paradigma sosial yang berlaku menyamakan nilai seseorang dengan kekayaan, status, dan kekuasaan, sehingga mengesampingkan kualitas-kualitas penting yang membuat seseorang menjadi orang yang “baik”..

Ketika tren ini terus tumbuh dan berkembang, hal ini dapat melemahkan nilai-nilai yang telah lama dianut. Dalam lingkungan yang kompetitif seperti ini, individu mungkin memprioritaskan keuntungan materi, seringkali dengan mengorbankan orang lain. Kemunduran nilai-nilai luhur, ditambah dengan semakin besarnya keinginan untuk mendapatkan pengakuan sosial, dapat menumbuhkan budaya korupsi dan pergaulan bebas. Perubahan ini dapat berdampak negatif terhadap profesionalisme di banyak bidang, termasuk birokrasi, posisi kepemimpinan, dan kehidupan profesional. Dalam lingkungan ini, meritokrasi lebih diutamakan daripada kekayaan materi dan menjadi ukuran utama keberhasilan. (Faisal, 2012).

Olehnya itu etika bisnis islam (EBI) menjadi relevan untuk ditumbuh kembangkan sebagai sebuah alternative dan solusi untuk keluar dari kungkungan budaya korup dan improfesionalisme tersebut. Bukan saja karna factor study didunia barat yang membuktikan

terpromosikannya sebuah perusahaan dan naiknya rating dengan kode etik kerja, namun itu perwujudan dari profesionalitas dari sebuah keniscayaan berISLAMnya seorang muslim dan realisasi adagium yang mengatakan “*a God business is a Good ethic*”.

Etika Bisnis dalam islam seharusnya menjadi perhatian penting bagi para pebisnis-pebisnis, baik bagi kalangan pebisnis besar maupun para pemula selain dari segi tinjauan syariah perlu juga dilakukan studi kelayakan bisnis (Nurdin, 2017).

Sebagai Manusia tentunya memiliki banyak hal yang diperlukan atau dibutuhkan, seperti kebutuhan sandan, pangan dan papan yang harus terpenuhi.

Perintah untuk berbisnis dijelaskan dalam QS. An-Nisa (4): 29,

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

Terjemahnya:

“hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha

Penyayang kepadamu” (Departemen Agama RI, 2018b).

Bisnis syariah adalah bentuk kegiatan yang dilakukan manusia agar menghasilkan keuntungan, baik berupa barang ataupun jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat (Abdul, 2010).

Bisnis syariah tidak hanya mencakup tentang transaksi jual beli barang akan tetapi juga mencakup tentang penawaran jasa. Didalam bisnis syariah pelaku bisnis tidak hanya berorientasi pada keuntungan sepihak, tapi juga keuntungan dimasing-masing pihak. hal inilah yang menjadi dasar dalam bisnis islam yang dalam hal ini disebut dengan etika bisnis islam.

Etika bisnis islam merupakan poin penting yang harus diketahui oleh seluruh kalangan pebisnis muslim, baik yang berskala internasional, nasional, hingga ke skala yang paling kecil, contohnya pada pedagang di pasar tradisional, meski demikian ternyata masi sangat banyak diantara pebisnis yang paham akan hal tersebut namun enggan untuk menerapkan etika bisnis islam pada interaksi bisnisnya.

Jika kita melirik kearah transaksi,kita akan menemui banyak contoh dalam kehidupan sehari-

hari, contohnya pada pasar, seperti dijelaskan bahwa pasar merupakan tempat yang dapat mempertemukan pihak penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi jual beli barang dan jasa. Dalam perekonomian, pasar memiliki peranan yang sangat penting agar dapat memutar roda kehidupan ekonomi masyarakat . sejatinya pasar merupakan elemen ekonomi yang dapat mewujudkan kemaslahatan dan kesejahteraan hidup manusia (Rozalinda, 2014).

Pada dasarnya pasar memberikan pengaruh dan sumbangsi besar terhadap perkembangan ekonomi Negara, sehingga dipandang perlu untuk terus memelihara setiap elemen yang memberikan pengaruh baik terhadap perkembangan ekonomi khususnya pada pasar. Seringkali kita hanya melihat pihak-pihak yang memberikan pengaruh besar secara kasat, namun lupa bahwa sesuatu yang besar itu dapat terlihat besar sebab ada tolak ukur perbandingan antara yang besar dan yang kecil, contohnya perhatian terhadap pasar-pasar tradisional diberbagai daerah khususnya di kabupaten sinjai dan lebih khusus lagi di kecamatan sinjai timur, di kecamatan tersebut terdapat sebuah pasar tradisional yang beroperasi setiap hari, pasar tersebut bernama

“Pasar Baringeng”. Ini adalah salah satu elemen pendukung dalam peningkatan pendapatan daerah namun kadang disepelekan bahkan tidak terhitung sebagai pemberi sumbangsi.

Kondisi secara umum saat ini di pasar tersebut semakin meningkat jika dibandingkan dengan kebanyakan pasar tradisional di beberapa daerah lainnya di Sulawesi selatan ini, khususnya pada pembangunan dan penataan pasar yang semakin rapi, meski masi ada beberapa penjual yang kadang-kadang menjual bukan pada area yang tertib sebagaimana aturan.

Menurut apa yang saya lihat, orang-orang yang melakukan transaksi dipasar tersebut merupakan orang-orang muslim. sehingga sangat menarik untuk saya teliti disektor penerapan etika bisnis islam, disisi lain pasar tersebut memang sangat membutuhkan orang-orang yang cakap dalam hal ketegasan penertiban area penjualan, agar bangunan yang telah disediakan tidak sia-sia. Juga demi kelancaran dan kenyamanan para pembeli begitupun penjual

Memperhatikan hal-hal diatas penulis tertarik untuk menganalisis “ **Penerapan Etika Bisnis Islam Di Pasar Tradisional (Baringeng) Desa Panaikang**”.

B. Rumusan dan batasan masalah

1. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimanakah penerapan etika bisnis islam dipasar tradisional (Baringeng) desa panaikang?

2. Batasan masalah

Pembahasan tentang etika bisnis islam cakupannya sangat luas, mulai dari konsep kepemilikan harta, konsep ketuhanan, konsep benar dan baik, konsep tanggung jawab, konsep kejujuran dan konsep keadilan. sehingga Untuk lebih menfokuskan penulis dalam menyusun tulisan ini maka kami membatasi masalah yang akan dibahas yaitu:

- a. Konsep Kejujuran
- b. Konsep Keadilan

C. Defenisi Operasional

Adapun judul penelitian ini yaitu “Penerapan etika bisnis islam di pasar tradisional (Baringeng) desa panaikang. Terkait dengan judul tersebut sangat berpeluang terjadinya kesalahan dalam menafsirkan maksud dari judul yang dikemukakan. Untuk menghindari terjadinya kesalahan penafsiran dari judul

yang diangkat, maka berikut akan diuraikan pengertian judul:

1. Penerapan adalah suatu perbuatan mempraktekkan suatu teori, metode, dan hal lain untuk mencapai tujuan tertentu dan untuk suatu kepentingan yang diinginkan oleh suatu kelompok atau golongan yang telah terencana dan tersusun sebelumnya.
2. Etika merupakan study sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah, dan lain sebagainya (Faisal, 2012).
3. Bisnis islam atau bisnis syarriyah adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya (yang tidak dibatasi) namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayaan hartanya (ada aturan halal dan haram). Dalam arti pelaksanaan bisnis harus tetap berpegang pada ketentuan syariat (aturan-aturan dalam al-Qur'an dan Hadits) segala bentuk aktivitas dari berbagai transaksi yang dilakukan manusia guna menghasilkan keuntungan, baik berupa barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat sehari-hari (Rivai, 2012).
4. Pasar tradisional adalah pasar yang pelaksanaannya bersifat tradisional tempat bertemunya penjual

pembeli, terjadinya kesepakatan harga dan terjadinya transaksi setelah melalui proses tawar-menawar harga. Biasanya pasar tradisional umumnya menyediakan berbagai macam bahan pokok keperluan rumah tangga, dan pasar ini biasanya berlokasi di tempat yang terbuka (Tri, 2018).

5. Pasar baringeng adalah salah satu pasar tradisional yang berada di desa panaikang, kecamatan sinjai timur, kabupaten sinjai, Sulawesi selatan. Pasar ini merupakan pasar tradisional dengan system pasar harian, yang para penjual dan pembelinya adalah masyarakat sekitar pasar tersebut juga. Yang meskipun sesekali didatangi oleh penjual atau pembeli dari luar kota jika ada kebutuhan mendadak yang harus di penuhi, termasuk efektif karna pasar tersebut beroperasi setiap hari.

Berdasarkan uraian di atas, maka pengertian Penerapan etika bisnis islam di pasar tradisional (Baringeng) desa panaikang adalah penyelidikan terhadap cara menerapkan etika bisnis islam di segala transaksi pada pasar tersebut, berhubung dipasar baringeng ini pelaku transaksinya adalah orang-orang

islam, karena belum ditemukan isu bahwa dipasar tersebut ditemukan konsumen ataupun produsen yang tidak beragama islam. Sehingga peluang diterapkannya Etika-Etika berbisnis dalam islam sangat besar.

D. Hasil Penelitian Relevan

Hasil penelusuran penulis, terkait dengan judul hasil penelitian tentang Penerapan Etika Bisnis Islam dipasar Tradisional, beberapa hasil penelitian yang ditemukan, antara lain:

1. Hasil penelitian Dyas Nur Fajriyani, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang berjudul “Analisis Penerapan Bisnis Berbasis Syari’ah pada Wirausaha Muslim (studi kasus wirausaha muslim di perumahan Kaliwungu Indah Kendal).” Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa:
 - a. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa pengetahuan agama yang dimiliki oleh wirausaha muslim telah diterapkan dalam kegiatan bisnisnya. Mereka menjalankan bisnis dengan tetap memakai aturan yang diperbolehkan maupun yang dilarang oleh ajaran agama. Kegiatan ini menjadikan warga menjadi lebih baik dalam mendalami ilmu agama. Hal

tersebut juga dapat dilihat dalam kegiatan bisnisnya. Pemahaman mereka tentang bisnis yang baik sesuai dengan bisnis berbasis syariah sesuai dengan indikator penulis dapat dilihat dari pertanyaan yang diajukan peneliti, yaitu:

- 1) Kejujuran dalam menjual barang.
 - 2) Produk yang diperjual belikan halal.
 - 3) Tidak melakukan praktek mal bisnis seperti *gharar*, penipuan, *riba'*, ikhtikar dan mengurangi timbangan.
 - 4) Kesatuan (tauhid) dengan tetap menjaga ibadah wajib setiap berbisnis.
 - 5) Keseimbangan (keadilan) dilihat saat mereka mau menyisihkan sebagian harta mereka untuk orang lain.
- b. Perilaku wirausahawan muslim dalam berwirausaha dikatakan sesuai dengan bisnis berbasis syariah yang dilihat dari
- 1) Cara mereka melayani pembeli dengan ramah (*Khidmah*).
 - 2) Sikap amanah dengan menjaga kepercayaan pembeli.
 - 3) Kebaikan (*aqshid*).

- 4) Bermurah hati dan menjaga hubungan baik dengan pembeli (Dyas, 2015).
2. Hasil penelitian Sidqi Amalia Izzati, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang berjudul “Penerapan Etika Bisnis Islam di Boombu Hot Resto Tegal”. Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa bisnis yang dilakukan oleh Boombu Hot Resto pada umumnya telah sesuai dengan etika bisnis yang diajarkan dalam Islam yang meliputi tidak melipat gandakan harga dalam jual beli, jujur dalam takaran, berkomunikasi dengan ramah, memiliki visi misi yang tidak bertentangan dengan syariat Islam, menjalin silaturahmi, tidak melupakan ibadah, bekerja keras serta produk yang dijual tidak termasuk produk yang dilarang dalam Islam (Sidqi, 2015).

Berdasarkan kedua hasil penelitian tersebut, penelitian yang dilakukan penulis sama dengan penelitian diatas mengenai bisnis berbasis syariah. Perbedaan hasil penelitian penulis dengan penelitian diatas adalah pada hasil penelitian pertama meneliti terkait proses bisnis yang focus pada perilaku wirausaha yang sesuai dengan bisnis berbasis syariah.

Sedangkan hasil penelitian kedua meneliti terkait etika bisnis yang diterapkan pada restoran. Dengan perbedaan tersebut sehingga penulis tertarik meneliti Bagaimana jika hal tersebut dikaitkan dengan kondisi Pasar tradisional saat ini yang pada kenyataannya proses transaksi yang terjadi didalamnya dilakukan oleh mayoritas Umat Muslim dengan judul “Penerapan Etika Bisnis Islam Di Pasar Tradisional (Pasar Baringeng desa Panaikang)” . diharap mampu menemukan titik terang tentang proses transaksi dipasar tersebut khusus pada penerapan etika bisnis islam di segala transaksinya.

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dan manfaat penelitian tentang Penerapan Etika Bisnis Islam Di Pasar Tradisional Baringeng desa Panaikang, sebagai berikut:

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan penerapan Etika Bisnis Islam di Pasar Tradisional Baringeng desa panaikang.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Akademis

Penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dibidang ekonomi syariah terkait Penerapan Etika Bisnis Islam dan dapat dijadikan sebagai referensi.

b. Secara Praktis

1) Bagi Pasar Tradisional (Baringeng)

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan terkait penerapan Etika Bisnis Islam di Pasar terkait dan juga lebih jeli dalam memilih transaksi diseluruh proses Jual beli dipasar.

2) Bagi Lembaga

Memberikan hasil penelitian sebagai referensi penulisan karya tulis ilmiah untuk mahasiswa program studi Ekonomi Syariah yang akan datang.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Tinjauan Tentang Penerapan Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika

Etika secara Umum adalah berbicara mengenai kondisi-kondisi dasar bagaimana manusia bertindak secara etis, bagaimana manusia mengambil keputusan etis, teori-teori etika dan prinsip-prinsip moral dasar yang menjadi pegangan bagi manusia dalam bertindak serta tolak ukur dalam menilai baik atau buruknya suatu tindakan (Rinaldi, 2018).

Menelusuri asal-usul etika tak lepas dari asli kata *ethos* dalam bahasa Yunani yang berarti kekuasaan (*custom*) atau karakter (*character*). Dalam kata lain seperti pemaknaan kamus Webster berarti “*the distinguishing character, sentiment, moral nature, or guiding beliefs of a person, group, or institution*” (karakter istimewa, sentiment, atau keyakinan yang membimbing seseorang, kelompok, atau institusi).

Dalam makna yang lebih tegas, yaitu kutipan dalam buku *kuliah etika* mendefinisikan etika secara terminologis sebagai berikut: “*the systematic study of the nature of value concept, good, bad, ought, right,*

wrong, etc. and of the general principles which justify us in applying them to anything; also called moral philosophy.’ Ini artinya, bahwa etika merupakan study sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah, dan lain sebagainya.

Etika seseorang terwujud dalam kesadaran moral (moral consciousness) yang memuat keyakinan ‘benar dan tidak’ aeautu. Perasaan yang muncul bahwaia akan salah bila melakukan sesuatu yang diyakini nya tidak benar berangkat dari norma-norma moral dan perasaan *self-respect* (menghargai diri) bila ia meninggalkannya. Tindakan yang diambil olehnya harus ia pertanggung jawabkan pada diri sendiri. Begitu juga dengan sikapnya terhadap orang lain bila pekerjaan tersebut mengganggu atau sebaliknya mendapatkan pujian (Faisal, 2012).

Etika adalah sebuah ilmu yang saat ini sudah berdiri sendiri, pada awalnya, Etika merupakan bagian dari ilmu Filsafat. Etika sering disamakan dengan ahlak dan moral, namun banyak juga para ahli yang membedakan keduanya.

Etika secara bahasa adalah ilmu yang berkenaan tentang yang buruk dan tentang hak serta kewajiban

moral. Etika juga bermakna nilai mengenai benar dan salah yang dianut seseorang. Etika artinya tatasusila atau tatacara pergaulan. Makna dasar dari etika adalah *ethos* (Yunani) yaitu adat kebiasaan. Sebagaimana firman Allah SWT :

وَإِذْ كُنَّا لَكُمْ دُخْلًا عَظِيمًا

Dan sesungguhnya kamu benar-benar berbudi pekerti yang agung. (Surat Al-Qalam/68 : 4)

Etika merupakan kajian yang sangat penting dalam Islam. Rasulullah Swt. Salah satunya adalah dalam rangka menyempurnakan etika, sehingga sosok Rasulullah Saw. Sendiri adalah keperibadian yang syarat dengan etika. Baik etika dalam hal perkataan maupun perbuatan khususnya dalam hal bisnis. Meskipun Rasulullah Saw, hidup pada beberapa abad yang lalu tetapi pada millennium ketiga inilah persoalan etika baru marak di perhitungkan dan di diskusikan.

Dalam Islam segala sesuatu sekecil apapun terdapat etika tersendiri dalam melakukannya. Rasulullah Saw, mengajarkan ummatnya tentang bagaimana menjadi manusia yang bertata krama.

Semuanya sudah di atur sedemikian rupa sehingga apa pun yang di lakukan menjadi teratur, seimbang dan bersahaja. Etika yang baik terlahir dari kebiasaan yang baik. Ada ungkapan yang mengemukakan,. “ Tidak semua kebiasaan itu benar, tapi yang benar itu harus dibiasakan”. Termasuk kebiasaan sehari-hari dalam berbisnis. Untuk itu agama islam sangat menganjurkan untuk membiasakan kebiasaan yang baik dan santun, karena dengan kesantunan itulah maka pelaku bisnis akan memperoleh keuntungan yang sangat banyak, baik keuntungan yang bersifat jangka pendek seperti profit untuk mengukur keberhasilan penjualan maupun profit yang bersifat jangka panjang yaitu hubungan baik dengan para pihak yang berkepanjangan (Asnawi, 2017).

Etika merupakan salah satu cabang dari filsafat. Oleh sebab itu, untuk memperoleh pemahaman tentang etika secara menyeluruh kita hendaknya mengkaji kembali perkembangan ilmu sejak awal. Negara yunani kuno merupakan sumber pemikiran ilmiah yang paling awal. Dari yunani muncul pemikir-pemikir cemerlang seperti Socrates (470-339 SM), plato (428-348), dan Aristoteles (348-322 SM). Paham kosmentris, bahwa

manusia adalah bagian dari alam, merupakan paham yang pertama kali berkembang pada zaman yunani kuno. Paham ini secara praktis mengajarkan manusia untuk senang tiasa berserah diri pada kehendak alam, sehingga pola berpikir yang dianut kemudian lebih banyak bersifat fatalistic dan kurang memiliki daya hidup. Di abad pertengahan, ajaran ini mengalami evolusi sehingga penyerahan diri kepada alam berubah menjadi penyerahan dari kepada dewa atau sang pencipta (*imago dei, homo violator*).

Perubahan nyata terjadi pada zaman renaissance (sekitar abad ke-15) ketika orang tidak hanya menggantungkan diri kepada kehendak alam secara total tetapi mulai tumbuh rasa “percaya diri” untuk bertindak. Berikutnya kita akan membahas secara ringkas beberapa aliran yang menjadi landasan etika.

a. *Naturalisme*

Paham ini berpendapat bahwa system-sistem etika dalam kesusilaan mempunyai dasar alami yaitu membenaran-pembenaran hanya dapat dilakukan melaui pengkajian atas fakta dan bukan teori-teori yang sangat metafisis. naturalisme juga berpendapat

bahwa manusia pada kodratnya adalah “baik” sehingga ia harus dihargai dan menjadi ukuran

b. *Individualisme*

Emmanuel kant adalah seorang filsuf yang senantiasa menekankan bahwa setiap orang bertanggungjawab secara individual bagi dirinya. Memang esensi individualism adalah ajaran bahwa didalam hubungan sosial yang paling pokok adalah individunya. Segala interaksi dalam masyarakat harus dilakukan demi kepentingan individu. Dampak positif dari individualisme adalah terpacunya prestasi dan kreativitas individu. Orang akan memiliki etos kerja yang kuat dan selalu ingin berbuat yang terbaik untuk dirinya.

c. *Hedonisme*

Titik tolak pemikiran hedonism adalah pendapat bahwa menurut kodratnya manusia selalu mengusahakan kenikmatan (bahasa yunani, *hedone* += *kenikmatan*) yaitu bila kebutuhan kodrat terpenuhi, orang akan memperoleh kenikmatan sepuas-puasnya.

d. *Idealisme*

Paham ini timbul dari kesadaran akan adanya lingkungan normativitas bahwa terdapat kenyataan yang bersifat normative yang member dorongan kepada manusia untuk berbuat. Salah satu keunggulan dari ajaran idealism adalah pengakuannya tentang dualism manusia bahwa manusia terdiri dari jasmani dan rohani. Berdasarkan aspek cipta, rasa, dan karsa yang terdapat dalam batin manusia (Wahyudi, 2014).

2. Etika dan kebebasan

Etika dapat dipahami sebagai sikap untuk memahami opsi-opsi yang harus diambil diantara sekian banyak pilihan tindakan yang ada. Etika tidaklah ditafsir sebagai suatu yang merampas kebebasan manusia dalam berbuat.

Memang manusia disebut sebagai mahluk yang punya kebebasan. Artinya, manusia itu bebas bila ia dapat menentukan sendiri tujuan-tujuan dan apa yang dilakukannya, dapat memilih probabilitas-probabilitas yang ada dan tidak dipaksa oleh seorang, Negara, atau kekuasaan apapun.

Pembatasan ruang gerak yaitu dengan peraturan dan norma hendaknya dipahami sebagai sesuatu yang memelihara kebebasan yang telah dianugerahkan kepada manusia itu sebenarnya. Karena semua menyadari bahwa keterbatasan jenis kelamin, kesukaan, keterbatasan asal keturunan, keterbatasan indra manusia, dan lain-lain merupakan keterbatasan yang merupakan kodrat yang fitri.

Perdagangan atau jual beli atau dalam terminology istilah modern disebut dengan bisnis adalah salah satu kebutuhan hidup manusia. Praktik ini selalu menyertai manusia sepanjang sejahrahnya. Bisnis hadir melengkapi kebutuhan manusia lainnya. Lebih dari itu praktik bisnis pada zaman sekarang menjadi salah satu kebutuhan utama. Kebutuhan tersebut untuk saling tukar menukar barang yang di perlukan. Karena tidak ada satu manusia pun yang memiliki semua barang yang di butuhkannya. Satu manusia membutuhkan suatu barang, dan ya ng lainnya memiliki barang yang di cari, atau sebaliknya. Sehingga di antara manusia perlu adanya intraksi untuk saling memenuhi kebutuhan akan suatu barang, dengan berinteraksinya manusia selain saling memenuhi

kebutuhan juga tentu akan terbagung komunikasi yang jauh lebih akrab antar satu individu dengan individu lainnya. Intaksi inilah yang kemudian dikenal dengan nama perdagangan. Sebelum ditemukannya alat tukar seperti mata uang, perdagangan dilakukan dengan cara saling menukar barang (Asnawi, 2017).

1. Bentuk-bentuk kebebasan dalam etika

- a. Kebebasan jasmani, yaitu kebebasan manusia untuk menggerakkan anggota tubuhnya. Kebebasan ini tergantung pada kemampuan tubuh itu sendiri.
- b. Kebebasan kehendak, yaitu kebebasan untuk menginginkan sesuatu yang diukur dengan jangkauan berpikir seseorang
- c. Kebebasan moral yaitu tidak adanya ancaman, tekanan, atau desakan (Wahyudi, 2014).

2. Konsep Etika Bisnis Islam

Bisnis merupakan bagian inheren yang amat penting bagi suatu masyarakat. Secara sadar dan dengan berbagai cara, manusia terlibat dalam aktivitas ekonomi yang dibutuhkan untuk memberikan kenikmatan dan kepuasan hidupnya. Oleh karena itu, bisnis bukanlah sesuatu yang terpisah dengan masyarakat, namun

dengan segala kegiatannya merupakan bagian yang integral dari masyarakat.

Oleh karena itu, tujuan etika bisnis islam bukanlah untuk mengubah keyakinan moral seseorang melainkan untuk meningkatkan keyakinan itu, sehingga orang percaya pada diri sendiri dan akan memberlakukannya dalam dunia bisnis. Pada dasarnya etika bisnis islam tidak lepas dari pengaruh ajaran islam, pemikiran tokoh-tokoh dan aturan-aturan moral. Etika bisnis islam hadir sebagai wujud antisipasi terhadap banyaknya penyimpangan dan kecurangan dalam dunia bisnis, misalnya penipuan pengelapan dan pemerasan.

Konsep etika bisnis dalam islam mempunyai titik tekan yang berbeda dengan etika bisnis konvensional. Perbedaan itu muncul karena dasar pijakan dan dasar pikir masing-masing berbeda. Etika bisnis islam didasarkan pada al-Qur'an dan Hadis, pemikiran para ulama dan *ijma'* ataupun *qiyas*, dan pengalaman bisnis dikalangan umat islam.

Konsep etika bisnis islam dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Konsep Kejujuran.

Kejujuran dalam arti sempit adalah sesuainya ucapan lisan dengan kenyataan dan dalam pengertian yang lebih umum adalah seusainya lahir dan batin. Maka orang yang jujur bersama Allah dan bersama manusia adalah yang sesuai dengan lahir dan batinnya. bagian dari kegiatan ekonomi didalam bisnis pun dikenal istilah etika bisnis. Etika bisnis disebut juga dengan moral bisnis yang memberikan sandaran dan motivasi bisnis dari aspek penilaian baik dan buruk atau ide-ide tentang kebijakan, penghormatan, keadilan dan lain-lain Kita berkecenderungan untuk lebih mengutamakan keuntungan finansial dan mengabaikan etika dalam praktek bisnis kita. Bila ini terus dilakukan, maka akan terjadi ketidakharmonisan dalam kehidupan kita. Para pelaku bisnis akan menjadi subyek-subyek yang saling merugikan dan menghancurkan satu dengan yang lainnya (Ilmu anak kampus, 2018).

Agar kegiatan bisnis yang kita lakukan dapat berjalan harmonis dan menghasilkan kebaikan dalam kehidupan, maka kita harus menjadikan

bisnis yang kita lakukan terwarnai dengan nilai-nilai etika. Salah satu sumber rujukan etika dalam bisnis adalah etika yang bersumber dari tokoh teladan agung manusia di dunia, yaitu Rasulullah SAW. Beliau telah memiliki banyak panduan etika untuk praktek bisnis kita, yaitu:

Pertama, kejujuran. Kejujuran merupakan syarat fundamental dalam kegiatan bisnis. Rasulullah sangat intens menganjurkan kejujuran dalam aktivitas bisnis. Dalam tataran ini, beliau bersabda: “Tidak dibenarkan seorang muslim menjual satu jualan yang mempunyai aib, kecuali Ia menjelaskan aibnya,” (H.R. Al-Quzwani). “Siapa yang menipu kami, maka dia bukan kelompok kami,” (H.R. Muslim). Rasulullah sendiri selalu bersikap jujur dalam berbisnis. Beliau melarang para pedagang meletakkan barang busuk di sebelah bawah dan barang baru di bagian atas.

Kedua, menolong atau memberi manfaat kepada orang lain, kesadaran tentang signifikansi sosial kegiatan bisnis. Pelaku bisnis menurut Islam, tidak hanya sekedar mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya, sebagaimana yang diajarkan

bapak ekonomi kapitalis, Adam Smith, tetapi juga berorientasi kepada sikap ta'awun (menolong orang lain) sebagai implikasi sosial kegiatan bisnis. Tegasnya, berbisnis, bukan mencari untung material semata, tetap didasari kesadaran memberi kemudahan bagi orang lain dengan menjual barang (Ilmu anak kampus, 2018).

Ketiga, tidak boleh menipu, takaran, ukuran dan timbangan yang benar. Dalam perdagangan, timbangan yang benar dan tepat harus benar-benar diutamakan. Firman Allah: “Celakalah bagi orang yang curang, yaitu orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi. (QS. Al-Muthaffifi: 112).

Keempat, tidak boleh menjelekkan bisnis orang lain, agar orang membeli kepadanya. Nabi Muhammad SAW bersabda yg artinya “Janganlah seseorang di antara kalian menjual dengan maksud untuk menjelekkan apa yang dijual oleh orang lain,” (H.R. Muttafaq ‘alaih).

Kelima, tidak menimbun barang. Ihtikar ialah menimbun barang (menumpuk dan menyimpan barang dalam masa tertentu, dengan tujuan agar harganya suatu saat menjadi naik dan keuntungan besar pun diperoleh). Rasulullah melarang keras perilaku bisnis semacam itu.

Keenam, tidak melakukan monopoli. Salah satu keburukan sistem ekonomi kapitalis ialah melegitimasi monopoli dan oligopoli. Contoh yang sederhana adalah eksploitasi (penguasaan) individu tertentu atas hak milik sosial, seperti air, udara dan tanah dan kandungan isinya seperti barang tambang dan mineral. Individu tersebut mengeruk keuntungan secara pribadi, tanpa memberi kesempatan kepada orang lain. ini dilarang dalam Islam.

Ketujuh, komoditi barang yang dijual adalah barang yang suci dan halal, bukan barang yang haram, seperti babi, anjing, minuman keras, ekstasi, dsb. Nabi Muhammad SAW bersabda, “Sesungguhnya Allah mengharamkan bisnis miras, bangkai, babi dan patung-patung,” (H.R. Jabir) (Ilmu anak kampus, 2018).

Kedelapan, bisnis yang dilaksanakan bersih dari unsur riba. Firman Allah, “Hai orang-orang yang beriman, tinggalkanlah sisa-sisa riba jika kamu beriman,” (QS. al-Baqarah:: 278). Pelaku dan pemakan riba dinilai Allah sebagai orang yang kesetanan (QS. 2: 275). Oleh karena itu Allah dan Rasulnya mengumumkan perang terhadap riba (Ilmu anak kampus, 2018).

Kesembilan, bisnis dilakukan dengan suka rela, tanpa paksaan. Firman Allah, “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan cara yang batil, kecuali dengan jalan bisnis yang berlaku dengan suka-sama suka di antara kamu,” (QS. 4: 29).

Kesepuluh, membayar upah sebelum kering keringat karyawan. Nabi Muhammad Saw bersabda, “Berikanlah upah kepada karyawan, sebelum kering keringatnya.” Hadis ini mengindikasikan bahwa pembayaran upah tidak boleh ditunda-tunda. Pembayaran upah harus sesuai dengan kerja yang dilakukan (Ilmu anak kampus, 2018).

Jadi kejujuran dalam etika bisnis Islam ini sangat penting sekali. Sebagaimana diterangkan

juga dalam hadits bahwa berbagai kebaikan dan pahala akan diberikan kepada orang yang jujur baik didunia maupun di akhirat. Ia akan dimasukkan ke dalam surge yang mendapat gelar yang sangat terhormat yaitu sidiq.

Bahkan dalam al-Qur'an dinyatakan bahwa orang yang selain jujur dan menyampaikan kebenaran dinyatakan sebagai orang yang bertakwa dengan firman Allah.

“Dan orang yang membawa kebenaran (Muhammad) dan membenarkannya mereka itulah orang-orang yang bertakwa”

Sesuatu yang dipercayakan kepada seseorang, baik harta, ilmu pengetahuan, dan hal-hal yang bersifat rahasia yang wajib diperlihara atau disampaikan kepada yang berhak menerima, harus disampaikan apa adanya tidak dikurangi atau ditambah-tambahi . Orang yang jujur adalah orang yang mengatakan sebenarnya, walaupun terasa pahit untuk disampaikan (Ilmu anak kampus, 2018).

Sifat jujur atau dapat dipercaya merupakan sifat terpuji yang disenangi Allah, walaupun disadari sulit menemukan orang yang dapat

dipercaya. Kejujuran adalah barang mahal. Lawan dari kejujuran adalah penipuan. Dalam dunia bisnis pada umumnya kadang sulit untuk mendapatkan kejujuran. Laporan yang dibuat oleh akuntan saja sering dibuat rangkap dua untuk mengelak dari pajak.

Rasulullah Saw pada suatu hari melewati pasar, dimana dijual seonggok makanan. Beliau masukkan tangannya keonggokan itu, dan jari-jarinya menemukannya basah. Beliau bertanya: “Apakah ini hai penjual”? Dia berkata “Itu meletakkannya di atas agar orang melihatnya? Siapa yang menipu kami, maka bukan dia kelompok kami”.

Kejujuran merupakan ajaran Islam yang mulia. Hal ini berlaku dalam segala bentuk muamalah, lebih-lebih dalam jual beli karena di dalamnya sering terjadi sengketa. Jual beli online adalah di antara jual beli yang ditekankan adanya sifat kejujuran. Kejujuran inilah yang nantinya mendatangkan keberkahan (Ilmu anak kampus, 2018).

Dalam beberapa ayat, Allah Ta'ala telah memerintahkan untuk berlaku jujur. Di antaranya pada firman Allah Ta'ala,

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ

“Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar” (QS. At Taubah: 119).”

Dalam ayat lainnya, Allah Ta'ala berfirman,

فَلَوْ صَدَقُوا اللَّهَ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ

“Tetapi jikalau mereka berlaku jujur pada Allah, niscaya yang demikian itu lebih baik bagi mereka” (QS. Muhammad: 21)”

Dalam hadits sahabat 'Abdullah bin Mas'ud radhiyallahu 'anhu dijelaskan keutamaan sikap jujur dan bahaya sikap dusta. Ibnu Mas'ud menuturkan bahwa Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda,

عَلَيْكُمْ بِالصِّدْقِ فَإِنَّ الصِّدْقَ يَهْدِي إِلَى الْبِرِّ وَإِنَّ الْبِرَّ يَهْدِي إِلَى الْجَنَّةِ وَمَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَصْدُقُ وَيَتَحَرَّى الصِّدْقَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ صِدِّيقًا وَإِيَّاكُمْ وَالْكَذِبَ فَإِنَّ الْكَذِبَ يَهْدِي إِلَى الْفُجُورِ وَإِنَّ الْفُجُورَ يَهْدِي إِلَى النَّارِ وَمَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَكْذِبُ وَيَتَحَرَّى الْكَذِبَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ كَذَّابًا

“Hendaklah kalian senantiasa berlaku jujur, karena sesungguhnya kejujuran akan mengantarkan pada kebaikan dan sesungguhnya kebaikan akan mengantarkan pada surga. Jika seseorang

senantiasa berlaku jujur dan berusaha untuk jujur, maka dia akan dicatat di sisi Allah sebagai orang yang jujur. Hati-hatilah kalian dari berbuat dusta, karena sesungguhnya dusta akan mengantarkan kepada kejahatan dan kejahatan akan mengantarkan pada neraka. Jika seseorang sukanya berdusta dan berupaya untuk berdusta, maka ia akan dicatat di sisi Allah sebagai pendusta” (HR. Muslim).

Begitu pula dalam hadits dari Al Hasan bin ‘Ali, Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda,

دَعْ مَا يَرِيكَ إِلَى مَا لَا يَرِيكَ فَإِنَّ الصِّدْقَ طُمَأْنِينَةٌ وَإِنَّ الْكَذِبَ رَيْبَةٌ

“Tinggalkanlah yang meragukanmu pada apa yang tidak meragukanmu. Sesungguhnya kejujuran lebih menenangkan jiwa, sedangkan dusta (menipu) akan menggelisahkan jiwa” (HR. Tirmidzi dan Ahmad, hasan shahih).

Jujur merupakan suatu kebaikan, sedangkan dusta (menipu) merupakan suatu keburukan. Yang namanya kebaikan pasti selalu mendatangkan ketenangan, sebaliknya keburukan selalu membawa kegelisahan dalam jiwa (Idri, 2016).

b. Konsep Keadilan

Keadilan adalah perlakuan yang seimbang antara hak dan kewajiban. Keadilan juga dapat diartikan sebagai sebuah tindakan yang tidak berat

sebelah atau tidak memberi keberpihakan ke salah satu pihak, memberikan sesuatu kepada orang sesuai dengan hak yang harus diperolehnya.

Keadilan pada dasarnya terletak pada keseimbangan atau keharmonisan antara penuntutan hak dengan yang menjalankan kewajiban. Sikap dan tindakan manusia yang hanya menuntut haknya tanpa melaksanakan kewajibannya akan mengarah pada pemerasan atau perbudakan terhadap orang lain.

Al-Quran memberikan pengertian yang berbeda-beda bagi kata atau istilah yang bersangkutan dengan keadilan. Bahkan digunakan untuk memberikan wawasan keadilan yang berasal dari akar kata *'adl*. Kata sinonim seperti *qisth*, *hukm* dan sebagainya digunakan oleh al-Quran untuk manfsirkan keadilan. Sedangkan kata *'adl* dari sisi keadilan itu (*ta'dilu*, dalam arti mempersekutukan Tuhan dan *'adl* dalam arti tebusan).

“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. dia memberi

pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.” (QS. An-Nahl : 90)

Jika dikategorikan, ada beberapa pengertian yang berkaitan dengan keadilan di dalam al-Quran dari akar kata ‘*adl*’ tersebut, yaitu sikap yang tidak memihak, cara yang tepat dalam mengambil keputusan, penjagaan hak-hak seseorang dan sesuatu yang benar.

Kesimpulan di atas diperkuat dengan pengertian dan dorongan al-Quran agar manusia dapat memenuhi janji, tugas, dan amanat yang diterimanya, melindungi golongan yang menderita, lemah dan kekurangan, merasakan ‘semangat kesatuan’ secara konkrit dengan sesama warga masyarakat, jujur dalam segala hal, dan seterusnya. Hal yang paling penting dari wawasan keadilan yang dibawakan oleh al-Quran itu adalah sifatnya yang sebagai perintah dari agama, bukan sekadar sebagai acuan etika atau dorongan moral belaka. (Danis, 2018).

Berikut beberapa poin-poin Penting dalam konsep keadilan:

a. Keadilan dalam Bisnis Menurut Islam

Secara umum Islam menawarkan nilai-nilai dasar atau prinsip-prinsip umum yang prose penerapannya disesuaikan dengan perkembangan zaman.

Al-Qur'an sudah memerintahkan umat islam untuk menimbang dan mengukur dengan cara yang benar dan melarang melakukan kecurangan dalam bentuk pengurangan takaran ataupun timbangan.

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كَلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

“Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya”. (Q.S. al-Isra’: 35)

Dalam ayat lain yakni Q.S. al-Muthaffifin: 1-3

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ

“Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang), yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi” (Departemen Agama RI, 2018a).

Dari ayat di atas dapat disimpulkan bahwa berbuat curang dalam berbisnis sangat

dibenci oleh Allah. Kata ini menggambarkan kesedihan, kecelakaan dan kenistaan. Berbisnis dengan cara yang curang menunjukkan suatu tindakan yang nista, dan hal ini menghilangkan nilai kemartabatan manusia yang luhur dan mulia.

b. Prinsip-prinsip Keadilan dalam Perspektif Bisnis Islam

Dalam perspektif bisnis islam terdapat prinsip sebagai berikut:

1) Berbasis Tauhid

Tauhid merupakan pondasi utama ekonomi dalam Islam yang mempunyai hubungan erat dengan konsep keadilan sosial ekonomi. Ekonomi Tauhid memberikan pelajaran bahwa Allah sebagai pemilik mutlak dan manusia hanyalah sebagai pelaksana amanah, mempunyai konsekuensi, bahwa di dalam harta yang dimiliki setiap individu terdapat hak-hak orang lain yang harus dikeluarkan sesuai dengan perintah Allah, baik zakat, infaq ataupun sedekah dengan cara-cara lain

guna melaksanakan pendistribusian pendapatan yang sesuai dengan konsep persaudaraan umat manusia.

2) Distribusi Kesejahteraan yang Merata

Dalam mewujudkan cita-cita keadilan sosial ekonomi, Islam secara tegas mengecam konsentrasi asset kekayaan pada kelompok tertentu dan menawarkan konsep zakat, infaq, sedekah, waqaf dan institusi lainnya, seperti pajak, jizyah, dharibah, dan sebagainya.

Quran dengan tegas mengatakan, *“Supaya harta itu tidak beredar di kalangan orang kaya saja di antara kamu”* (Departemen Agama RI, 2018a).

Arti potongan ayat diatas terdapat dalam alQur'an surah Al-Hasyr, surah ke 59: 7 yang terdiri atas 24 ayat, yang sangat jelas menyajikan betapa setiap manusia harus menyadari bahwa setiap individu harus berperilaku adil dalam hidup, sehingga dianjurkan untuk tidak bergaul hanya pada kalangan sederajatnya saja.

sebab hal tersebut akan menyebabkan ketidak seimbangan interaksi dalam hidup manusia, yang miskin akan semakin terbelakang dan yang kaya akan terbiasa bergaul dengan sesamanya saja.

Begitu juga terdapat pada surah lain yang artinya sebagai berikut:

“dan orang-orang yang dalam hartanya disiapkan bagian tertentu” (QS. 70:24) (Departemen Agama RI, 2018a).

Berdasarkan prinsip ini, konsep pertumbuhan ekonomi dalam Islam sangat berbeda dengan konsep pertumbuhan ekonomi kapitalisme yang menggunakan indikator PDB (Produk Domestik Bruto) dan perkapita. Tujuan kegiatan ekonomi, bukan hanya meningkatkan pertumbuhan sebagaimana dalam konsep ekonomi kapitalisme. Tujuan ekonomi Islam sangat memprioritaskan pengentasan kemiskinan dan pengurangan angka pengangguran.

Karena itu, Islam menekankan keseimbangan antara pertumbuhan dan

pemerataan. Pertumbuhan bukan menjadi tujuan utama, tanpa dibarengi dengan pemerataan. Dalam konsep Islam, pertumbuhan dan pemerataan merupakan dua sisi dari sebuah entitas yang tak terpisahkan, karena itu keduanya tak boleh dipisahkan.

Berdasarkan prinsip ini, maka paradigma *trickle down effect*, yang dikembangkan kapitalisme dan diterapkan di Indonesia sendiri, selama rezim orde baru sangat bertentangan dengan konsep keadilan. Selanjutnya, sistem ekonomi kapitalis dicirikan oleh menonjolnya peran perusahaan swasta (*private ownership*) dengan motivasi mencari keuntungan maksimum, harga pasar akan mengatur alokasi sumberdaya, dan efisiensi.

Sistem ekonomi kapitalis yang menggoyahkan fondasi moral manusia, karena sistem ini kapitalis menghasilkan manusia yang tamak, boros serta angkuh. Sistem kapitalis juga melahirkan sejumlah bankir-bankir hebat, beberapa industriawan yang kaya raya, sejumlah pengusaha yang sukses. Perlu ditegaskan, bahwa

melekatnya hak orang lain pada harta seseorang bukan untuk mematahkan semangat karya pada setiap individu ataupun menimbulkan rasa malas bagi sebagian individu. Juga tidak di maksudkan untuk menciptakan penyerataan pemilikan kekayaan secara kaku.

Sikap yang koperatif ini tidak terlepas dari prinsip dalam Islam yang menilai bahwa perbedaan pendapatan sebagai sebuah *sunnatullah*. Firman Allah SWT dalam surat an-Nahl :71 yang berbunyi:

وَاللَّهُ فَضَّلَ بَعْضَكُمْ عَلَى بَعْضٍ فِي الرِّزْقِ فَمَا الَّذِينَ فُضِّلُوا
بِرِزْقِهِمْ عَلَى مَا مَلَكَتْ أَيْمَانُهُمْ فَهُمْ فِيهِ سَوَاءٌ أَفَبِنِعْمَةِ اللَّهِ
يَجْحَدُونَ

Artinya: “Dan Allah melebihkan sebagian kamu atas sebagian lain dalam hal rezky”. (QS. An-Nahl:71) (Departemen Agama RI, 2018a).

Namun, orang diberi kelebihan rezeki, harus mengeluarkan sebagian hartanya untuk kelompok masyarakat yang masuk kategori tidak mampu (*dhu'afa*). Sehingga seluruh masyarakat dapat terlepas dari kemiskinan.

Konsep keadilan sosial ekonomi yang diajarkan Islam menginginkan adanya

pemerataan pendapatan secara proporsional. Dapat dikatakan bahwa ekonomi Islam adalah ekonomi yang berlandaskan pada kebersamaan. Karena ada juga yang beranggapan yang menyatakan bahwa prinsip keadilan sosial ekonomi Islam mempunyai kemiripan dengan sistem sosialisme.

Dengan beberapa pendapat dan pandangan yang mengatakan bahwa kemiripan sistem keadilan sosial Islam dengan sosialisme tidak sepenuhnya benar, malah lebih banyak yang dianggap keliru. Prinsip ekonomi sosialisme, yang menolak kepemilikan individu dan menginginkan pemerataan pendapatan, jelas berbeda dengan prinsip ekonomi Islam.

c. Prinsip Jaminan Sosial

Dalam sistem ekonomi Islam, keadilan sosial tidak akan mungkin mencapai prinsip ini. Prinsip Jaminan sosial atau *at Takaful ijtima'i* dalam hal ini adalah keadaan dimana setiap orang saling menjamin dan menanggung beban kemaslahatan bersama. Prinsip ini banyak

disebutkan dalam al Qur'an maupun Hadits Nabi Shallallahu 'Alaihi Wasallam, diantaranya:

“Tidakkah Kamu melihat orang yang mendustakan agama? Mereka adalah orang-orang yang membiarkan anak yatim dan mereka juga tidak member makan orang-orang miskin” (QS. Al-Ma'un/107:1-3).

Rasulullah juga bersabda, yang artinya *“perumpamaan orang-orang beriman itu dalam kasih sayang, sebagaimana batang tubuh, jika salah satu anggota tubuh itu sakit, maka anggota tubuh yang lain juga merasakan demam”* (HR. Bukhori dan Muslim).

Namun begitu, Menurut Chapra yang mengutip pendapat Imam Ghazali, sekalipun ilmu ekonomi Islam yang berkonsentrasi pada aspek alokasi dan distribusi sumber-sumber daya, seperti halnya pada ilmu ekonomi konvensional, namun tujuan utamanya ialah tetap merealisasikan *maqashid*. Tentang kaitan antara hukum-hukum syariah dengan kemaslahatan manusia banyak dibahas oleh para ulama diantaranya Imam Al-Izz bin Abdul Salam, dalam kitab beliau *Qawaid al-Ahkam fi Masalih al-Anam* (Danis, 2018).

3. Pengertian Bisnis

Dalam perspektif ilmu ekonomi dikenal adanya factor produksi. Perekonomian dapat bergerak manakala keempat factor produksi; tanah, modal, sumber daya manusia dan *entrepreneurship*, berfungsi optimal. Meski semua factor produksi itu penting dan saling terkait, *entrepreneurship* yang paling berperan mengorganisir ketiga factor produksi lainnya dalam paying perusahaan/ entitas bisnis.

Bisnis adalah *that provides products or services desired by customers* (Madura,2007:3). Sementara itu zimmerer (2005) menyatakan *businesses are organizations that produce or sell goods or services to make a profit*. Ini berarti kegiatan perusahaan hanya ditujukan pada pencarian keuntungan semata.

Bisnis diartikan sebagai usaha untuk memperoleh keuntungan sesuai tujuan dan target dalam berbagai bidang, baik dilihat dari segi kuantitas, kualitas, maupun waktunya. Perusahaan yang didirikan untuk tujuan profit biasanya memikirkan bagaimana pengembalian modal yang ditanam dalam waktu yang relative singkat. Ini berarti, suatu usaha harus memerhatikan tingkat pengembalian investasi dalam jangka waktu tertentu.

Apabila tidak dapat memperkirakan tingkat pengembalian maka perusahaan tidak dapat dijalankan oleh para pelaku bisnis.

Dengan demikian, bisnis baru perlu dilakukan kajian terlebih dahulu. Hal ini menyangkut apakah bisnis yang dirintis akan memberikan keuntungan atau kerugian. Untuk itu perlu analisis. Beberapa analisis yang dapat digunakan yaitu; *study kelayakan bisnis (feasibility study of businesses)*, *boston consulting group (BCG) Matrix*, *business canvas model (BCM)*, *Balance score card (BSC)* Dan *analisis Swot (strateght, weakness, opportunity, threat* (Purwana, 2017).

B. Tinjauan Tentang Pasar Tradisional

1. Pengertian Pasar

Secara sederhana kita dapat mengetahui bahwa ada pasar modern dan ada pasar Tradisional, Namun pada pembahasan kami, lebih menghusus kepada pasar tradisional

- a. Pasar secara Sempit dapat diberi arti sebagai tempat kumpul antara penjual dan pembeli untuk saling bertransaksi, baik barang ataupun jasa. Akan tetapi adapula pasar yang tidak

mempertemukan penjual dan pembeli, contoh kecilnya pasar saham.

- b. Pasar Secara Luas Yakni suatu proses dimana penjual dan pembeli saling berinteraksi untuk menetapkan harga.
- c. Pasar Secara Umum adalah suatu tempat bertemunya permintaan dan penawaran, sehingga dapat menetapkan harga (Tri, 2018).

2. Pengertian Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah pasar yang pelaksanaannya bersifat tradisional, bertemunya penjual dan pembeli terjadinya kesepakatan harga dan terjadinya transaksi setelah melalui proses tawar-menawar harga. Penerangan di pasar tradisional secukupnya, dan tidak ber-AC. Kebersihan juga kadang kurang terjaga, seperti sampah banyak berserakan dan bertumpukan sehingga sering menimbulkan bau.

Pasar juga dapat diartikan sebagai tempat dimana pembeli dan penjual saling berhadapan untuk mempertukarkan barang dagangan mereka, misalnya alun-alun desa. Para ahli ekonomi menggunakan istilah pasar untuk menggambarkan pembeli dan

penjual yang melakukan transaksi atas suatu produk atau kelas produk tertentu, misalnya pasar perumahan, pasar besar, dan lain-lain. Sedangkan dalam manajemen pemasaran terdiri atas semua pelanggan potensial yang berkebutuhan atau berkeinginan yang mungkin bersedia dan bisa melibatkan diri dalam suatu pertukaran guna memberi rasa puas akan kebutuhan atau keinginan tersebut. Secara menyeluruh Pasar Tradisional dapat diartikan sebagai pasar yang pelaksanaannya bersifat tradisional tempat bertemunya penjual dan pembeli, terjadinya kesepakatan harga dan terjadinya transaksi setelah melalui tawar menawar harga (Akhmad, 2013).

3. Ciri-Ciri pasar Tradisional

- a. Proses jual beli barang melalui proses tawar menawar harga
- b. Barang yang dijual umumnya barang, dapur dan rumah tangga
- c. Harga barang yang diperjualbelikan relative murah
- d. Area pasar tradisional di tempat yang terbuka.

4. Syarat-Syarat Pasar Tradisional

- a. Adanya penjual dan pembeli.
- b. Adanya barang yang di perjual-belikan.
- c. Terjadinya kesepakatan harga dan transaksi.

5. Kelebihan dan kekurangan pasar tradisional

- a. Kelebihan pasar tradisional
 - 1) Persaingan dalam pasar yang alamiah.
 - 2) Lokasi yang strategis
 - 3) Harga relative lebih murah
 - 4) Adanya proses tawar menawar antara pembeli dan penjual
 - 5) Salah satu pendongkrak perekonomian kalangan menengah kebawah
- b. Kelemahan Pasar Tradisional
 - 1) Lokasi yang kotor dan kurang bersih
 - 2) Kurang terpercaya barang yang dijual
 - 3) Area yang terbuka

6. Perbedaan Pasar tradisional dan pasar modern

Perbedaan antara pasar modern dan pasar tradisional terlihat dari cara transaksinya yaitu pada pasar tradisional masih bisa dilakukan tawar menawar, sedangkan pada pasar modern tidak. Sementara fasilitas tidak dapat dijadikan untuk

menentukan modern atau tradisional nya sebuah pasar. Pedagang yang menjual dipasar tradisional kebanyakan wanita, cara mereka menjual sangat sederhana tanpa menggunakan strategi marketing modern. Seperti pemberian discount, hadiah, apalagi pembayaran lewat via transfer. Pedagang tradisional selalu mengutamakan untungnya sedikit apabila ada penjual yang menwar dagangannya dengan harga yang murah. Tidak segan-segan mereka bersumpah agar bengkok jarinya bila ia berbohong kepada pembeli. Idiom-idiom seperti ini tidak mungkin dijumpai di supermarket atau mall. Dalam pasar modern menarik keuntungan adalah wajar, besar maupun kecil, tanpa perlu membengkokkan jari tangan, tapi ini benar-benar ada di kehidupan pasar tradisional (Akhmad, 2013).

- a. Pasar tradisional tidak pernah menawarkan diskon sedangkan pasar modern menganut system (Diskon).
- b. Pasar tradisional lingkupnya kecil sedangkan pasar modern Jauh lebih besar.
- c. Jenis-jenis barang yang dijual pada pasar tradisional terfokus pada kebutuhan sandan dan

pangan sehari-hari dan kebutuhan primer, sedangkan pasar modern jenis barang yang dijual adalah beragam dari barang-barang premis, substitusi bahkan eksklusif.

- d. Pembeli yang datang di pasar tradisional hanya dari lingkungan pasar itu sendiri. Sedangkan pasar tradisional pembelinya dari dalam dan luar daerah.
- e. Penjual yang beraktifitas dipasar tradisional hanya berharap keuntungan nasib. Sedangkan pasar tradisional memiliki pengetahuan bisnis dan penjualan.
- f. Modal yang digunakan pasar tradisional lebih rendah, sedangkan pasar modern relative lebih tinggi/ Besar.
- g. Pembeli yang datang dipasar tradisional pada umumnya masyarakat dengan tingkat ekonomi menengah kebawah dan masyarakat yang berkecukupan rendah. Sedangkan pada pasar modern adalah masyarakat ekonomi menengah keatas dan masyarakat ekonomi tinggi.
- h. Pasar tradisional tempanya tawar menawar sedangkan pasar modern tidak (Lia, 2018).

7. Fenomena Kecurangan Dipasar

Beberapa kecurangan dalam transaksi perdagangan terjadi dalam pasar. Kecurangan-kecurangan dalam transaksi perdagangan itu dapat dilihat dari beberapa fenomena berikut:

- a. Kecurangan dibidang beratnya timbangan,
- b. Kecurangan dibidang pengukuran,
- c. Kecurangan dibidang takaran
- d. Ada diantara pedagang yang memiliki timbangan dua atau lebih.

Kecurangan seperti itu semakin terlihat saat menjelang hari raya dan biasanya peroses jual-beli kebutuhan bahan pangan dan perhiasan pasti meningkat tajam. Kecurangan-kecurangan dalam transaksi perdagangan dan ketidak teraturan kondisi pasar semestinya tidak dilakukan karena dilarang dalam islam, fenomena tersebut menggambarkan telah terjadi pelanggaran terhadap nilai-nilai dan agama islam yang sudah sangat tegas melarang dan mencela segala bentuk kecurangan dalam transaksi jual beli. Selain pelanggaran terhadap nilai-nilai agama juga terjadi pelanggaran terhadap hukum perundang-undangan Negara republic Indonesia.

Menurut UU No.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen pasal 8 ayat 1A dan B “Pelaku usaha dilarang memproduksi dan memperdagangkan barang dagangannya yang tidak sesuai dengan berat bersih , netto, isi bersih, tidak sesuai dengan ukuran, takaran, dan timbangan menurut ukuran yang sebenarnya” (Akhmad, 2013).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor dalam Imam Gunawan penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan berperilaku yang dapat diamati yang diarahkan pada latar dan individu secara utuh (Gunawan, 2016).

Digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alami atau natural yang sesuai dengan latar dan data yang diperoleh tidak merupakan hasil rekayasa atau manipulasi karena tidak ada unsur atau variable lain yang mengontrol. Penelitian kualitatif berusaha mengungkapkan gejala secara menyeluruh dan menggali penerapan etika bisnis islam di pasar yang bersangkutan (pasar baringeng).

2. Pendekatan penelitian

Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan *naturalistic*. Artinya terjadi secara alami (*natural setting*), apa adanya, dan

tidak dimanipulasi keadaan dan kodisinya (Prastowo, 2016).

Penelitian kualitatif tidak dimulai dari teori yang disiapkan sebelumnya, tetapi dimulai dari lapangan berdasarkan lingkungan alami serta membiarkan semua makna muncul dari partisipan-partisipan itu sendiri.

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Dalam melakukan penelitian terdapat subjek yang merupakan sesuatu yang sangat diperlukan sebagai sumber data yang diamati oleh peneliti. Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah para penjual dan beberapa pembeli juga penanggungjawab pasar tradisional ini (pasar baringeng).

2. Objek Penelitian

Objek merupakan hal yang akan diteliti dan dikaji oleh peneliti dalam melakukan penelitian. Objek yang akan diteliti adalah penerapan Etika bisnis islam khususnya pada konsep kejujuran dan keadilan.

C. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara untuk memperoleh data-data yang diperlukan untuk penelitian. Peneliti menggunakan metode-metode sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara merupakan suatu kegiatan tanya jawab dengan tatap muka antara pewawancara dan yang diwawancarai tentang masalah yang diteliti, dimana pewawancara bermaksud memperoleh persepsi, sikap dan pola pikir yang diwawancarai yang relevan dengan masalah yang diteliti (Gunawan, 2016). dengan membawa daftar pertanyaan hal-hal yang akan ditanyakan. Penulis mewawancarai penjual, pembeli dan juga penanggung jawab pasar terkait etika bisnis islam. Wawancara dilakukan di di pasar yang bersangkutan dengan waktu yang telah ditentukan.

2. Observasi

Metode observasi disebut juga observasi. Pengertian observasi dalam tradisi penelitian adalah “suatu teknik yang dilakukan dengan pengamatan yang cermat dan pencatatan yang sistematis” (Arikunto, 1986).

Sutrisno Hadi menjelaskan, observasi merupakan proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Hal yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Teknik mengumpulkan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar (Sugiono, 2017).

3. Dokumentasi

Hasil penelitian akan lebih dipercaya jika didukung oleh dokumen. dokumen merupakan sumber data yang digunakan untuk melengkapi penelitian, berupa catatan-catatan tentang pengelolaan pasar seperti daftar jumlah penjual tetap yang wajib pajak harian, foto kegiatan penelitian, dan catatan yang diperoleh dari salinan pedoman transkrip wawancara peneliti dan narasumber serta dokumen lainnya.

D. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian berkenaan dengan validitas dan reliabilitas dan kualitas pengumpulan data berkenaan dengan ketepatan cara-cara yang digunakan

untuk mengumpulkan data. Instrument pada penelitian ini adalah pedoman wawancara berupa daftar pertanyaan terkait Etika bisnis Islam, untuk para penjual, beberapa pembeli, dan lain-lain yang berhubungan dengan Etika Bisnis Islam.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan sebuah proses dalam mencari serta menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan juga dokumentasi.

Miles dan Huberman (1984), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh. Ukuran kejenuhan data ditandai dengan tidak diperolehnya lagi data atau informasi baru. Aktivitas dalam analisis meliputi: **Reduksi data** (*data reduction*), **penyajian data** (*data display*) serta **Penarikan kesimpulan dan verifikasi** (*conclusion drawing /verificati*

Analisis data kualitatif model Miles dan Huberman terdapat 3 (tiga) tahap:

1. Tahap Reduksi Data

Tahap Reduksi data atau pengumpulan data merupakan langkah awal dalam analisis data dengan model miles and hubermen.

2. Tahap Penyajian Data/ Analisis Data Setelah Pengumpulan Data

Pada tahap ini peneliti banyak terlibat dalam kegiatan penyajian atau penampilan (*display*) dari data yang dikumpulkan dan dianalisis sebelumnya, mengingat bahwa peneliti kualitatif banyak menyusun teks naratif. Display adalah format yang menyajikan informasi secara tematik kepada pembaca. Miles dan Huberman (1984) memperkenalkan dua macam format, yaitu : diagram konteks (*context chart*) dan matriks.

3. Tahap Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Langkah selanjutnya adalah tahap penarikan kesimpulan berdasarkan temuan dan melakukan verifikasi data. Seperti yang dijelaskan di atas bahwa kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila ditemukan

bukti-bukti buat yang mendukung tahap pengumpulan data berikutnya. Proses untuk mendapatkan bukti-bukti inilah yang disebut sebagai verifikasi data. Apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang kuat dalam arti konsisten dengan kondisi yang ditemukan

saat peneliti kembali ke lapangan maka kesimpulan yang diperoleh merupakan kesimpulan yang kredibel (Sribd, 2018)..

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Kondisi Umum

Desa panaikang adalah salah satu desa yang terletak di sinjai timur kabupaten sinjai, sebuah desa yang tergolong maju jika ditinjau dari segi pembangunannya. Jika dilihat Secara Topografi, Desa Panaikang ini merupakan daerah dataran rendah $\pm 321,00$ Ha sedangkan wilayah/daerah tepi pantai (pesisir) $\pm 151,00$ Ha. Adapun Jumlah penduduk Desa Panaikang pada tahun 2017 sebanyak 483 Kepala Keluarga (KK) dengan jumlah penduduk 1.807 jiwa, yang terdiri dari 866 laki-laki dan 941 perempuan (Panaikang, 2017).

Jika ditinjau dari sector ekonomi Secara umum mata pencaharian warga masyarakat Desa Panaikang dapat teridentifikasi ke dalam beberapa bidang mata pencaharian, berdasarkan data profil desa tahun 2017 seperti pada tabel berikut:

Tabel. 4.1.
Mata pencaharian
Tahun 2017

No.	Jenis Pekerjaan	Laki-Laki	Perempuan
	1	2	3
1.	Petani	200 orang	64 orang
2.	Pegawai Negeri Sipil	23 orang	24 orang
3.	Pengrajin	2 orang	-
3.	Pedagang barang kelontong	35 orang	40 orang
4.	Peternak	37 orang	-
5.	Nelayan	236 orang	-
6.	Montir	1 orang	-
7.	Dokter swasta	-	1 orang
8.	Tukang kayu	13 orang	-

2. Keadaan Geografis

Panaikang adalah desa yang berada di kecamatan Sinjai Timur, Kabupaten Sinjai, Sulawesi Selatan, Indonesia. Desa yang terletak 6 km dari ibukota kabupaten ini berada pada ketinggian 0-500 m spl. Desa Panaikang berada di wilayah administrasi Kabupaten Sinja, Terdiri dari 4

Dusun, yakni Dusun Baringeng, Dusun Bangko, Dusun Maccini, dan Dusun Buakang.

Dilihat dari batas wilayah administrasi, Desa Panaikang Berbatasan dengan :

Sebelah Utara	: Desa Tongke-tongke
Sebelah Selatan	: Desa Pasimarannu
Sebelah Barat	: Desa Patalassang
Sebelah Timur	: Teluk Bone

Secara geografis, Desa Panaikang adalah merupakan wilayah lengkap karena terdiri dari pegunungan, dataran dan pesisir (Panaikang, 2017).

3. Profil Pasar tradisional Baringeng desa Panaikang

Pasar tradisional baringeng desa panaikang merupakan salah satu pasar tradisional di kabupaten sinjai, yang berdiri sekira tahun 1996, menurut pengakuan salah seorang pedagang, (puang Agung (73)) awal mula pasar tersebut tidak beroperasi setiap hari, hanya menjadi tempat para nelayan sering melelang ikan-ikan hasil tangkapannya, dan karena masyarakat sekitar melihat tempat tersebut berpotensi dijadikan tempat untuk memasarkan barang-barang kebutuhan sehari-hari, sehingga hal tersebut menjadi cerminan masyarakat yang lain

untuk ikut memasarkan barang-barang lain yang sifatnya dibutuhkan sehari-hari.

Berikut ini adalah gambar fisik Pasar tradisional baringeng desa panaikang, jika gambar diambil dari arah depan

Gambar 4.1

Gambar Pasar Dari Arah Depan



Sedangkan jika gambar diambil dari arah belakang maka tampilannya seperti pada gambar di bawah

Gambar 4.2

Gambar Pasar dari arah belakang



Dinamika pembangunan masyarakat desa Panaikang menunjukkan pertumbuhan positif yang ditandai dengan semakin meningkatnya keberhasilan pembangunan dari tahun ke tahun. Munculnya era globalisasi dan meningkatnya pengetahuan tentang hak-hak warga negara serta kebutuhan yang semakin kompleks menciptakan tantangan bagi pemerintah daerah untuk meningkatkan hasil pembangunan. Khususnya pada pasar tradisional baringeng desa panaikang, terlihat sangat nyata peningkatannya, baik dari struktur pasar secara fisik dan regulasi ekonomi

secara umum. Kondisi pasar yang semakin meningkat terdukung oleh pengunjung dan pembeli yang juga semakin hari terlihat semakin pesat perkembangannya, begitu juga dengan jumlah penjual yang semakin hari semakin bertambah banyak, bahkan kondisi terakhir yang peneliti dapatkan di lapangan jumlah penjualnya Sebanyak 53 orang, Seperti pada table berikut:

Table. 4.2

Data Pedagang Di Pasar Tradisional Baringeng
Desa Panaikang

Kategori	Jumlah
Penjual ikan	13 orang
Penjual sayur	7 orang
Penjual kue	14 Orang
Penjual buah	4 orang
Penjual pakaian	6 orang
Bahan campuran	9 orang

Data Diatas Di Ambil dari hasil wawancara peneliti dengan petugas pengelola pajak Penjualan di Pasar Tradisional Baringeng desa panaikang (Panaikang, 2017).

Dari 53 orang penjual kebanyakan diantara mereka memang berdomisili di desa panaikang dan beberapa diantaranya berasal dari luar desa panaikang bahkan luar kabupaten sinjai. Untuk menggambarkan kondisi pasar secara fisik, berikut peneliti memberikan gambaran peta pasar tradisional baringeng desa panaikang (Terlampir).

B. Penerapan Etika Bisnis Islam Di Pasar Tradisional (Baringeng) desa panaikang

1. Kondisi pelaku bisnis di pasar tradisional baringeng desa panaikang

Di Pasar tradisional desa panaikang ada beberapa transaksi yang terjadi selain jual beli, seperti ojek sewa, rental mobil sebagai tempat menjual barang, dan arisan. Dalam transaksi tersebut melibatkan tiga elemen, diantaranya penjual, pembeli dan pengunjung, yang datang hanya sekedar meliat-liat atau hal-hal tertentu. Adapun jumlah pedagang secara keseluruhan yang aktif melakukan transaksi atau aktifitas bisnis di pasar tradisional baringeng desa panaikang yaitu 53 orang. Dari keseluruhan jumlah tersebut tidak semua berdomisili di desa panaikang, tetapi juga

banyak yang datang dari luar desa, luar kecamatan dan bahkan dari luar kabupaten/kota. Hal ini berdasarkan hasil obserfasi peneliti.

Selain jumlah dan asal daerah mereka, perlu pula diketahui jenis barang yang dijual. adapun barang yang mereka perjual belikan sangat beragam ada yang menjual ikan, sayur, buah, rempa-rempa, kosmetik, dan bahan-bahan campuran lainnya. Dengan bergamnya barang-barang yang diperjual belikan, mereka terlihat sangat menikmati profesi sederhana yang mereka tekuni setiap harinya, meskipun kerap kali ada yang berselisih paham dengan alasan yang sepele, secara logika adalah wajar jika Para pedagang-pedagang di pasar tradisional ini kadang-kadang berselisih, sebab jika melirik kearah ilmu bisnis yang mereka miliki memang sangat jauh dari kata mendekati mampu mengelola bisnis. sebagaimana pengakuan beberapa penjual, latar belakang pendidikan mereka memang rata-rata dibawah standar. seperti pengakuan seorang pedagang yang sudah lama menjual dipasar tersebut, *saya sudah hampir sepuluh tahun menjual disini dan kalau pedagang disini ndi'*

memang rata-rata tua dena' maneng gaga sikolana, pakkutossiha najaji, engkafa tau dongo nadisseng kada engkato tau macca (Sawiyah, personal communication, July 26, 2018).

Hal lain yang tidak kalah pentingnya untuk diketahui adalah sumber modal dan sumber barang, menurut yang saya amati rata-rata sumber modal mereka dari hasil tabungan sendiri. Meskipun ada beberapa diantaranya yang memang meminjam modal ditempat lain, namun menurut pengakuan seorang pedagang bahwa *“Rugi temminreng ndi' balu-balu iccu' sisala ko fakeang, fa doi' megafa”* (Bakkareng, personal communication, July 26, 2018).

Adapun sumber barangnya beragam, para penjual sayur rata-rata menjual hasil tanam sendiri, penjual kue pun rata-rata buat sendiri, kecuali dagangan yang dalam bentuk kemasan instan mereka membelinya dan kemudian menjual kembali.

2. Strategi Pemasaran barang oleh pedagang

Pasar adalah salah satu wadah bisnis, yang namanya bisnis pasti memiliki strategi dan langkah-

langkah tertentu untuk mendapatkan keuntungan, atau paling tidak dapat mengembalikan modal usaha. Hal ini pun tentunya dilakukan oleh para pedagang di pasar tradisional baringeng desa panaikang, setiap kepala tentu memiliki pemikiran yang berbeda-beda, begitu pula dengan para pedagang dalam menjajakan dagangannya. Mereka punya strategi yang berbeda-beda. Berikut strategi pemasaran yang umum dilakukan para pedagang di pasar tradisional baringeng desa panaikang.

a. Sumber modal

Pedagang yang ada di pasar tradisional baringeng desa panaikang mayoritas tergolong pedagang kecil, sehingga modal yang mereka butuhkan pun tidak begitu besar, dengan demikian sumber modal yang mereka gunakan berasal dari tabungan keluarga mereka sendiri, sebab pada dasarnya mereka adalah petani yang kemudian berdagang sebagai sumber pendapatan sampingan. Sehingga modal yang mereka kelola bersumber dari hasil pertanian oleh karena itu mereka tidak mengambil modal dari pinjaman bank atau instansi lain yang berskala besar.

Meskipun pada kenyataannya ada beberapa pedagang yang sumber modalnya dari pinjaman, yang berada pada kategori itu adalah mayoritas pedagang dengan barang dagangan dengan skala besar contohnya penjual pakaian dan barang pecah belah. Hal ini didasari dari hasil wawancara peneliti dengan beberapa pedagang di pasar tradisional baringeng desa panaikang. Diantaranya keterangan dari puang Sawiyah, *“Rugi temminreng ndi’ balu-balu iccu’ sisala ko fakeang, fa doi’ megafa”* (Tidak perlu mengambil pinjaman modal untuk dagangan kecil).

Berdasarkan pernyataan tersebut menjadi gambaran tentang sumber modal yang dikelola oleh pedagang kecil. Hal ini berbeda dengan pedagang dengan skala besar, yang tentunya modal yang mereka kelola pun cukup besar, dan sumbernya merupakan pinjaman dari Bank. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan oleh ibu Esse’ salah satu pedagang yang mengelola modal yang cukup besar dengan meminjam dari Bank. *“Modal untuk barang begini besar sekali dek,*

mencapai 20.000.000 jadi mau tidak mau pinjam pi orang, karna banyak juga mau dibiayai”.

Berbeda dengan pernyataan sebelumnya bahwa tidak perlu meminjam modal untuk mengawali berdagangnya, bagi pernyataan kedua ternyata meminjam modal sangat membantu dan juga dibutuhkan demi kelangsungan dan kelancaran proses penjualan.

b. Sumber barang

Bagi pedagang skala kecil, akses untuk mendapatkan barang tergolong muda, sebab barang yang mereka akan jual tersedia disekitar wilayah mereka berdomisili. Jauh berbeda dengan pedagang dengan skala besar, barang yang akan mereka jual harus melalui beberapa proses dengan waktu yang juga cukup lama. Seperti pernyataan seorang pedagang skala besar, *“Lama sekali ndi’ kalau barang dari Makassar biasa ta 4 hari, kalau dari bandung biasa sampai 7 atau bahkan 10 hari”*(Hasra, personal communication, July 26, 2018).

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa meskipun para pedagang berada pada satu tempat, terdapat perbedaan yang sangat menonjol antara pedagang dengan skala kecil dan pedagang dengan skala besar. Perbedaan tersebut bisa dilihat dari sumber merka memperoleh barang dagangan.

c. Biaya Operasional

Salah satu yang menjadi dasar untuk menentukan harga suatu barang adalah biaya operasional. Bagi Pedagang kecil yang memperoleh barang dagangan yang tidak begitu jauh dari tempat mereka berdomisili tentunya biaya operasional yang mereka butuhkan tidak begitu besar. Seperti yang dilakukan oleh puang Dahlia, salah satu pedagang dengan skala kecil “ Dia mendapatkan barang dari pasar sentral kabupaten sinjai yang jaraknya hanya 5 kilo meter dari pasar tradisional baringeng desa panaikang, dengan biaya operasional yang tidak lebih dari 50.000”.

Berbeda dengan pedagang dengan skala yang besar, meskipun kelihatannya mereka

menjual barang dengan harga yang lumayan besar tapi dibalik besarnya barang yang dijual, biaya operasionalnya pun sangat besar. Seperti yang dilakukan oleh Ibu Hasra yang merupakan pedagang dengan skala yang besar “Dia mendapatkan barang dari kota Makassar dan Kota Bandung, yang tentunya membutuhkan biaya operasional yang sangat besar, jika ditotalkan keseluruhan biaya yang dikeluarkan hingga barang tersebut tiba ditangan pedagang menghabiskan biaya kurang lebih 3.000.000 sampai 4.000.000. biaya tersebut belum termasuk sewa ruko atau tempat dia menjual.”

d. Strategi penjualan

Setiap pedagang memiliki strategi pemasaran yang berbeda-beda. Usaha yang mereka lakukan tentunya menjadi penentu keberhasilan dari penjualan. Di pasar tradisional baringeng desa panaikang Strategi atau cara yang mereka lakukan pun berbeda-beda, contoh pada pedagang dengan skala besar seperti penjual pakaian. menurut pengamatan peneliti,

strategi mereka dalam menarik pembeli adalah dengan memamerkan barang-barang baru atau barang-barang yang unik. Sedangkan para pedagang dengan skala kecil tidak menggunakan strategi tertentu bahkan diantara mereka ada yang hanya meletakkan barang dagangannya tanpa memperdulikan keindahan penataan barangnya.

e. Penanggulangan barang yang rusak

Barang dan pasar adalah dua hal yang tidak dapat dipisahkan, khususnya di pasar tradisional baringeng desa panaikang para penjual seringkali menemui barang dagangan yang rusak sebelum terjual, cara mereka mengatasinya sangat beragam, tergantung dari barang apa yang mereka perjual belikan, menurut pengakuan salah seorang penjual barang pecah belah *“kalau cepat ji diliat, dikembalikanji ke toko besar tempatta ambilki itu barang, tapi kalau terlambat disadari, rugimi orang”*(Marwa, personal communication, July 26, 2018).

Lain halnya dengan pedagang sayur (Deng Tinggi 48 tahun) beliau berkata *“kita kasian kalau ada sayur yang tidak layakmi dijual, dibuang mi karna bau toh”*(D. Tinggi, personal communication, July 26, 2018).

Berbeda pula dengan pengakuan seorang penjual ikan (Ibu Sri Alviani 34 tahun) *“kalau ada ikan yang bau kubawa pulang baru kujemur, kalau keringmi bisami lagi dijual”*(S. Alvina, personal communication, July 26, 2018).

Dari beberapa keterangan diatas jelaslah bahwa masing-masing penjual punya cara yang berbeda dalam menanggulangi kerusakan atau kecacatan barang yang ditemui meskipun konsekuensi yang mereka hadapi adalah tidak adanya keuntungan dan hanya mampu mengembalikan modal, dan dalam hitungan bisnis itu artinya pedagang tersebut rugi, karna ada biaya operasional.

f. Penanganan konsumen yang Komplain

Pelaku bisnis di pasar terdiri atas penjual dan pembeli. Sebagai penjual tentu akan menemukan masalah yang berbeda dengan yang

ditemui oleh pembeli, meski pada kenyataannya masalah yang timbul saling berkaitan.

Setiap penjual pasti akan atau pernah melakukan kesalahan pada proses penjualannya, sedangkan pembeli juga akan mengalami hal yang mirip, seperti menemukan barang yang cacat atau rusak. Sebagai pembeli mereka akan menuntut haknya dan sebagai penjual tentu harus memberikan pertanggungjawaban terhadap barang dagangannya. Di pasar tradisional baringeng desa panaikang ini beberapa pedagang telah menemui masalah, dimana konsumen datang dan complain atau protes atas barang yang di belinya, beberapa penjual memberikan respon baik dan menyelesaikan permasalahannya dengan cara kekeluargaan, namun ada pula pedagang yang ketika konsumen datang untuk protes atas barang cacat yang mereka terima hanya memberikan penjelasan bahwa itulah gunanya teliti sebelum membeli, sebab jika pedagang mengganti barang yang rusak tersebut maka pedagang yang bersangkutan akan mengalami

kerugian, hal inilah yang menjadi dalih beberapa pedagang untuk tidak memperdulikan konsumen yang complain.

C. Penerapan etika bisnis islam oleh pelaku bisnis di pasar tradisional baringeng desa panaikang

Berdasarkan Strategi Pemasaran barang oleh pedagang di pasar tradisional baringeng desa panaikang berpacu pada poin-poin Sumber modal, sumber barang, biaya operasional, strategi penjualan, penanggulangan barang yang rusak dan penanganan konsumen yang complain.

Pertama, sumber modal, pedagang dengan skala kecil nyaris tidak menemui masalah jika ditinjau dari etika bisnis islam dari segi kejujuran dan keadilan, namun pada pedagang dengan skala besar yang sumber modalnya merupakan pinjaman dari bank konvensional jelas menyalahi aturan etika bisnis islam, sebagaimana diketahui bunga bank merupakan bagian dari contoh perilaku riba sedang jelas dalam al-Qur'an surah Al-Baqarah:270 yang artinya "Dan Allah halalkan jual beli dan mengharamkan riba".

Kedua, sumber barang, biaya operasional dan strategi memperoleh keuntungan, pedagang dengan

skala kecil cenderung menggunakan biaya operasional yang tidak banyak, berbeda dengan pedagang dengan skala yang besar, yang nyata bahwa biaya operasional yang mereka gunakan jauh lebih besar dari keseluruhan modal serta keuntungan para pedagang kecil. Namun kenyataannya pedagang kecil cenderung mengikuti cara pedagang besar dalam mendapatkan keuntungan disetiap penjualannya. Tentu hal ini menyalahi aturan keadilan, dimana modal kecil berpotensi mendapatkan keuntungan yang sesuai begitu juga sebaliknya.

Ketiga, Strategi penjualan, dari hasil pengamatan peneliti tidak ada masalah pada sector strategi penjualan, sebab pedagang dengan skala besar dan skala kecil memang akan memiliki cara yang berbeda dalam menarik perhatian pembeli.

Keempat, penanggulangan barang yang rusak dan penanganan konsumen yang complain. Pada porsi penanggulangan barang yang rusak terlihat sebuah tanggungjawab dari penjual, betapa sebuah perdagangan harus siap menemui kondisi buruk yaitu pada posisi rugi. Namun cara penanganan konsumen yang complain terdapat pelanggaran besar yang dilakukan para penjual dimana beberapa diantaranya tidak memperdulikan

konsumen yang complain atas barang dagangannya dengan alasan tidak ingin dirugikan.

Seperti pernyataan seorang pembeli “ *Berkali-kalima itu dek, kalau pigi protes orang tidak nabati-bati fangngellinna tommiha najampai*”(Salma, personal communication, July 26, 2018)

Melihat dari point-point diatas peneliti menarik kesimpulan bahwa etika bisnis islam di pasar tradisional baringeng desa panaikang tidak diterapkan di semua sector, meskipun beberapa poin diantaranya sesuai dengan aturan etika bisnis islam, namun masih lebih banyak hal yang menyalahi etika bisnis islam.terlihat pada sumber barang dan strategi penjualan tidak menyalahi aturan etika bisnis islam khususnya pada konsep kejujuran dan keadilan, namun cara memperoleh keuntungan, memperoleh modal, dan cara penanggulangan barang yang rusak serta cara menangani konsumen yang protes terdapat ketidakcocokan dengan etika bisnis islam khususnya pada pedagang dengan skala besar, disisi lain pedagang dengan skala kecil memang tidak begitu banyak menyalahi aturan etika bisnis islam seperti pada sumber

modal, strategi penjualan, dan cara menanggulangi barang yang rusak.

Dari seluruh penjelasan yang dikumpulkan oleh peneliti, peneliti menyimpulkan bahwa penerapan etika bisnis islam di pasar tradisional baringeng desa panaikang tidak menyeluruh pada semua aktifitas perdagangan yang mencakup tentang sumber modal, sumber barang, biaya operasional, strategi penjualan, penanggulangan barang yang rusak, dan cara menagani konsumen yang complain.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Etika bisnis islam dipasar tradisional desa panaikang yang diteliti meliputi kejujuran dan keadilan, dan hal tersebut tidak diterapkan di semua sector perdagangan di pasar tradisional baringeng desa panaikang.

B. Saran

Berdasarkan Pengamatan Peneliti dan hasil penelitian yang diperoleh selama melaksanakan penelitian tentang Penerapan Etika Bisnis Islam Di pasar Tradisional Baringeng desa panaikang, Peneliti Menyajikan Saran Sebagai Berikut:

1. Pedagang Di Pasar Tradisional Baringeng perlu mengetahui aturan-aturan dalam bisnis islam, sehingga tidak salah langka dalam mengelola bisnisnya.
2. Pembeli Di Pasar Tradisional Baringeng Desa Panaikang Harus lebih Tegas Dalam menyampaikan Komplain jika ada kecacatan barang yang diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, K. (2010). *Hukum Bisnis Syariah Dalam Al-Qur'an* (I). Amzah.
- Akhmad, M. (2013). *Ekonomi Islam* (2nd ed.). Pt Raja Grafindo Indah Persada.
- Alvina, S. (2018, July 26). *Wawancara dengan pedagang* [Personal communication].
- Arikunto, S. (1986). *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan*. Bina Aksara.
- Asnawi, N. (2017). *Pemasaran Syariah* (1st ed.). Pt Raja Grafindo Persada.
- Bakkareng. (2018, July 26). *Wawancara dengan pedagang* [Personal communication].
- Danis. (2018, July 14). *Keadilan dalam perspektif islam*. <http://danifunny.blogspot.com>
- Departemen Agama RI. (2018a). *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. CV Perebit Diponegoro.
- Departemen Agama RI. (2018b). *Qur'an Tajwid dan Terjemahan*. Magfirah Pustaka.
- Dyas, N. F. (2015). Nalisis Penerapan Bisnis Berbasis Syari'ah pada Wirausaha Muslim. *Universitas Islam Negeri Walisongo*.
- Faisal, Ba. (2012). *Etika Bisnis Dalam Islam* (III). Kencana Pernada Media Group.

- Gunawan, I. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik* (IV). Bumi Aksara.
- Hasra. (2018, July 26). *Wawancara dengan pedagang* [Personal communication].
- Idri. (2016). *Hadis Ekonomi* (2nd ed.). Prenamedia Group.
- Ilmu anak kampus. (2018, July 14). *Prinsip Kejujuran*.
<http://ilmuanakkampus.blogspot.com>
- Lia, M. (2018, mei). *Pasar Tradisional*.
<https://Liya2000.blogspot.co.id>
- Marwa. (2018, July 26). *Wawancara dengan pedagang* [Personal communication].
- Nuridin, H. (2017). *Studi Kelayakan Bisnis* (II). Pt raja grafindo persada.
- Panaikang, D. (2017). *Peta Desa Panaikang*.
- Prastowo, A. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian* (III). Ar-Ruzz Media.
- Purwana, D. (2017). *Studi Kelayakan Bisnis* (2nd ed.). Pt Raja Grafindo Persada.
- Rinaldi, T. (2018, July 14). *Pengertian Etika*.
<https://rinaldytonik.wordpress.com>
- Rivai, V. (2012). *Islamic Bussiness And Economic Ethicst*. Bumi Aksara.
- Rozalinda. (2014). *Ekonomi Islam* (I). Pt Raja Grafindo Persada.

- Salma. (2018, July 26). *Wawancara dengan pedagang* [Personal communication].
- Sawiyah. (2018, July 26). *Wawancara engan pedagang* [Personal communication].
- Sidqi, A. I. (2015). Penerapan Etika Bisnis Islam di Boombu Hot Resto Tegal. *UIN Walisongo*.
- Sribd. (2018, July 14). *Analisis Data penelitian kualitatif*. <https://www.scribd.com>
- Sugiono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tinggi, D. (2018, July 26). *Wawancara dengan pedagang* [Personal communication].
- Tri, P. (2018, April 5). *Keberadaan pasar tradisional dulu dan sekarang* [Http://www.Kompasiana.com]. Kompasiana.
- Wahid, A. (2019) Penerapan Manajemen Risiko Pemasaran Pada Industri Pengelolaan Daun Cengkeh Di Desa Samaturu'e Kecamatan Tellulimpoe Kabupaten Sinjai. SKRIPSI. Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai.
- Wahyudi, K. (2014). *Etika Administrasi Negara* (12th ed.). Pt Raja Grafindo.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

PEDOMAN WAWANCARA

PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DI PASAR TRADISIONAL (BARINGENG) DESA PANAIIKANG

A. PENJUAL

1. Sudah berapa lamakah anda menjual di pasar tradisional (Baringeng) ini?
2. Apa Strategi penjualan anda dalam memasarkan barang dagangan anda?
3. Berapa (persen) kah keuntungan yang anda peroleh dalam setiap barang yang terjual?
4. Apa pendapat anda terkait kecacatan barang jualan?
5. Tindakan apa yang anda lakukan ketika ada barang yang cacat?
6. Bagaimana tindakan anda ketika ada konsumen/pembeli yang menyampaikan kecacatan barang yang dibeli
7. Apa yang anda lakukan ketika masih ada barang yang seharusnya terjual namun belum terjual?

B. PEMBELI

1. berapa kali dalam seminggu anda berkunjung ke pasar ini?
2. Bagaimana pendapat anda terhadap penjual yang ada di Pasar tradisional (Baringeng) ini?

3. Apakah anda merasa nyaman berbelanja di pasar tradisional (baringeng) ini?
4. Pernahkah anda berbelanja dan menemukan kecacatan pada barang yang anda beli? Jika pernah tindakan apa yang anda lakukan?
5. Pernahkah anda menemukan kecurangan dalam takaran saat berbelanja?

LEMBAR OBSERVASI UNTUK PENJUAL

No	Aspek yang di Observasi	Tingkat Kesesuaian	
		Sesuai / Ya	Tidak Sesuai / Tidak
1.	Penjual memperoleh keuntungan yang sesuai dengan Etika bisnis Islam		
2.	Strategi Pemasaran yang digunakan oleh penjual sesuai dengan etika bisnis islam		
3.	Barang yang cacat tidak di jual kembali (resold)		
4.	Penjual merespon pembeli sebagai bentuk pertanggung jawaban atas barang dagangannya yang cacat		
5.	Penjual mendaur ulang barang yang sudah kadaluarsa.		

LEMBAR OBSERVASI UNTUK PEMBELI

No	Aspek Yang Di Observasi	Tingkat Kesesuaian	
		Sesuai/ Ya	Tidak Sesuai/ Tidak
1.	Pembeli rutin berkunjung ke pasar		
2.	Pembeli Merasa nyaman dengan Pelayanan Penjual		
3.	Pembeli Sering menemukan kecacatan barang yang di beli		
4.	Pembeli Sering menemui kecurangan Para penjual		



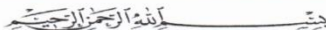
INSTITUT AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI
FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM

KAMPUS : JL. SULTAN HASANUDDIN NO. 20 KAB. SINJAI, TLP/FAX 048221418, KODE POS 92612

Email: fehi.iainsinjai@gmail.com

Website: <http://www.iain-sinjai.ac.id>

TERAKREDITASI INSTITUSI BAN-PT SK NOMOR : 1088/SK/BAN-PT/Akred/PT/XII/2020



SURAT KEPUTUSAN
NOMOR:221.D3/III.3.AU/F/KEP/2017

TENTANG
DOSEN PEMBIMBING PENYUSUNAN PROPOSAL SKRIPSI MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM T.A 2022-2023

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI

- Menimbang : 1. Bahwa dalam rangka penyusunan proposal skripsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai Tahun Akademik 2017-2018, maka Dosen Pembimbing Penyusunan Proposal skripsi dipandang perlu ditetapkan dalam Surat Keputusan.
- Mengingat : 2. Bahwa nama-nama yang tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang cakap dan memenuhi syarat untuk melaksanakan tugas yang di amanahkan kepadanya.
3. a. Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga Muhammadiyah.
b. Undang-undang No. 20 tahun 2003 tentang Sisdiknas.
c. Undang-Undang R.I No. 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi.
d. Keputusan Menteri Agama R.I No. 6722 Tahun 2015, tentang perubahan nama STAI Muhammadiyah Sinjai menjadi Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai.
e. Surat Keputusan Rektor IAIM Nomor : 312/1.3.AU/D/KEP/2016 tentang Pembagian Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam (FEHI)
f. Pedoman PP. Muhammadiyah No. 02/PED/1.0/B/2012 tentang Perguruan Tinggi Muhammadiyah.
g. Statuta Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai.
- Memperhatikan : 1. Kalender Akademik Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai Tahun Akademik 2017-2018.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai tentang Dosen Pembimbing penyusunan proposal skripsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam.
- Pertama : Mengangkat dan menetapkan saudara :

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Hardianto Rahman, M.Pd	Dr. Ismail, M.Pd

untuk penulisan skripsi mahasiswa:

Nama : Nur Wahyumi. A

NIM : 140103089

Prodi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Penerapan Etika Bisnis Islam di Pasar Tradisional (Baringeng) Desa Panaikang.

- Kedua : Hal-hal yang menyangkut pendapatan/nafkah karena tugas dan tanggung jawabnya diberikan sesuai peraturan yang berlaku di Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai.



INSTITUT AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI
FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM

KAMPUS : JL. SULTAN HASANUDDIN NO. 20 KAB. SINJAI, TLP/FAX 048221418, KODE POS 92612

Email: fehl.iainsinjai@gmail.com

Website: <http://www.iain-sinjai.ac.id>

TERAKREDITASI INSTITUSI BAN-PT SK NOMOR : 1088/SK/BAN-PT/Akred/PT/II/2020

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

- Ketiga : Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan sebagai amanat dengan penuh rasa tanggung jawab.
- Keempat : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan, apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dalam keputusan ini akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Sinjai

Pada Tanggal 5 Rabi'ul Awal 1449 H
: 23 November 2017 M



Dekan,

Muh. Anis., M.Hum.
NBM. 976724

Tembusan disampaikan kepada Yth:

1. Ketua BPH IAIM Sinjai di Sinjai
2. Rektor IAIM Sinjai di Sinjai.
3. Ketua Prodi Ekonomi Syariah IAIM Sinjai di Sinjai



INSTITUT AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI
FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM

KAMPUS : JL. SULTAN HASANUDDIN NO. 20 KAB. SINJAI, TLP/FAX 048221418, KODE POS 92612

Email : info@iain-sinjai.ac.id

Website : <http://www.iain-sinjai.ac.id>

TERAKREDITASI INSTITUSI BAN-PT NOMOR SK : 1088/SK/BAN-PT/Akred/PT/XII/2020

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Nomor : 420/III /I.3.AU/F/2018
Lamp : Satu (1) rangkap
Hal : **Izin Penelitian**

Kepada Yang Terhormat

Kepala Desa Panaikang

Di -

Sinjai

Assalamu 'Alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penulisan skripsi mahasiswa program Strata Satu (S1) **Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam (FEHI) IAIM Sinjai**, dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini :

Nama : Nur Wahyuni. A
NIM : 140303089
Prodi Studi : Ekonomi Syariah
Semester : VIII

akan mengadakan penelitian dengan judul :

"Penerapan Etika Bisnis Islam di Pasar Tradisional (Baringeng) Desa Panaikang"

Sehubungan dengan hal tersebut di atas dimohon kiranya yang bersangkutan dapat diberikan izin melaksanakan penelitian di ***Pasar Baringengi***.

Atas perhatian dan kerjasama kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'Alaikum Wr. Wb.

Sinjai, 30 Ramadhan 1439 H
14 Juni 2018 M



Dr. Muh. Anis, M.Hum
NBM. 976 724



PEMERINTAH KABUPATEN SINJAI
KECAMATAN SINJAI TIMUR
DESA PANAİKANG

Jalan Panaikang Raya No 14 Kec. Sinjai Timur Kode Pos 92671 Sinjai

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Nomor : 6.Pn / STM / VII/ 2018

Yang bertanda tangan di bawah ini Kepala Desa Panaikang, Kecamatan Sinjai Timur, Kabupaten Sinjai, menerangkan bahwa:

N a m a	: NUR WAHYUNI. A
Tempat/Tgl Lahir	: Lawatuea, 15 Mei 1997
Jenis Kelamin	: Perempuan
Nim	: 140103089
Perguruan Tinggi	: INSTITUT AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI
Program Studi	: Ekonomi Syariah
Pekerjaan	: Mahasiswa (S1)
Alamat	: Dusun Baccara, Desa Tongke – Tongke, Kec. Sinjai Timur

Telah selesai melaksanakan penelitian Di Desa Panaikang, Kecamatan Sinjai Timur, Kabupaten Sinjai dari tanggal 15 Juni s/d 16 Juli 2018, judul Penelitian ***"Penerapan Etika Bisnis Islam Di Pasar Tradisional (Baringeng) Desa Panaikang"***.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Panaikang, 17 Juli 2018
Kepala Desa Panaikang

BAHTIAR, SE

PETA PASAR BARINGENG. DESA PANAIKANG KECAMATAN SINJAI TIMUR KAB.SINJAI



Keterangan Gambar :



: Ada Warung makan, barang campuran, dan diantaranya tidak digunakan



: Ruko (penjual Barang campuran dan pakaian) lebih banyak diantaranya yang tidak digunakan



: Terdapat 5 orang penjual, dan lebih banyak digunakan sebagai penyimpanan barang dagangan

Jalan Masuk : Tempat Penjual Kue

Jalan. 1 : Terdapat beberapa penjual rempa-rempa

Jalan. 2 : Tidak terdapat penjual

Jalan. 3 : Tempat penjual buah dan Kosmetik

Jalan. 4 : Hanya terdapat satu orang penjual barang campuran

Jalan. 5 : Terdapat dua orang penjual

1. Wawancara dengan Ibu Norma (Penjual barang campuran)



2. Wawancara dengan mbak Siti (Penjual kue dan Jamu)



3. Wawancara dengan Ibu Muhayang (Penjual Bumbu-Bumbu Dapur)



4. Wawancara dengan puang junaeda (Pembeli)



5. Wawancara dengan ibu Marwa (penjual barang pecah belah dan makanan)



6. Wawancara dengan ibu Sri Alviani (Penjual Ikan)



7. Wawancara dengan Deng Tinggi (Penjual Sayur)



8. Wawancara dengan pengelola pajak penjualan Pasar Tradisional



BIODATA PENULIS

Penulis Skripsi bernama **NUR WAHYUNI. A** biasa disapa Uni dan kadang-kadang dipanggil Kitty atau Munir oleh teman-teman dekatnya. di lahirkan di Bombana pada tanggal 15 mei 1997. Penulis adalah anak ke 6 dari 9 bersaudara, yang merupakan buah kasih sayang dari pasangan ayahanda Ahmad (Almarhum) dan ibunda Nur Hania.

Penulis telah melalui beberapa jenjang pendidikan, pada tahun 2002 di MI Waidil Muqaddas Kecamatan poleang timur kabupaten Bombana, menempuh pendidikan selama enam tahun dan selesai pada tahun 2008. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan tingkat pertama di SMP Neg.3 poleang Timur Kecamatan poleang Utara Kabupaten Bombana dan selesai pada tahun 2011. Dan pada tahun yang sama penulis memutuskan untuk melanjutkan pendidikan di MA Darul Hikmah Lenggo-Lenggo Kecamatan Sinjai Timur Kabupaten Sinjai dan selesai pada tahun 2014. Hingga pada akhirnya mendapat kesempatan untuk melanjutkan pendidikan kejenjang yang lebih tinggi di IAIM Sinjai pada tahun 2014 dan mengambil jurusan program studi Ekonomi Syariah.

Berkat rahmat Allah Swt. Dan kerja keras penulis serta doa dari keluarga sehingga penulis dapat menyelesaikan studi

di Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai dengan tersusunnya skripsi yang berjudul Penerapan Etika Bisnis Islam di pasar tradisional (Baringeng) desa panaikang.



**UNIVERSITAS ISLAM
AHMAD DAHLAN**

PERPUSTAKAAN

SURAT KETERANGAN HASIL TURNITIN

Sehubungan dengan kewajiban Tes **Turnitin** dengan **Similarity Check** minimal 30% sebagai salah satu kelengkapan persyaratan administrasi bagi mahasiswa, dengan ini Lembaga Perpustakaan UIAD Sinjai menerangkan bahwa:

Nama : **Nur Wahyuni**
Nim : **140103089**
Prodi : **Ekos**
File : **Skripsi**
Status : **Lulus dengan 26 % Similarity Check**

Adalah benar telah dilakukan **Similarity Check** dan **Lulus** sebagaimana data terlampir, dan surat ini dibuat berdasarkan keadaan yang sebenarnya untuk bisa dipergunakan sebagaimana mestinya.

Sinjai, 09 Januari 2025

Kepala Perpustakaan



Irwani Setiawan, S.I.P., M. I. Kom

NBM : 1341989



Asriani Abbas

Nur Wahyuni 140103089

PERPUSTAKAAN 3

Perpustakaan

LL DIKTI IX Turnitin Consortium Part V

Document Details

Submission ID

trnoid::13126283403

48 Pages

Submission Date

Jan 9, 2025, 10:27 AM GMT+8

10,272 Words

Download Date

Jan 9, 2025, 10:33 AM GMT+8

66,812 Characters

File Name

Skripsi_Nur_wahyuni_2.docx

File Size

1.3 MB





26% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

- 25% Internet sources
- 10% Publications
- 19% Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.



Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

