



**PERILAKU PEDAGANG SEMBAKO DI PASAR
WARUNGASEM DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Kasus Pasar Warungasem Batang)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh :

SITI KHOMSANAH

NIM. 2013212043

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERIPEKALONGAN
2018**

**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **SITI KHOMSANAH**

NIM : **2013212043**

Judul : **PERILAKU PEDAGANG SEMBAKO DI PASAR WARUNGASEM
DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (Studi kasus Pasar
Warungasem Batang)**

menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya sendiri kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan. Apabila skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 09 Januari 2018

Yang menyatakan,



SITI KHOMSANAH
NIM. 2013212043

NOTA PEMBIMBING

Drs. Hj. Susminingsih, M. Ag

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Siti Khomsanah

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
c/q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
di-
PEKALONGAN

Assalamu 'alaikum Wr.Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah Skripsi Saudara/i :

Nama : **SITI KHOMSANAH**

NIM : **2013112043**

Judul : Perilaku Pedagang Sembako Di Pasar Warungasem
ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi kasus Pasar
Warungasem Batang)

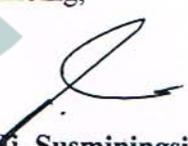
dengan ini saya mohon agar Skripsi Saudara/i tersebut dapat segera dimunaqasahkan.

Demikian nota pemimbing ini dibuat utuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.

Pekalongan, 09 Januari 2018

Pembimbing,


Drs. Hj. Susminingsih, M. Ag
NIP. 197502111 998032001



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Kusuma Bangsa No.9 Pekalongan. Tlp.(0285) 412575-412572.Fax 423418

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i:

Nama : **SITI KHOMSANAH**

NIM : **2013212043**

Judul : **PERILAKU PEDAGANG SEMBAKO DI PASAR WARUNGASEM DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM. (STUDI KASUS PASAR WARUNGASEM BATANG)**

Telah diujikan pada hari Kamis tanggal 16 Januari 2018 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S. E).

Dewan Penguji,

Penguji I

Dr. AM. Hafidz Ma'sum, M. Ag
NIP. 197806162003121003

Penguji II

M. Nasrullah, S.E., M.S.I
NIP. 198011282006041003

Pekalongan, 19 Januari 2018

Disahkan oleh Dekan,

Dr. Shinta Dewi R, SH., M.H.
NIP. 197502201999032001



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi itu sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	š	es (dengantitik di atas)
ج	jim	J	Je
ح	ha	ḥ	ha (dengantitik di bawah)
خ	kha	Kh	ka dan ha
د	dal	D	De
ذ	zal	Z	zet (dengantitik di atas)

ر	Ra	R	Er
ز	zai	Z	Zet
س	sin	S	Es
ش	syin	Sy	es dan ye
ص	sad	ṣ	es (dengantitik di bawah)
ض	dad	ḍ	de (dengantitik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengantitik di bawah)
ظ	za	ẓ	zet (dengantitik di bawah)
ع	'ain	'	Komaterbalik (di atas)
غ	gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	qaf	Q	Qi
ك	kaf	K	Ka
ل	lam	L	El
م	mim	M	Em
ن	nun	N	En
و	wau	W	We
ه	ha	H	Ha
ء	hamzah	`	Apostrof
ي	ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokaltunggal	Vokalrangkap	Vokalpanjang
أ = a		أ = ā
إ = i	أ ي = ai	إ ي = ī
أ = u	أ و = au	أ و = ū

3. Ta Marbutah

*Ta marbutah*hidupdilambangakandengan /t/

Contoh :

جميلة *ditulismar'atunjamīlah*

*Ta marbutah*mati dilambangkandengan /h/

Contoh :

فاطمة *ditulisfātimah*



4. *Syaddad* (*tasydid*, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberitanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

ربنا ditulis *rabbānā*

البرر ditulis *al-birr*

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس ditulis *asy-syamsu*

الرجل ditulis *ar-rojulu*

السيدة ditulis *as-sayyidah*

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan tandasempang.

Contoh:

القمر ditulis *al-qamar*

البديع ditulis *al-badi'*

الجلال ditulis *al-jalāl*

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof / ` /.

Contoh:

أمرت ditulis *umirtu*

شيء ditulis *syai'un*

PERSEMBAHAN

*Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kesempatan kepada saya
untuk menyelesaikan skripsi ini :*

Karya sederhana ini kupersembahkan kepada:

- ❖ *Ayahanda Bahrin dan Ibu Kunaini, yang tiada pernah hentinya selama ini memberiku semangat, doa, dorongan, nasehat, kasih sayang serta pengorbanan yang tak bisa tergantikan.*
- ❖ *Kakakku Abdul Majid dan Adikku Asma'ul Khusna. Terima kasih untuk tawamu yang menjadi penyemangat dan penghapus lelahku.*
- ❖ *Abdul Ghofar Ismail calon imamku. Terima kasih, kamu yang selalu mendo'akanku, menyemangatiku dari awal sampai selesai kuliah. Dan waktu yang telah kamu berikan untuk berjuang bersama. Selalu menemaniku disaat sedih maupun senang.*
- ❖ *Sahabat-sahabat yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih atas semangatnya, perjuangannya, dan kerjasamanya. Hari-hariku takkan berarti tanpa adanya kalian semua. Dan terima kasih canda tawamu yang selalu menghiasi hidup yang penuh perjuangan ini*
- ❖ *Teman-temankudan Warga Ekosy A dan Warga Ekosy Reguler Sore angkatan 2012 yang selalu ada untuk diajak diskusi. Terimakasih atas bantuan, pengetahuan dan waktu yang telah kalian berikan selama ini. Kalian teman-teman terbaik dan menyenangkan.*

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا هَلْ أَدُلُّكُمْ عَلَىٰ تِجَارَةٍ تُنْجِيكُمْ مِنْ عَذَابٍ أَلِيمٍ

Hai orang-orang yang beriman, sukakah kamu aku tunjukkan suatu perniagaan yang dapat menyelamatkanmu dari azab yang pedih?

(As-shaff : 10)

وَأَتَّبِعْ فِي مَآءِ اتِّكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan

(Q.S. al-Qasas : 77)





ABSTRAK

Siti Khomsanah. IAIN Pekalongan 2018. Perilaku Pedagang Sembako Di Pasar Warungasem Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam.

Dalam Islam, Pasar memiliki kedudukan yang penting. Oleh karena itu, etika bisnis Islam sangat berperan dalam mengatur pelaksanaan perekonomian dan bisnis terhadap perilaku para pedagang sembako di Pasar Warungasem. Sehubungan hal tersebut, penulis memilih Pasar Warungasem sebagai objek, alasannya karena penulis melihat adanya perilaku pedagang yang tidak sesuai dengan apa yang telah diterapkan dalam etika bisnis Islam. Adapun perilaku yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam berupa pedagang yang tidak jujur mengenai takaran timbangan, seringkali pembeli dirugikan oleh pedagang, pedagang menyembunyikan cacat dagangannya, dan tidak bersikap ramah kepada pembeli. Tujuan penelitian ini adalah *pertama* untuk mengetahui perilaku pedagang sembako di Pasar Warungasem ditinjau dari etika bisnis Islam. *kedua*, untuk mengetahui proses dan faktor yang membentuk perilaku pedagang sembako di Pasar Warungasem.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Sumber data yang digunakan sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah wawancara dengan para pedagang dan pembeli di Pasar Warungasem. Sementara data sekunder diperoleh dari arsip dokumen pihak pengelola Pasar Warungasem. Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah mayoritas pedagang sembako di Pasar Warungasem sudah cukup memahami mengenai etika bisnis Islam. Akan tetapi, dalam melaksanakan transaksi jual beli mereka belum menggunakan aturan yang telah diatur oleh agama Islam. Karena terdapat beberapa pedagang yang enggan menerapkan etika bisnis Islam, dengan asumsi bahwa mereka sudah terbiasa dengan sistem perdagangan yang hanya mementingkan keuntungan (*profit*).

Kata kunci : Perilaku, etika bisnis Islam

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadirat Allah S.W.T yang telah melimpahkan rahmat taufik serta hidayahnya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Perilaku Pedagang Sembako Di Pasar Warungasem Ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi kasus Pasar Warungasem Batang)”** ini tanpa suatu halangan apapun.

Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang kita nanti-nantikan syafaatnya dihari kiamat kelak. Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag selaku Rektor IAIN Pekalongan.
2. Ibu Dr. H. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H selaku Dekan Jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
3. Bapak Dr. AM. Muh. Khafidz Ma’shum selaku Wakil Dekan Jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
4. Bapak Agus Fakhрина M.S.I selaku Kepala Jurusan Syariah IAIN Pekalongan.
5. Bapak Kuart Ismanto, M.Ag kuat selaku Sekretaris Jurusan Syariah IAIN Pekalongan.
6. Ibu Drs. Hj. Susminingsih, M. Ag selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaga dalam membantu penulis dalam proses pembuatan skripsi ini.





7. Bapak Drs. H. Ahmad Rifa'i, M. Pd selaku Wali Studi
8. Seluruh Dosen dan karyawan IAIN Pekalongan yang telah membantu penulis selama melakukan studi.
9. Ayah dan Ibu tercinta, Bapak Bahrin dan Ibu Kunaini yang senantiasa memberikan bantuan moril-maupun materiil.
10. Abdul Ghofar Ismail yaitu calon imamku yang selalu memberikan semangat dan motivasi.
11. Staff Pasar Warungasem Kabupaten Batang dan seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam segala hal terutama yang berkaitan dengan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca maupun pihak yang berkepentingan.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Pekalongan, 09 Januari 2018

Penulis

SITI KHOMSANAH
NIM. 2013212043



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
PERSEMBAHAN	ix
MOTTO	x
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian	4
D. Kajian Penelitian Terdahulu	5
E. Kerangka Teoritik	12
F. Metode Penelitian	18
G. Sistematika Pembahasan	28
BAB II LANDASAN TEORI	30
A. Teori Perilaku Pedagang	
1. Pengertian Perilaku	30
2. Teori Pembentukan Perilaku	31
3. Pengertian Perilaku Pedagang	32
4. Pelaku perdagangan	35



5. Perilaku Bisnis Islam	39
B. Konsep Dasar Perdagangan	42
1. Pengertian Perdagangan	42
2. Pengertian Pemasaran.....	43
C. Definisi Etika Bisnis Islam	44
1. Pengertian Etika.....	44
2. Pengertian Moral	45
3. Pengertian Norma	45
4. Pengertian Etika Bisnis Islam.....	46
D. Prinsip-prinsip Etika Bisnis dalam Islam	53
E. Fungsi Agama dalam Kehidupan Ekonomi.....	57
BAB III GAMBARAN UMUM PENELITIAN	62
A. Profil Pasar Warungasem	62
1. Sejarah dan Letak Geografis Pasar	62
2. Kepemilikan dan Struktur Organisasi Pasar.....	64
3. Sarana dan Prasarana Pasar	69
4. Jumlah dan Klasifikasi Pedagang Pasar	71
B. Pedagang Sembako.....	77
1. Situasi Di Pasar Warungasem.....	77
2. Perilaku Pedagang Sembako Di Pasar Warungasem.....	78
BAB IV ANALISIS	82
A. Perilaku yang Terjadi Di Pasar Warungasem.....	82
B. Faktor yang membentuk perilaku Pedagang Sembako di Pasar Warungasem	98
BAB V PENUTUP	107
1. Kesimpulan.....	107
2. Saran	110



DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN.....	116





DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3.1 Data Pedagang Sembako Kios dan Los di Pasar Warungasem	71
Tabel 3.2 Data Informan Pedagang Sembako di Pasar Warungasem	72
Tabel 3.3 Data Identitas Berdasarkan Tingkat Pendidikan	73
Tabel 3.4 Data Lama Masa Berjualan Pedagang Sembako	74
Tabel 3.5 Data Informan Konsumen Sembako di Pasar Warungasem	76



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Susunan Staff Personil Pasar Warungasem..... 66



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Pedoman Wawancara Pedagang Sembako	117
Lampiran 2	Transkrip Wawancara Pedagang Sembako.....	118
Lampiran 3	Pedoman Wawancara Pembeli Sembako	131
Lampiran 4	Transkrip Wawancara Pembeli Sembako	132
Lampiran 5	Surat Pengantar Penelitian.....	150
Lampiran 6	Surat Rekomendasi Penelitian.....	151
Lampiran 7	Surat Ijin Penelitian	152
Lampiran 8	Surat Bukti Penelitian.....	153
Lampiran 9	Dokumentasi Penelitian.....	154
Lampiran 10	Daftar Riwayat Hidup.....	161

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam perekonomian Islam, pasar memiliki kedudukan yang penting. Rasulullah sangat menghargai harga yang adil yang terbentuk di pasar. Karena ini dalam islam, nilai-nilai moralitas yang meliputi kejujuran, keadilan dan keterbukaan sangat diperlukan dan menjadi tanggung jawab bagi setiap pelaku pasar. Nilai-nilai tersebut merupakan cerminan dari keimanan seorang muslim kepada Allah, bahkan Rasulullahpun tidak menyukai transaksi perdagangan yang tidak mengindahkan nilai-nilai moralitas. Implementasi nilai-nilai moral dalam kehidupan perdagangan di pasar harus disadari secara personal oleh setiap pelaku pasar, artinya setiap pedagang boleh saja berdagang dengan tujuan mencari keuntungan yang sebesar-besarnya, tetapi dalam Islam bukan sekedar mencari keuntungan sebesar-besarnya tetapi juga keberkahan. Ini berarti yang harus diraih oleh pedagang dalam melakukan bisnis tidak sebatas keuntungan materil, tetapi yang penting lagi adalah keuntungan immaterial (spiritual).¹ Dengan kata lain pedagang harus melakukan jual beli dengan jujur dan tidak melakukan unsur penipuan atau kecurangan dalam setiap transaksi jual beli.

Dalam ajaran Islam memberikan kewajiban bagi setiap muslim untuk berusaha semaksimal mungkin untuk melaksanakan syariah (aturan). Islam

¹ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Malang : UIN-Malang Press, 2007), hlm. 21

disegala aspek kehidupan termasuk didalamnya aturan bermuamalah (usaha dan bisnis) yang merupakan jalan dalam rangka mencari kehidupan. Pada hakikatnya, tujuan penerapan aturan (syariah) dalam ajaran Islam di bidang muamalah tersebut khususnya perilaku bisnis adalah agar terciptanya pendapatan (rizki) yang berkah, mulia dan pencapaian falah. sehingga akan mewujudkan pembangunan manusia yang berkeadilan dan stabilisasi untuk mencapai pemenuhan kebutuhan, distribusi pendapatan yang merata tanpa harus mengalami ketidakseimbangan yang berkepanjangan di masyarakat. Penerapan etika bisnis Islam tersebut juga harus mampu dilaksanakan dalam setiap aspek perekonomian termasuk kegiatan yang dilakukan oleh para pedagang di pasar. Dalam Al qur'an surat Al Ahzab ayat 21 yang berbunyi :

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ
اللَّهَ كَثِيرًا

“Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rosulullah itu suri tauladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah”

Melakukan Kegiatan penjualan di pasar merupakan salah satu strategi yang sangat penting dalam *marketing*. Penjualan yang merupakan kegiatan menawarkan barang/ jasa kepada calon pembeli. Dan seringkali yang dilakukan para pedagang tanpa mempertimbangkan etika bisnis islami ataupun keberkahan dari Allah SWT, yang penting barang laris, uang berlimpah meskipun dengan menghalalkan segala cara. Cara-cara yang seperti ini akan mengakibatkan penderitaan dan penyelasan. Dan bisnis yang dilakukan



dengan cara-cara yang tidak benar, lambat laun mengalami kemerosotan dan akhirnya gulug tikar.²

Dalam Islam, pasar merupakan tempat transaksi ekonomi yang ideal, karena secara teoretis maupun praktis Islam menciptakan suatu keadaan pasar yang dibingkai oleh nilai-nilai syariah. Adapun pasar menurut kajian ilmu Ekonomi memiliki pengertian yakni suatu proses atau interaksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) dari suatu barang atau jasa tertentu, sehingga akhirnya dapat menetapkan harga keseimbangan (harga pasar) dan jumlah yang diperdagangkan.³

Pasar Warungasem merupakan tempat sentral aktivitas perekonomian di Desa Warungasem Kecamatan Warungasem Kabupaten Batang, yang mayoritas pedagangnya adalah beragama Islam. Pasar Warungasem merupakan tempat pedagangnya paling sempit diantara pasar-pasar yang lain di Kabupaten Batang. Pedagang Di Warungasem berjumlah 316 pedagang, sedangkan untuk pedagang sembako berjumlah 40 pedagang, yang terdiri dari 18 pedagang di Kios dan 22 pedagang di Los. Aktivitas pasar Warungasem dilakukan setiap hari dari jam 05.00-11.00 WIB.

Pasar Warungasem juga merupakan urat nadi dan barometer bagi tingkat pertumbuhan ekonomi masyarakat Desa Warungasem kecamatan Warungasem dan sekitarnya. Namun, apa yang terjadi jika pusat perekonomian (pasar) Warungasem tidak tertata dengan baik, karena konsumen merasa tidak nyaman akibat kecurangan yang dilakukan oleh para pedagang yang tidak jujur, sering

² Freedy Rangkuti, *Keajaiban TEHNIK SELLING Rasulullah*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2008), hlm. 3

³ Eko Suprayitno, *Ekonomi Perspektif Islam*, (Yogyakarta : UIN Malang Press, 2008), hlm. 205

sekali pembeli dirugikan oleh pedagang, ada yang mengurangi takaran dalam timbangannya, ada yang berlaku curang dengan menyembunyikan cacat dagangannya. kondisi seperti ini pada akhirnya menyebabkan ketidaknyamanan dalam kehidupan masyarakat di Desa Warungasem dan sekitarnya.

Berdasarkan uraian dari latar belakang yang telah dipaparkan tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Perilaku Pedagang Sembako Di Pasar Warungasem ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (studi kasus Pasar Warungasem, Batang)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang perlu di kemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana perilaku pedagang sembako di Pasar Warungasem ditinjau dari etika bisnis Islam?
2. Apa saja faktor yang membentuk perilaku pedagang sembako di Pasar Warungasem?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Setiap penelitian yang dilakukan tentunya memiliki tujuan. Tujuan penelitian ini adalah :

- 1) Untuk mengetahui perilaku pedagang sembako di Pasar Warungasem ditinjau dari etika bisnis Islam.
- 2) Untuk mengetahui proses dan faktor yang membentuk perilaku pedagang sembako di Pasar Warungasem

2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan ini diharapkan memberikan 2 manfaat, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis:

1) Manfaat teoritis

Secara teoritis penelitian ini di harapkan dapat menambah wawasan khususnya dalam bidang ilmu etika bisnis islam.

2) Manfaat praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat di pakai sebagai informasi tambahan bagi peneliti selanjutnya khususnya yang berhubungan dengan perilaku pedagang dan etika bisnis islam.

D. Kajian Peneliti Terdahulu

Setelah peneliti melakukan tinjauan pustaka terhadap hasil penelitian terdahulu, ditemukan yang membahas tentang kontruksi makna dengan menggunakan metode kualitatif :

1. Jurnal Dr. Hj. Susminingsih, M. Ag dengan judul “Relasi Etika Komunikasi Bisnis dan Produktifitas dalam Pandangan Islam”. Hasil dari jurnal tersebut bahwa etika komunikasi berdampak pada produktifitas dalam bisnis. Penelitian yang relevan pada jurnal ini terhadap skripsi yang berjudul

“Perilaku Pedagang Sembako Di Pasar Warungasem Ditinjau dari Etika Bisnis Islam” adalah mengkaji etika bisnis dalam pandangan islam.

2. Skripsi Ftiri Amalia. Pada tahun 2012 dengan judul “Implementasi Etika Bisnis dalam Islam pada Pedagang Di Bazar Madinah Depok”. Hasil dari skripsi tersebut bahwa kegiatan perdagangan berdasarkan prinsip-prinsip syariah dan pelaksanaan etika bisnis islam selalu dipantau oleh badan pengawas. Penelitian yang relevan pada skripsi ini terhadap skripsi yang berjudul “Perilaku Pedagang Sembako Di Pasar Warungasem Ditinjau dari Etika Bisnis Islam” adalah mengkaji tentang kegiatan perdagangan yang berdasarkan prinsip-prinsip syariah.
3. Skripsi Sri Nawatmi. Pada tahun 2010 dengan judul “Etika Bisnis dalam Islam”. Hasil dari skripsi tersebut bahwa Islam sebagai *Way of Life*, karena Islam adalah ajaran yang lengkap dan *Universal*, aturannya jelas dan aplikatif. Tidak ada satupun sisi kehidupan manusia yang tidak diatur dalam islam, termasuk dunia bisnis. Penting bagi dunia bisnis khususnya yang mengakui Muhammad SAW sebagai Nabinya untuk menerapkan nilai-nilai islam dalam bisnisnya. Penelitian yang relevan pada skripsi ini terhadap skripsi yang berjudul “Perilaku Pedagang Sembako Di Pasar Warungasem Ditinjau dari Etika Bisnis Islam” adalah mengkaji tentang perlunya mengintegrasikan etika dalam berbisnis.
4. Skripsi Eny Yulianti. Pada tahun 2013 dengan judul “Analisis tentang Aqidah Pedagang Sembako Di Pasar Semarang”. Hasil dari skripsi tersebut bahwa kesibukan (demi kepentingan) dunia tidak selamanya menjadi



penghalang terjalinnya hubungan antara makhluk (manusia) dengan Allah SWT. Hal itu dapat terlihat dari analisis terhadap aqidah pedagang sembako di pasar Semarang, baik dalam pemahaman maupun pelaksanaannya. Penelitian yang relevan pada skripsi ini terhadap skripsi yang berjudul “Perilaku Pedagang Sembako Di Pasar Warungasem Ditinjau dari Etika Bisnis Islam” adalah mengkaji tentang mengintegrasikan etika dalam berbisnis dan lebih mengutamakan akhlaknya atau aqidahnya bagaimana cara berdagang.

5. Skripsi Hamid Abdul Ghoni. Pada tahun 2006 dengan judul “Keberagamaan dan Kejujuran (Studi Perilaku Pedagang Bawang Merah Di Pasar Klampok, Brebes)”. Hasil dari skripsi tersebut bahwa antara keberagamaan dan kejujuran sangat berjauhan atau tidak memberikan efektifitas atas aktifitas mereka dalam berdagang. Keduanya tidak dikenal oleh kalangan pedagang bawang merah Di Pasar Klampok. Penelitian yang relevan pada skripsi ini terhadap skripsi yang berjudul “Perilaku Pedagang Sembako Di Pasar Warungasem Ditinjau dari Etika Bisnis Islam” adalah mengkaji tentang kejujuran dan aqidah dalam berdagang



Tabel 1.1

No	Judul Penelitian dan Nama Peneliti	Metode	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Relasi Etika Komunikasi Bisnis dan Produktifitas dalam Pandangan Islam. Oleh : Susminingsih	Kualitatif	Hasil dari jurnal tersebut bahwa etika komunikasi berdampak pada produktifitas dalam bisnis	Peneliti mengkaji etika bisnis dalam pandangan islam.	Peneliti ini mengkaji tentang etika komunikasi bisnis yang berkaitan dengan produktifitas dalam pandangan islam.
2.	Implementasi Etika Bisnis Dalam Islam Pada Pedagang Di Bazar Madinah Depok. oleh : Fitri Amalia	Kualitatif	Hasil dari skripsi tersebut bahwa kegiatan perdagangan berdasarkan pada prinsip-prinsip syariah dan pelaksanaan etika bisnis islam selalu dipantau oleh badan pengawas.	Peneliti mengkaji tentang kegiatan perdagangan yang berdasarkan prinsip-prinsip syariah	Dalam penelitian ini, dalam kegiatan perdagangan sudah di pantau oleh badan pengawas, sehingga hal-hal yang melanggar nilai, prinsip maupun etika islam oleh para pedagang dapat dihindari
3.	Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. Oleh : Sri Nawatmi	Kualitatif	Islam sebagai way of life, karena islam adalah ajaran yang lengkap dan universal, aturannya jelas dan aplikatif. Tak ada satupun sisi kehidupan manusia yang diatur dalam islam, termasuk dunia bisnis. Penting bagi dunia bisnis	Peneliti mengkaji tentang perlunya mengintegrasikan etiks dalam berbisnis	Dalam penelitian ini banyak perusahaan yang belum menerapkan etika dalam bisnisnya, sehingga yang terjadi adalah persaingan yang tidakimbang antara pemodal kuat dengan pemodal lemah, ada



			khususnya yang mengakui Muhammad SAW sebagai Nabinya untuk menerapkan nilai-nilai islam dalam bisnisnya		banyak ketidakadilan, penyipuan dan lain-lain
4.	Studi Analisis tentang Aqidah Pedagang Sembako di Pasar Semarang. Oleh : Eny Yulianti	Kualitatif	Hasil penelitian ini bahwa kesibukan (demi kepentingan) dunia tidak selamanya menjadi penghalang terjalinnya hubungan antara makhluk (manusia) dengan Allah SWT. Hal itu dapat terlihat dari analisis terhadap aqidah pedagang sembako di Pasar Bulu Semarang, baik dalam pemahaman maupun pelaksanaannya	Pada peneliti ini, sama-sama mengintegrasikan etika dalam berbisnis. Dan lebih mengutamakan akhlahnya atau aqidahnya bagaimana cara berdagang.	Penelitian ini berlingkup pada aqidah penjual sembako di semarang dan mulai dari sikap terhadap tetangga sampai pada kepercayaan tentang pengaturan rizki oleh Allah. Kepercayaan tentang pengaturan rizki oleh Allah, tidak adanya usaha-usaha untuk menggunakan jasa makhluk ghoib maupun benda-benda yang dianggap keramat dengan maksud untuk meningkatkan kekayaannya.
5.	keberagamaan dan Kejujuran (Studi Perilaku Pedagang Bawang Merah Di Pasar Klampok Brebes)”. Oleh : Hamid Abdul Ghani	Kualitatif	Hasil penelitian ini bahwa antara keberagamaan dan kejujuran sangat berjauhan atau tidak memberikan efektifitas atas mereka dalam	Peneliti mengkaji tentang kejujuran dan aqidah dalam berbisnis.	Dalam peneliti ini, pedagang Kurangnya pemahaman dan pengertian yang luas yaitu ajaran dan aqidah

			berdagang, bahwa permasalahan kedua tidak dapat dikenal oleh kalangan para pedagang bawang merah di pasar bawang klampok		islam, maka kebanyakan pedagang tersebut mengerti aqidah islam hanya sebatas seruan.
--	--	--	--	--	--



E. Kerangka Teoritik

1. Etika dalam Berdagang

Islam tidak hanya mengatur mengenai ibadah kepada Allah SWT, tetapi juga mengatur hubungan antarsesama manusia (*muammalah*). Kegiatan perdagangan juga tidak luput dari aturan yang ada dalam Islam (Alquran dan Hadis). Sebagai hubungan antar manusia, *mammalah* memiliki hukum asal *al-ibaahah* (boleh) selama tidak ada dalil yang melarangnya.⁴

Meski demikian, bukan berarti tidak ada rambu-rambu yang mengatur perdagangan. Ada perangkat atau ketentuan yang harus dipenuhi dan dipatuhi oleh setiap orang yang hendak melakukan aktivitas perdagangan, yaitu :

1) Waktu dan Barang yang diperdagangkan

a) Waktu

Kegiatan perdagangan diperbolehkan sepanjang tidak dilakukan pada waktu-waktu yang dilarang. Waktu yang dilarang untuk melakukan perdagangan misalnya pada saat khotbah jumat sedang berlangsung. Hal ini ditegaskan dalam QS. Al-Jum'ah 11

وَإِذَا رَأَوْا تِجَارَةً أَوْ لَهْوًا انفَضُّوا إِلَيْهَا وَتَرَكُوكَ قَائِمًا
قُلْ مَا عِنْدَ اللَّهِ خَيْرٌ مِنَ اللَّهْوِ وَمِنَ التِّجَارَةِ وَاللَّهُ خَيْرُ الرَّازِقِينَ

“Dan apabila mereka melihat perniagaan atau permainan, mereka bubar untuk menuju kepadanya dan mereka tinggalkan kamu sedang berdiri (berkhotbah). Katakanlah: "Apa yang di sisi Allah lebih baik daripada permainan dan perniagaan", dan Allah sebaik-baik pemberi rezeki”.

⁴Az-Zuhaili, Wahbah, *Fiqh Islam wa Adillatuhu, Jilid 5*, (Jakarta: Gema Insani, 2011), hlm. 68

b) Komoditi barang/jasa yang diperdagangkan

Barang atau jasa yang diperdagangkan harus *halal*. Tidak dibenarkan memperjualbelikan barang atau jasa yang diharamkan oleh syari'at. Minuman keras, narkoba dan daging babi adalah contoh barang yang haram. Untuk itu syari'at juga melarang memperdagangkannya. Rasulullah SAW bersabda :

إِنَّ اللَّهَ وَرَسُولَهُ حَرَّمَ بَيْعَ الْخَمْرِ وَالْمَيْتَةِ وَالْخِنْزِيرِ وَالْأَصْنَامِ

"Sesungguhnya Allah dan Rosul-Nya telah mengharamkan arak, bangkai, babi, dan patung." (Riwayat Bukhori dan Muslim)

Larangan memperdagangkan barang/jasa yang haram tidak hanya berlaku pada arak, bangkai, babi, dan patung, tetapi juga pada semua komoditi yang diharamkan. Hal ini ditegaskan dalam hadis :

إِنَّ اللَّهَ إِذَا حَرَّمَ شَيْئًا حَرَّمَ ثَمَنَهُ

"Sesungguhnya Allah apabila mengharamkan sesuatu, maka Ia haramkan juga harganya." (Riwayat Ahmad dan Abu Daud)".

Di samping *halal*, barang yang diperdagangkan juga harus jelas. Tidak dibenarkan memperdagangkan komoditi yang tidak jelas atau samar. Perdagangan terhadap barang yang masih samar dikhawatirkan akan merugikan salah satu pihak, penjual ataupun pembeli. Apabila kesamaran tersebut tidak seberapa, dan dasarnya ialah *urfiah* (kebiasaan).

2. Nilai-nilai Syari'ah dalam Berdagang

Islam merupakan agama yang sempurna, yang mengatur semua aspek kehidupan manusia. Islam tidak saja mengatur bagaimana hubungan manusia dengan Allah SWT (*hablum minallah*), yang dikenal dengan aspek ibadah, namun Islam juga mengatur bagaimana hubungan manusia dengan sesamanya (*hablum minannas*), yang dikenal dengan aspek muamalah.

Perdagangan merupakan aktivitas manusia yang terkait dengan masalah muamalah. Berdasarkan kaidah fikih dipahami bahwa, Islam memberikan kelapangan yang sangat luas kepada setiap muslim untuk melakukan berbagai aktivitas yang terkait dengan masalah muamalah. Batasan kebolehan perbuatan tersebut adalah tidak bertentangan dengan ketentuan agama yang secara nyata telah ditegaskan oleh Allah akan keharamannya, ataupun tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip dasar yang telah ditetapkan agama.

Walaupun secara umum telah ditegaskan kebolehan berdagang dalam Al Quran. Namun, para ulama telah menetapkan ketentuan dalam sebuah perdagangan sehingga transaksi yang dilakukan dalam sebuah perdagangan dinyatakan sah atau benar dalam Islam. Ketentuan tersebut disebut juga dengan norma/nilai/etika perdagangan/jual beli.

Menurut Qardawi dalam bukunya norma dan etika ekonomi Islam secara tegas telah memisahkan antara nilai-nilai dan perilaku dalam perdagangan.

Di antara norma-norma atau nilai-nilai syariah itu adalah sebagai berikut :

- 1) Larangan memperdagangkan barang-barang haram
- 2) Bersikap benar, amanah, dan jujur
- 3) Menegakkan keadilan dan mengharamkan bunga (Riba')
- 4) Menerapkan kasih sayang dan mengharamkan monopoli
- 5) Menegakkan toleransi, persaudaraan, dan shodaqoh
- 6) Berpegang pada prinsip bahwa perdagangan adalah bekal menuju akhirat

3. Etika Rosulullah dalam Bisnis

Etika bisnis Islam telah diajarkan oleh Rosulullah Saw ketika beliau menjalankan perdagangan. Dalam perdagangannya, beliau memiliki karakteristik sebagai pedagang yakni keuletan dan dedikasi yang tinggi. Selain itu, beliau prinsip-prinsip utama dalam berbisnis yang dapat diteladani oleh para pelaku pedagangnya itumemiliki sifat shidiq, fathonah, amanah dan tabligh. Ciri-ciri itu masih ditambah istiqomah, yaitu sebagai berikut :⁵

1) Shidiq

Merupakan sifat Rosulullah yang mempunyai kejujuran dan selalu melandasi ucapan, keyakinan dan amal perbuatan atas dasar nilai-nilai yang diajarkan oleh islam. Kejujuran juga merupakan modal paling utama dalam berbisnis, bukan uang. Istiqomah atau konsisten dalam iman meski menghadapi berbagai godaan dan tantangan. Dan dalam konsistensinya beliau menghasilkan sesuatu yang optimal.

⁵Veithzal Rivai dan Andi Buchori, *Islamic Economic Syariah Bukan Opsi tetapi Solusi*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2009), hlm. 236



Kejujuran dalam suatu bisnis merupakan syarat yang penting. Orang-orang yang jujur sangat dipuji dan disanjungoleh Allah SWT dan sebaliknya orang yang berbohong akan mendapatkan murka dari Allah SWT.⁶

2) Fathonah

Merupakan sifat Rosulullah yang cerdas dalam berbisnis, mampu menganalisis situasi pasar. Tidak asal nekat menginjak kaki orang lain, apalagi merugikan pihak lain dan tidak menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan yang maksimal. Rosulullah menggunakan prinsip *customer relationship management*, yaitu beliau selalu menjalankan dengan cara-cara yang santun, baik dan menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

3) Amanah

Merupakan sifat Rosulullah yang dapat dipercaya, yaitu menjaga kepercayaan yang diberikan oleh Allah dan orang lain. Dalam berbisnis, pemberian kepercayaan ini diwujudkan dalam berbagai bentuk pertanggungjawaban dan akuntabilitas terhadap seluruh kegiatan bisnis.

Sifat amanah harus selalu dimiliki, baik dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan maupun peningkatan diri pribadi, sebagaimana terdapat dalam QS. An Nisa : 58

⁶Freddy Rangkuti, *Keajaiban Teknik Selling Rosulullah*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2012), hlm. 07

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

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya. Dan (menyuruhkamu) apabila menetapkan hukum diantara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah maha mendengar lagi maha melihat”

4) Tabligh

Sifat yang dimiliki Rasulullah yang artinya menyampaikan, yaitu menyampaikan risalah dari Allah tentang kebenaran yang harus ditegakkan di muka bumi. Kebenaran risalah ini harus diteruskan oleh umat Islam dari waktu ke waktu agar Islam benar-benar dapat menjadi rahmat bagi alam semesta. Dalam melakukan penjualan ataupun perdagangan harus mampu menyampaikan keunggulan-unggulan barang secara menarik dan tepat sasaran tanpa harus berbohong.

Dalam dunia bisnis, penyampaian risalah kebenaran dapat diwujudkan dalam bentuk sosialisasi praktik-praktik bisnis yang baik dan bersih, termasuk perilaku pedagang Rasulullah Saw dan para sahabatnya.

F. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1) Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan dalam melakukan penelitian yang berorientasi pada fenomena atau gejala yang bersifat alami. Mengingat orientasinya demikian, maka sifatnya mendasar atau naturalistik atau bersifat kealamanan, serta tidak bisa dilakukan di laboratorium.⁷

Adapun kegunaan lain yakni memahami tentang apa yang dialami oleh subjek-subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, tindakan secara holistik, dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks yang akademik dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.⁸

Dalam penelitian kualitatif ini penulis akan memberikan gambaran mengenai perilaku pedagang sembako di Pasar Warungasem ditinjau dari etika bisnis islam dalam bentuk kalimat dan paragraf sehingga akan diperoleh suatu kesimpulan berupa uraian tentang perilaku pedagang sembako di Pasar Warungasem.

2) Jenis penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) artinya data-data dalam penelitian ini diperoleh dari studi lapangan dengan cara mengamati, mencatat, dan mengumpulkan berbagai

⁷Muhammad Ali, *Strategi penelitian pendidikan*, (Bandung : Angkasa, 1993), cet.1, hlm.39

⁸ Lexy J Meleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Remaja Rosda Karya, 2006), hlm. 6

informasi dan data yang ditemukan di lapangan yaitu dengan mengamati, wawancara dengan pihak Pasar Warungasem Batang.

Basrowi dan Suwandi dalam buku yang berjudul “memahami penelitian kualitatif” diterangkan ada enam kegiatan yang harus dilakukan oleh peneliti dalam tahapan ini ditambah dengan satu pertimbangan yang perlu dipahami, yaitu etika penelitian lapangan. Kegiatan dan pertimbangan tersebut diuraikan berikut ini⁹ :

- a) Menyusun Rancangan Penelitian
 - a. Latar belakang dan alasan pelaksanaan penelitian
 - b. Kajian kepustakaan yang menghasilkan kesesuaian paradigma dengan fokus, rumusan masalah, hipotesis kerja, kesesuaian paradigma dengan teori substansi yang mengarahkan inkuiri.
 - c. Pemilihan Lapangan atau setting penelitian
 - d. Penentuan jadwal penelitian
 - e. Rancangan pengumpulan data
 - f. Rancangan analisis data
 - g. Rancangan perlengkapan (yang diperlukan dalam penelitian)
 - h. Rancangan pengecekan kebenaran data
- b) Memilih Lapangan Locus Peneliti

Cara terbaik yang perlu ditempuh dalam penentuan lapangan penelitian ialah dengan jalan mempertimbangkan teori substantif; pergilah dan jajakilah lapangan apakah terdapat kesesuaian dengan

⁹Basroh dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta : PT Rineka Cipta, 2008), hlm. 84-85

kenyataan yang berada di lapangan. Keterbatasan geografis dan praktis seperti waktu, biaya, tenaga, perlu pula dijadikan pertimbangan dalam penentuan lokasi.

c) Mengurus Perizinan

Yang harus diketahui oleh peneliti ialah siapa saja yang berkuasa dan berwenang memberikan izin bagi pelaksanaan penelitian.

d) Menjajaki dan Menilai Keadaan Lapangan

Penjajakan dan penilaian lapangan akan terlaksana dengan baik apabila peneliti telah membaca terlebih dahulu dari kepustakaan atau mengetahuinya dari orang lain dalam mengenai situasi dan kondisi daerah tempat penelitian akan dilakukan.

e) Memilih dan Memanfaatkan Informan

Informan adalah orang dalam latar penelitian. Fungsinya sebagai orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian.

f) Menyiapkan Perlengkapan Penelitian

Perlengkapan yang harus dipersiapkan oleh peneliti antara lain mencakup; perlengkapan fisik, surat izin mengadakan penelitian, kontak dengan daerah yang menjadi latar penelitian, pengaturan perjalanan, terutama jika lapangan penelitian jauh letaknya, perlengkapan pribadi, dan perlengkapan pendukung yang akan digunakan dalam penelitian.

g) Persoalan Etika Penelitian

Salah satu ciri penelitian kualitatif adalah orang sebagai alat yang mengumpulkan data (*human instrument*). Peneliti akan berhubungan dengan orang-orang, baik secara perseorangan maupun secara kelompok atau masyarakat, akan bergaul, hidup, dan merasakan serta menghayati bersama tata cara hidup dalam suatu latar penelitian.

Beberapa segi praktis yang perlu dilakukan peneliti dalam menghadapi persoalan etika, antara lain :¹⁰

- a) Sewaktu tiba dan berhadapan dengan orang-orang di lapangan, beritahukan secara jujur dan terbuka maksud dan tujuan kedatangan peneliti.
- b) Memandang dan menghargai orang-orang yang akan diteliti bukan sebagai “subjek”, melainkan sebagai orang yang sama derajatnya dengan peneliti.
- c) Menghormati dan mematuhi semua peraturan, norma, nilai masyarakat, kepercayaan, adat-istiadat, kebiasaan, kebudayaan yang hidup di dalam masyarakat tempat penelitian yang dilakukan.
- d) Mampu memegang kerahasiaan segala sesuatu yang berkenaan dengan informasi yang diberikan oleh subjek.

¹⁰Basroh dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta : PT Rineka Cipta, 2008), hlm. 84-87

- e) Menulis segala kejadian, peristiwa, cerita, dan lain-lain secara jujur, benar, dan janganlah ditambah, nyatakan sesuai dengan keadaan aslinya.

2. Tempat Penelitian

Dalam penelitian ini penulis mengambil lokasi di Pasar Warungasem Desa Warungasem, Kabupaten Batang Jawa Tengah. Penelitian dilakukan sejak 30 April 2017

3. Subjek dan Objek Penelitian

1) Subjek Penelitian

Subjek Penelitian kualitatif adalah orang yang dapat dijadikan sumber data untuk memperoleh informasi. Apabila peneliti menggunakan tehnik observasi, maka sumber datanya berupa benda, gerak atau proses sesuatu.¹¹

Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitiannya adalah pedagang sembako di Pasar Warungasem.

2) Objek Penelitian

Objek adalah keseluruhan gejala yang ada di sekitar kehidupan manusia. Apabila dilihat dari sumbernya, objek dalam penelitian kualitatif terdiri dari situasi sosial yang terdiri dari tiga elemen, yaitu tempat, pelaku dan aktifitas dan peristiwa-peristiwa nyata. Yang dapat

¹¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian : Sesuatu Pendekatan Praktis*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2010), hlm. 172

diamati oleh panca indra (penglihat, pendengar, peraba, perasa dan pembau), diukur dan diramalkan.¹²

Berdasarkan pengertian tersebut, maka yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah pelakunya yaitu pedagang dan pembeli. Lalu aktifitasnya yaitu pemahaman perilaku pedagang sembako yang terjadi di Pasar Warungasem.

4. Sumber Data

1) Data Primer diperoleh dari Pedagang di pasar Warungasem melalui wawancara. Wawancara yang digunakan adalah wawancara yang mendalam. Wawancara mendalam digunakan untuk menggali informasi yang sifatnya mendalam dan rahasia.

2) Data Sekunder diperoleh dari literatur yang relevan dari tema penelitian yaitu buku, artikel, dan jurnal yang terkait dengan etika bisnis islam

3) Sampel Purposive (*Purposive Sampling*)

Yaitu pengambilan sampel yang berdasarkan atas suatu pertimbangan tertentu, dan dengan secara sengaja sesuai persyaratan sampel yang diperlukan.

5. Langkah-langkah Penelitian

1) Metode Pengumpulan Data

Tehnik pengumpulan data yang digunakan adalah tehnik bola salju (*snow ball*).Tehnik ini digunakan untuk mengumpulkan informasi dari

¹² Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2013), hlm.23

informan yang didapatkan secara berantai. Tehnik pengumpulan data dilakukan dengan beberapa cara, sebagai berikut :

a) Pengamatan (observasi)

Metode pengamatan merupakan pengumpulan data yang diharuskan peneliti turun ke lapangan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, benda-benda, waktu, peristiwa, tujuan dan perasaan.¹³ Pada penelitian ini penulis melakukan observasi pada pedagang sembako di pasar Warungasem.

b) Wawancara indepth

Wawancara mendalam (*indepth interview*) adalah sama seperti wawancara lainnya, hanya peran pewawancara, tujuan wawancara, peran informan dan cara melakukan wawancara berada dengan wawancara umumnya. Wawancara indepth dilakukan berkali-kali dengan membutuhkan waktu yang lama bersama informan di lokasi penelitian. Wawancara indepth dilakukan kepada para pedagang sembako. Untuk menentukan pedagang sembako yang akan diwawancarai, penulis membagi pedagang sembako menjadi tiga katagori, yaitu pemasok, pemasok yang merangkap menjadi pedagang dan pedagang sembako. Kepada merekalah penulis akan menggali data melalui wawancara mendalam.

¹³Hamid Patilima, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Alfa Beta, 2007), hlm.60

c) Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan kegiatan atau aktivitas yang mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan transkrip, surat kabar, majalah, notulen agenda, dan lain-lain. Dalam penelitian ini dokumentasi diperoleh dari buku-buku yang terkait ekonomi islam.

d) Kriteria Sampel Purposive (*Purposive Sampling*)

Purposive Sampling juga disebut *judgmental sampling*, adalah pengambilan sampel berdasarkan penilaian peneliti yang memenuhi persyaratan yaitu peneliti akan meneliti dengan judul “Perilaku pedagang sembako di pasar Warungasem ditinjau dari etika bisnis Islam”. Maka peneliti akan menetapkan kriteria khusus sebagai syarat populasi yang dapat dijadikan sampel, yaitu pedagang sembako yang lama berdagangnya minimal 5 tahun. Karena ditetapkannya kriteria tersebut adalah pedagang yang lama berdagangnya lebih dari 5 tahun akan lebih mengalami pengalaman yang berubah-ubah tiap tahunnya, sehingga hasil penelitian tersebut dapat lebih memberikan hasil yang representatif (tepat).

2) Metode Analisis Data

1) Reduksi Data

Data yang diperoleh di lapangan dalam bentuk uraian yang lengkap dan banyak. Data tersebut direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal yang pokok dan difokuskan pada hal-hal yang penting dan berkaitan dengan

masalah. Data yang telah direduksi memberikan gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan dan wawancara. Dalam penelitian ini, penulis dapat memperoleh informasi mengenai perilaku jual beli para pedagang sembako.

2) Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah penyajian data. Penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, atau hubungan antar kategori. Dengan penyajian data ini akan memudahkan tindakan yang akan terjadi dan merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami. Dalam penelitian ini penulis melakukan penyajian data berdasarkan informasi dari beberapa pedagang sembako di pasar Warung Asem.

3) Penarikan Kesimpulan

Setelah peneliti melakukan reduksi data dan penyajian data, maka peneliti melakukan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan terkait dengan perilaku para pedagang sembako di pasar Warung Asem apakah sudah sesuai dengan etika bisnis islam serta menggali penyebab perilaku tersebut.

3. Validitas Data

Agar data memiliki tingkat Validitas yang tinggi, penulis menggunakan *Triangulasi* data melalui observasi partisipasi dan wawancara silang. Dalam bahasa sehari-hari *Triangulasi* dikenal dengan istilah cek dan ricek yaitu pengecekan data menggunakan beragam

sumber, tehnik, dan waktu. Beragam sumber maksudnya digunakan lebih dari satu sumber untuk memastikan apakah datanya benar atau salah. Beragam tehnik berarti penggunaan berbagai cara secara bergantian untuk memastikan apakah datanya memang benar. Cara yang digunakan adalah wawancara, pengamatan dan analisis dokumen. Beragam waktu berarti memeriksa keterangan dari sumber yang sama pada waktu yang berbeda pagi, sore atau malam.¹⁴

Dalam observasi partisipasi peneliti bertindak sebagai konsumen yang membeli sembako dari pemasok yang merangkap menjadi pedagang sembako dan pedagang sembako kemudian peneliti melakukan pengecekan dengan menimbang ulang untuk memastikan kuantitas dan kualitas apakah sudah sesuai dengan apa yang ditawarkan oleh pedagang. Wawancara silang dilakukan kepada penjual satu dengan penjual yang lain, yang bertujuan untuk memastikan apakah yang diutarakan satu penjual sudah sesuai menurut penjual lain. Wawancara silang akan dilakukan kepada pedagang sembako untuk mengetahui perilaku jual beli pemasok.

¹⁴ Nusa Putra, *Penelitian Kualitatif : Proses dan Aplikasi*, (Jakarta : PT. Indeks, 2011), hlm. 189

G. Sistematika Penulisan

Dalam membahas perilaku pedagang sembako di pasar warungasem ditinjau dari etika bisnis islam, maka agar penulisan skripsi ini dapat tersusun dengan baik, sistematis serta dapat dipahami, maka penulis menggunakan sistematika penulisan skripsi sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini terdiri dari sub bab. Sub bab yang pertama menjelaskan teori perilaku pedagang. Yang didalamnya terdapat penjabaran mengenai pengertian perilaku, teori pembentukan perilaku, pengertian perilaku pedagang, pelaku perdagangan, perilaku bisnis islam. Sub bab yang kedua tentang konsep dasar perdagangan. Yang didalamnya terdapat penjabaran mengenai pengertian perdagangan dan pengertian pemasaran. Sub bab yang ketiga tentang definisi etika bisnis islam. Yang didalamnya terdapat penjabaran mengenai pengertian etika, pengertian moral, pengertian norma dan pengertian etika bisnis dalam islam. Sub bab yang keempat tentang prinsip-prinsip etika bisnis islam. Sub bab yang kelima tentang fungsi agama dalam kehidupan ekonomi

BAB III GAMBARAN UMUM PENELITIAN

Bab ini dijelaskan tentang gambaran umum dari objek penelitian penulis yaitu Pasar Warungasem Batang. Dalam bab ini terdiri dari sub bab. Sub bab yang pertama tentang profil Pasar Warungasem. Yang didalamnya terdapat penjabaran mengenai sejarah dan letak geografis pasar, kepemilikan dan struktur organisasi pasar, sarana dan prasarana pasar, jumlah dan klasifikasi pedagang pasar. Sub bab kedua tentang pedagang sembako. Yang didalamnya terdapat penjabaran mengenai situasi pedagang di Pasar Warungasem dan perilaku pedagang sembako di Pasar Warungasem

BAB IV ANALISIS

Bab ini memaparkan hasil dan pembahasan penelitian pada perilaku pedagang sembaki di Pasar Warungasem Batang

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari penulis terhadap topik penelitian. Seluruh rangkaian pembahasan dan saran-saran sebagai masukan kepada pihak atau subjek yang bersangkutan

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil pemaparan dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan. Adapun kesimpulan adalah sebagai berikut :

1. Mayoritas pedagang sembako di Pasar Warungasem telah memahami etika bisnis islam seperti :
 - 1) Sikap suka-sama suka atau saling ridho sangat penting dalam berdagang
 - 2) Aktifitas bisnis mempunyai nilai ibadah
 - 3) Etika bisnis Islam membawa keuntungan dalam berdagang

Namun masih ada yang tidak mengetahui tentang etika bisnis dan masih ada yang kurang paham tentang etika bisnis. Ketidakhahaman informasi tentang etika bisnis tersebut. Karena istilah etika bisnis itulah yang menjadi asing dari sebagian informan yang memang sebelumnya belum mendengar ataupun mendapatkan informasi tentang hal tersebut.

2. Ternyata dalam penelitian ini, etika bisnis Islam tentang prodak (ketetapan timbangan), penetapan harga dan pelayanannya belum memadai atau belum semuanya menerapkan bisnis yang dicontohkan Rosulullah oleh mayoritas pedagang sembako yang ada di Pasar Warungasem. Hal ini dapat terlihat dari hasil wawancara yang dilakukan di Pasar Warungasem bahwa :

- 1) Penerapan etika bisnis oleh pedagang sembako terkait dengan prodak (ketetapan timbangan) belum memadai yaitu dalam hal memperlihatkan cara menimbang kepada pembeli dan ketepatan timbangan belum memadai.

- 2) Penerapan etika bisnis oleh pedagang sembako terkait dengan penetapan harga dalam berdagang proses jual beli masih belum memadai.
- 3) Penerapan etika bisnis oleh pedagang sembako terkait dengan sikap ramah, dan sopan dalam melayani kepada pelanggan dalam proses jual beli masih belum memadai.

3. Dari hasil wawancara yang dilakukan di Pasar Warungasem mengenai faktor-faktor yang membentuk perilaku pedagang sembako yaitu

1) Faktor Agama

Dalam faktor agama yang dialami oleh para pelaku bisnis sembako di Pasar Warungasem sudah cukup memadai, karena para pelaku bisnis (pedagang) telah melaksanakan ibadah sesuai dengan Agamanya. Dan para pelaku bisnis (pedagang) yang berada di Pasar Warungasem beragama Islam.

2) Faktor Ekonomi

Dalam faktor ekonomi yang dialami oleh para pedagang sembako di Pasar Warungasem masih belum memadai, karena Para pelaku bisnis (pedagang) masih bebas meraih keuntungan sebesar-besarnya dengan cara apapun tanpa peduli kepentingan pihak lain, dengan cara mengurangi timbangan dan menyembunyikan cacat barang.

3) Faktor Pendidikan

Dalam faktor pendidikan yang dialami oleh para pedagang sembako di Pasar Warungasem masih belum memadai, karena tingkat pendidikan

pedagang masih rendah. Sedangkan tingkat pendidikan berpengaruh terhadap perubahan sikap dan perilaku pedagang.

4) Faktor Lingkungan

Dalam faktor lingkungan yang dialami oleh para pedagang sembako di Pasar Warungasem masih belum memadai. Karena lingkungan dari para pedagang masih sering mempresepsikan bahwa bisnis adalah bisnis (*business is business*). Dengan pola lingkungan seperti inilah yang terjadi di Pasar Warungasem

Tidak dapat dipungkiri bahwa masih terdapat beberapa pedagang yang enggan menerapkan etika bisnis Islam. Dengan asumsi bahwa mereka sudah terbiasa dengan sistem perdagangan yang hanya mementingkan *profit* (keuntungan) dunia semata dan tidak memikirkan keberkahan atau keuntungan akhirat dalam berbisnis. Karena terkait dengan sikap kejujuran memang sulit untuk diterapkan dengan alasan mereka khawatir barang dagangannya rusak dan tidak laku.

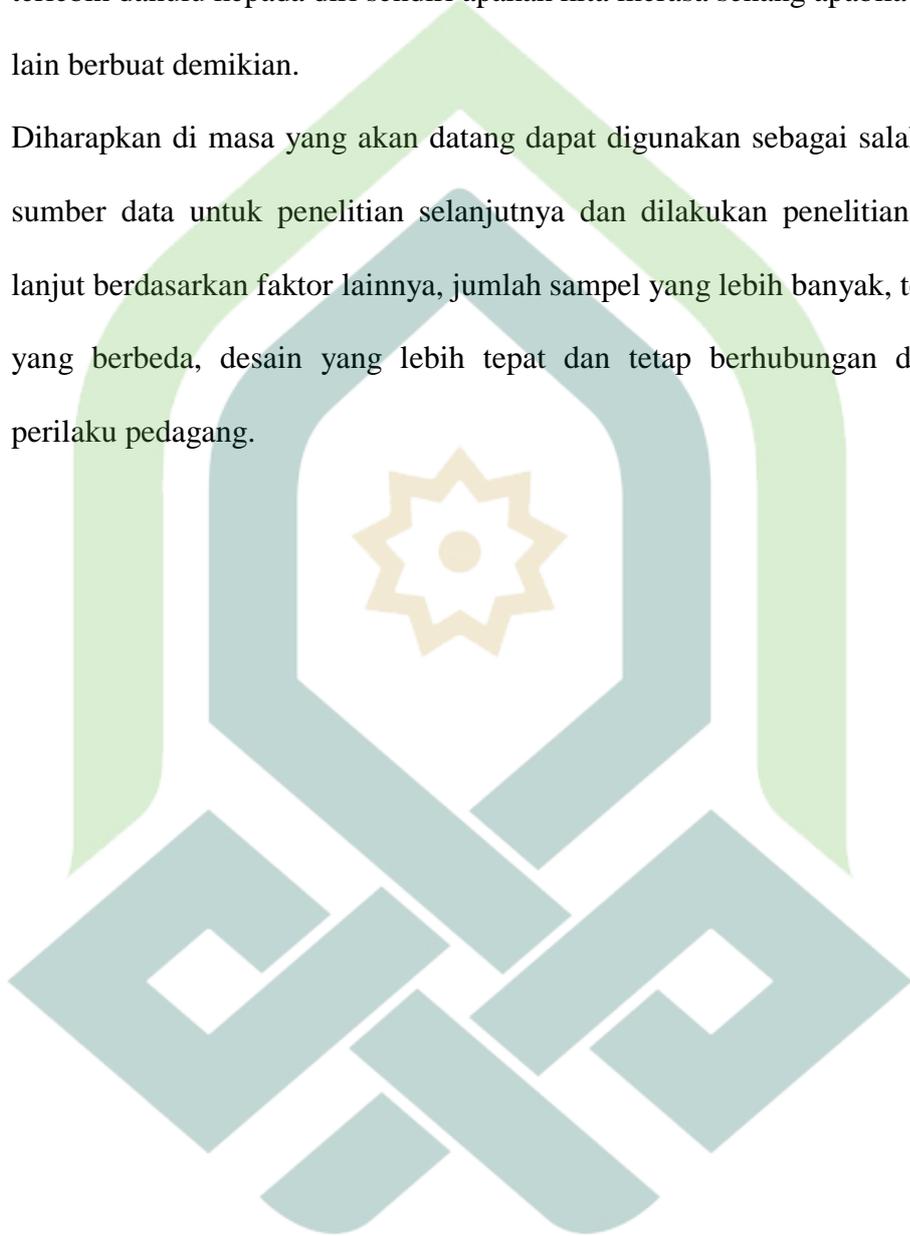
B. SARAN

Berdasarkan rumusan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka sebagai saran peneliti adalah sebagai berikut :

1. Hendaknya pelaku bisnis dan seluruh masyarakat menyadari bahwa dengan menerapkan etika bisnis Islam berarti mereka telah turut andil dalam mengembangkan perekonomian yang lebih baik.
2. Sebaiknya, seluruh pedagang sembako yang ada di Pasar Warungasem berusaha memahami dan menerapkan etika bisnis Islam seperti yang telah dicontohkan oleh Rosulullah SAW.
3. Sebaiknya pedagang tidak mudah terpengaruh oleh praktik etika bisnis kapitalis, yang hanya mementingkan *profit* (keuntungan) dunia semata.
4. Pemerintah daerah dan pihak yang terkait dalam hal ini diharapkan memberikan penyuluhan kepada masyarakat (pedagang) tentang pentingnya etika bisnis Islam.
5. Mereka harus menyadari bahwa melaksanakan bisnis harus dengan etika. Hal tersebut dapat kita mulai dari diri sendiri untuk selanjutnya dapat kita tanamkan didalam masyarakat. dengan cara melakukan pendalaman tentang ajaran Agama dan melakukan etika bisnis sesuai dengan etika bisnis yang tidak merugikan orang lain.
6. Hendaknya didalam melakukan sesuatu selalu menuruti kata hati, karena kata hati itu sangat sesuai dengan Agama. Sebab jika seseorang akan melakukan kejahatan kepada orang lain, maka hatinya akan berkata bahwa perbuatan tersebut tidak baik dan berdosa. Dengan demikian, apabila

melakukan sesuatu yang dapat merugikan orang lain sebaiknya tanyakan terlebih dahulu kepada diri sendiri apakah kita merasa senang apabila orang lain berbuat demikian.

7. Diharapkan di masa yang akan datang dapat digunakan sebagai salah satu sumber data untuk penelitian selanjutnya dan dilakukan penelitian lebih lanjut berdasarkan faktor lainnya, jumlah sampel yang lebih banyak, tempat yang berbeda, desain yang lebih tepat dan tetap berhubungan dengan perilaku pedagang.



DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Aedy, Hasan. 2007. *Indahnya Ekonomi Islam*. Bandung : Alfabeta
- Alimin, Muhammad. 2013. *Etika Perlindungan Konsumen dalam Islam*, dalam kutipan Ika Y. Fauzia, *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta : PT Fajar Interpratama Mandiri
- An-Nabahan, M Faruq. 2000. *Sistem Ekonomi Islam : pilihan setelah kegagalan sistem kapitalis dan sosialis*. Yogyakarta : UII Press
- Az-Zuhaili, Wahbah. 2011. *Fiqih Islam wa Adillatuhu, Jilid 5*. Jakarta: Gema Insani
- Badroen, Fauzia. 2013. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta : PT Fajar Interpratama Mandiri
- Badroen, Faisal. 2006. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta : Prenadamedia Group
- Bertens, K. 2011. *Etika Berdagang*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Djakfar, Muhammad. 2009. *Anatomi Perilaku Bisnis Dialektika Etika dengan Realitas*. Malang : UIN Malang
- Gregory M, Griffiin Ricky. 2013. *Perilaku Individu, Perilaku Organisasi*. Jakarta : SalembaEmpat
- Harahap, Sofyan S. 2005. *Ekonomi, Bisnis dan Manajemen Islami*. Yogyakarta : BPFY-Yogyakarta
- Irawan, Dkk. 2014. *Pemasaran Prinsip dan Kasus*. Yogyakarta : BPFY-yogyakarta
- Karim, Warman A. 2004. *Fiqih Ekonomi Keuangan Islam*. Jakarta : Darul haq
- Kamal, Mustofa. 2013. *Bisnis ala Nabi*. Yogyakarta : PT Bentang Pustaka
- Mardani. 2011. *Ayat-ayat dan Hadist Ekonomi syariah*. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada

- Muhammad dan R Lukman Fauroni. 2002. *Visi Al-qur'an tentang Etika dan Bisnis*. Jakarta : Salemba Diniyah
- Mustaq, Ahmad.2009. *Etika Bisnis dalam Islam*, dalam kutipan Muhammad Djakfar, *Anatomi Prilaku Bisnis*. Malang : UIN – Malang press
- Mustaq, Ahmad. 2001. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta : Pustaka Al-Kautsar
- Mursid, M. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Bumi Aksara
- Mu'iz, M.2011. *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta : Gava Media
- Nasution, Mustofa Edwin. 2006. *Pengenala Ekklusif Ekonomi Islam*. Jakarta : Prenamedia Group
- Rengkuti, Freddy. 2012. *Keajaiban Tehnik Selling Rosulullah*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Rivai, Veithzal. Andi Buchori.2009. *Islamic Economic Syariah Bukan Opsi tetapi Solusi*. Jakarta : Bumi Aksara
- Sujianto, Agus Sujianto.2004. *Psikolog Kepribadian*. Jakarta : Bumi Aksara
- Ya'qub, Hamzah. 1983. *Etika Islam*. Bandung : CV. Diponegoro

B. Wawancara

- Badrudin. 27 April 2017. "Wawancara Pribadi". Staf Pasar Warungasem
- Barozah. 11 September 2017. "Wawancara Pribadi". Pembeli di Pasar Warungasem
- Edi Wicaksono. 03 September 2017. "Wawancara Pribadi". Pedagang di Pasar Warungasem
- Khali. 03 September 2017. "Wawancara Pribadi". Pedagang di Pasar Warungasem
- Nur Hidayah. 08 September 2017. "Wawancara Pribadi". Pembeli di Pasar Warungasem
- Ndiroh. 08 September 2017. "Wawancara Pribadi". Pembeli di Pasar Warungasem

- Qowiyah. 11 September 2017. "Wawancara Pribadi". Pembeli di Pasar Warungasem
- Rufi'ah. 11 September 2017. "Wawancara Pribadi". Pembeli di Pasar Warungasem
- Saiffudin. 11 September 2017. "Wawancara Pribadi". Pembeli di Pasar Warungasem
- Soyiati. 11 September 2017. "Wawancara Pribadi". Pembeli di Pasar Warungasem
- Sri Muna. 3 September 2017. "Wawancara Pribadi". Pedagang di Pasar Warungasem
- Sukriyah. 03 September 2017. "Wawancara Pribadi". Penjual di Pasar Warungasem
- Tawang Nugroho. 15 Agustus 2017. "Wawancara Pribadi". KA Pasar Warungasem

C. Skripsi

- Amalia, Ftiri. 2012. *Implementasi Etika Bisnis dalam Islam pada Pedagang Di Bazar Madinah Depok*. Depok : Fak. Ekonomi dan Bisnis
- Asri, Deni Mentari. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Pegawai Pasar terhadap Kepuasan Pedagang pada UPT Pasar Karanganyar Kab. Pekalongan*. Pekalongan : Fak. Ekonomi dan Bisnis
- Darmawati. 2012. *Perilaku Jual Beli di Kalangan Pedagang Kaki Lima dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*. Samarinda : fak. Ekonomi
- Hafiz, Juliansyah. 2011. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Etika Bisnis Islam (Pedagang Pasar Ciputat)*. Jakarta : Fak. Syari'ah dan Hukum
- Hamid Abdul Ghoni. 2006. *Keberagamaan dan Kejujuran (Studi Perilaku Pedagang Bawang Merah Di Pasar Klampok, Brebes*. Brebes : Fak. Ekonomi
- Hayati, Nurmala. 2014. *Pengaruh Kondisi Ekonomi, Tingkat Pendidikan, Persaingan Usaha dan Pendidikan Agama Terhadap Pelaksanaan Etika Bisnis Islam*. Jakarta : Fak. Syari'ah dan hukum

- Irawan, Heri. 2017. *Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai*. Makasar : Fak. Ekonomi Syar'ah
- Laksono, Rudi. 2013. *Analisis Relokasi Pedagang Pasar Ngarsopuro*. Surakarta : fak. Ekonomi
- Mahesti, Rizqi. 2017. *Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Pemasaran Pada Batik Asky Pekalongan*. Pekalongan : Fak. Ekonomi dan Bisnis
- Maryanto. 2013. *Analisis Perilaku Pedagang yang Berjualan Pakaian di Pasar Tradisional Dahlia Pontianak*. Pontianak : Fak. Ekonomi
- Mawaddah, Vina. 2017. *Etika Pedagang Muslim dalam Persaingan Usaha Sembako di Pasar Wonopringgo*. Pekalongan : Fak. Ekonomi dan Bisnis
- Mina, Siti Kusnia. 2015. *Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Ngalian Semarang dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*. Semarang : fak. Ekonomi dan Bisnis Islam
- Nurul, Dwi Hidayah. 2015. *Pengaruh Tingkat Pendidikan Pedagang Pasar terhadap Perilaku Lingkungan di Pasar Gunungpati Kecamatan Gunungpati Kota Semarang*. Semarang : fak. Ilmu sosial
- Okti, Dwi Nurani. 2010. *Analisi Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Pendapatan Pedagang Kaki Lima Makanan dan Minuman Di jalan Malioboro Yogyakarta*. Surakarta : fak. Ekonomi
- Sulistiyani, Diah. 2015. *Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islami dan Religiusitas terhadap Perilaku Pedagang Muslim*. Semarang : Fak. Ekonomi dan Bisnis Islam
- Yulanti, Eny. 2013. *Analisis tentang Aqidah Pedagang Sembako di Pasar Semarang*. Semarang : Fak. Ekonomi dan Bisnis

Lampira 1 : Pedoman Wawancara Pedagang Sembako di Pasar**Warungasem**

1. Mengapa Bapak/Ibu memilih pedagang sembako?
2. Apakah Bapak/Ibu sebelumnya pernah berdagang yang lain?
3. Darimana Bapak/Ibu mendapat barang-barang sembako yang kamu jual?
4. Bagaimana cara awal Bapak/Ibu melakukan promosi?
5. Bagaimana Bapak/Ibu melayani pembeli yang baru?
6. Bagaimana Bapak/Ibu melayani pembeli yang sudah lama?
7. Bagaimana Bapak/Ibu melayani pelanggan yang pembeliannya dalam partai besar?
8. Bagaimana Bapak/Ibu menentukan harga jual?
9. Apakah Bapak/Ibu menakarnya atau menimbang barang dengan cara memperlihatkan kepada pembeli?
10. Bagaimana Bapak/Ibu menyikapi pelanggan yang komplain?
11. Bagaimana Bapak/Ibu mengatasi barang yang lama tidak terjual?
12. Bagaimana cara Bapak/Ibu agar pelanggan tidak kecewa?
13. Menurut Bapak/Ibu, Apakah pedagang di Pasar Warungasem beragama Islam?



**Lampiran 2 : Transkrip Wawancara Pedagang Sembako di Pasar
Warungasem**

Responden A

Nama : Siti Fadhilah (50 tahun)

Hari / Tanggal : Minggu, 03 September 20

1. Mengapa Bapak/Ibu memilih pedagang sembako?

Jawab : Dulu pertama saya buka loss di Pasar Warungasem itu jaulannya sayuran, dengan berjalannya waktu beberapa pelanggan saya ada yang mencari bahan sembako di los saya. Dan waktu itu persediaan sembako belum ada masih sayuran semua. Dari situlah berpikir untuk jualan sembako dan sayuran, dan sampai saat ini jenis barang yang saya jual ini lebih banyak sembako dibandingkan dengan sayuran.

2. Apakah Bapak/Ibu sebelumnya pernah berdagang yang lain?

Jawab : Iya pernah, sebelumnya saya jualan sayuran. Karena ada beberapa pelanggan yang menanyakan bahan-bahan sembako, akhirnya saya menyediakan sembako. Sedikit demi sedikit sembakonya mulai berkembang. Hingga saat ini tetep jualan sembako dan sayuran, tetapi persediaan sayuran hanya keperlunya saja.

3. Darimana Bapak/Ibu mendapat barang-barang sembako yang kamu jual?

Jawab : Saya mendapatkan sembako dari sales, petani atau agen yang lebih besar lagi.

4. Bagaimana cara awal Bapak/Ibu melakukan promosi?

Jawab : Karena saya jualanannya di Pasar, melakukan promosinya berawal dari pelanggan saya terlebih dahulu,. Setiap ada pelanggan yang membeli saya menawarkan sembako, barangkali nanti pelanggannya minat.

5. Bagaimana Bapak/Ibu melayani pembeli yang baru?

Jawab : melayani pembeli baru sama seperti pembeli lama. Namanya juga pembeli, pelayanan semuanya sama.

6. Bagaimana Bapak/Ibu melayani pembeli yang sudah lama?

Jawab : melayani pembeli lama maupun baru itu sama saja, sama-sama diajak ngobrol, kadang-kadang juga becanda.

7. Bagaimana Bapak/Ibu melayani pelanggan yang pembeliannya dalam partai besar?

Jawab : sejauh ini belum ada pelanggan yang membeli dalam partai besar. Mungkin para pelanggan mengerti sendiri ya dengan tempat berjualan saya, tempat saya kan masih los bukan kios. Jadi mungkin kalau ada pelanggan yang belanja dalam partai besar masih mikir-mikir.

8. Bagaimana Bapak/Ibu menentukan harga jual?

Jawab : Dengan menentukan harga jual sesuai dengan lingkungan Pasar. Kalau terlalu rendah merusak pemasara, kalau terlalu mahal juga takut tidak laku.

9. Apakah Bapak/Ibu menakarnya atau menimbang barang dengan cara memperlihatkan kepada pembeli?

Jawab : tidak semuanya diperlihatkan, karena menimbanginya kalau tidak ada pembeli. Nanti kalau ada pembeli tinggal mengambilkan saja biar tidak repot untuk menimbang.

10. Bagaimana Bapak/Ibu menyikapi pelanggan yang komplain?

Jawab : Namanya juga pedagang di Paar, banyak yang komplain sudah biasa, tinggal diri kita sendiri menyikapinya jangan terbawa emosi

11. Bagaimana Bapak/Ibu mengatasi barang yang lama tidak terjual?

Jawab : mengatasi barang yang lama tidak laku itu ditukar dengan yang lain untuk mengurangi kerugian, itupun kalau lewat sales. Kalau bukan sales tidak bisa ditukar, mengatasinya kita harus jeli barang yang belum laku lumayan lama itu kiah pakai sendiri. Tetapi kalau bisa dicampur ya dicampur

12. Bagaimana cara Bapak/Ibu agar pelanggan tidak kecewa?

Jawab : menjaga pelanggan dengan cara harga tidak terlalu mahal. Dan kualitas menjamin

13. Menurut Bapak/Ibu, Apakah pedagang di Pasar Warungasem beragama Islam?

Jawab : Menurut saya, pedagang di Pasar Warungasem beragama Islam.



Responden B

Nama : Sri Muna (41 tahun)

Hari / Tanggal : Minggu, 03 September 20

1. Mengapa Bapak/Ibu memilih pedagang sembako?

Jawab : Saya memilih pedagang sembako karena sembako banyak yang membutuhkan untuk kebutuhan sehari-hari. Sedangkan kalau berjualan pakaian itu ramennya hari-hari tertentu saja.

2. Apakah Bapak/Ibu sebelumnya pernah berdagang yang lain?

Jawab : belum pernah, saya awal berdagang memang minatnya berdagang sembako.

3. Darimana Bapak/Ibu mendapat barang-barang sembako yang kamu jual?

Jawab : Di Pasar Warungasem untuk memperoleh barang sembako itu mudah, dari sales, petani maupun peternaknya langsung.

4. Bagaimana cara awal Bapak/Ibu melakukan promosi?

Jawab : awalnya saya itu ikut ibu-ibu fatayat, waktu itu ada acara nyumbang (kondangan ibu-ibu) membawa sembako, lha saya merekomendasikan untuk membeli keperluan tersebut beli di tempat saya aja, karena untuk acara bersama harganya saya kurangi. Dari situlah orang-orang pada tahu kalau saya berjualan sembako. Dengan berjalannya waktu sudah pada tahu sendiri.

5. Bagaimana Bapak/Ibu melayani pembeli yang baru?

Jawab : Melayani dengan cara seperti biasa, murah senyum . tidak perbedaan dalam melayani pelanggan.

6. Bagaimana Bapak/Ibu melayani pembeli yang sudah lama?

Jawab : melayani pelanggan lama dengan baru sama aja, yang membedakan itu jumlah pembeliannya.

7. Bagaimana Bapak/Ibu melayani pelanggan yang pembeliannya dalam partai besar?

Jawab : Tidak usah menunggu partai besar, kalau belanjanya sudah menyampai nominal banyak saja sudah saya potong walaupun sedikit.

8. Bagaimana Bapak/Ibu menentukan harga jual?

Jawab : Dalam menentukan harga jual dilihat dari harga pokoknya saja, dan tentunya sesuai dengan lingkungan pasar.

9. Apakah Bapak/Ibu menakarnya atau menimbang barang dengan cara memperlihatkan kepada pembeli?

Jawab : menimbanginya tidak memperlihatkan pelanggan, karena ketika menimbang barang itu keadaan los masih sepi

10. Bagaimana Bapak/Ibu menyikapi pelanggan yang komplain?

Jawab : Menyikapi pelanggan yang komplain dengan cara menjawab dengan santun, kalau memang saya yang salah. Kalau kesalahan bukan pada saya tetap memberi jawaban pasti

11. Bagaimana Bapak/Ibu mengatasi barang yang lama tidak terjual?

Jawab : untuk mengatasi barang yang lama tidak laku dengan cara menukar kepada sale, karena dari awal sudah ada perjanjian dengan sales.

12. Bagaimana cara Bapak/Ibu agar pelanggan tidak kecewa?

Jawab : Menjaga pelanggan atau cara agar pelanggan tidak kecewa dengan cara memberi hadiah untuk kenang-kenangan atau hadiah berupa sembako ketika Hari Raya

13. Menurut Bapak/Ibu, Apakah pedagang di Pasar Warungasem beragama Islam?

Jawab : Karena saya sudah terbiasa melihat aktivitas para pedagang yang lain, menurut saya pedagang di Pasar beragama Islam.

Responden C

Nama : Mofikha (52 tahun)

Hari , Tanggal : Minggu, 03 September 2017

1. Mengapa Bapak/Ibu memilih pedagang sembako?

Jawab : Saya nurut sama suami aja, tadinya awal saya mau buka usaha itu pengennya jualan pakaian, tapi suami kurang setuju. Suami saya lebih memilih jualan sembako. Dulunya awal jualan tidak seperti ini, dulu hanya lapak kecil yang panjangnya hanya beberapa Meter aja. Dengan bergantinya tahun kami mempunyai modal, dan Alkhamdulillah bisa membeli kios untuk berjualan sembako.

2. Apakah Bapak/Ibu sebelumnya pernah berdagang yang lain?

Jawab : Belum pernah, dari awal berjualannya sembako

3. Darimana Bapak/Ibu mendapat barang-barang sembako yang kamu jual?

Jawab : Saya mendapat barang-barang sembako dari agennya langsung, sales, petani maupun peternak

4. Bagaimana cara awal Bapak/Ibu melakukan promosi?

Jawab : Saya tidak melakukan promosi, Cuma buka lapak di pelataran Pasar. Lama kelamaan punya pelanggan dengan sendirinya.

5. Bagaimana Bapak/Ibu melayani pembeli yang baru?

Jawab : Melayani sama seperti pelanggan-pelanggan lain. Walaupun itu pelanggan baru

6. Bagaimana Bapak/Ibu melayani pembeli yang sudah lama?

Jawab : Melayani pembeli yang lama sama saja denga yang lain, akan tetapi yang membedakan itu kalau pelanggan lama sudah tahu sikapnya jadi bisa diajak ngobrol sambil becanda

7. Bagaimana Bapak/Ibu melayani pelanggan yang pembeliannya dalam partai besar?

Jawab : Melayani pembelian dalam partai besar pasti ada perbedaan dengan pembelian dalam partai kecil. Dengan tujuan untuk menarik pelanggan biar membelinya dalam partai besar

8. Bagaimana Bapak/Ibu menentukan harga jual?

Jawab : Dalam menentukan harga jual itu dilihat dari harga pokoknya, dan lingkungan juga menjadi perbandingan. Tapi menurut saya, selisih sedikit dengan lingkungan tidak apa-apalah yang penting bisa menarik pelanggan,

9. Apakah Bapak/Ibu menakarnya atau menimbang barang dengan cara memperlihatkan kepada pembeli?

Jawab : Saya kalau menimbang barang memang tidak diperlihatkan oleh pembeli. Tapi itu hanya barang-barang tertentu saja karena untuk mengurangi waktu. Agar bisa maksimal melayani pembeli.

10. Bagaimana Bapak/Ibu menyikapi pelanggan yang komplain?

Jawab : Saya menyikapi pelanggan yang komplain dengan cara tutur kata yang santun

11. Bagaimana Bapak/Ibu mengatasi barang yang lama tidak terjual?

Jawab : Cara mengatasi barang yang lama kurang terjual, dengan menukar kepada sales.

12. Bagaimana cara Bapak/Ibu agar pelanggan tidak kecewa?

Jawab : Agar pelanggan tidak kecewa dengan cara memberi hadiah kepada pelanggan pada saat menjelang lebaran

13. Menurut Bapak/Ibu, Apakah pedagang di Pasar Warungasem beragama Islam?

Jawab : Menurut saya, dilihat dari aktivitas sehari-harinya pedagang di Pasar Warungasem ini beragama Islam.

Responden D

Nama : Khali (32 Tahun)

Hari, Tanggal : Minggu, 03 September 2017

1. Mengapa Bapak/Ibu memilih pedagang sembako?

Jawab : Saya memilih berjualan sembako karena cocok saja, dan sembako itu setiap harinya pasti laku dan resikonya juga kecil. Walaupun ada yang hutang, hutangnya tidak terlalu banyak sampai puluhan juta.

2. Apakah Bapak/Ibu sebelumnya pernah berdagang yang lain?

Jawab : Saya dulu sebelum berjualan sembako pernah jualan batik berbentuk masih kain, baju batik juga pernah. Tetapi berbeda dengan berjualan sembako. Kalau permainan dunia bisnis batik itu seringkali dibayar tempo dan jarak temponya kadang tidak bisa buat putaran modal. Makanya saya lebih terjun ke dunia sembako saja.

3. Darimana Bapak/Ibu mendapat barang-barang sembako yang kamu jual?

Jawab : Awal berdagang saya mengambil dengan kios tetangga tapi diberi harga yang berbeda dengan yang lainnya, agar saya bisa menjual dengan harga sesuai dengan lingkungan. Lama-lama saya menemukan channel sendiri. Dari sales atau agen yang sudah besar

4. Bagaimana cara awal Bapak/Ibu melakukan promosi?

Jawab : Saya melakukan promosi hanya lewat mulut ke mulut saja, apalagi Istri saya, namanya juga perempuan pasti mulutnya banyak. Promosinya lewat perantara mulut ke mulut teman Istri saya.

5. Bagaimana Bapak/Ibu melayani pembeli yang baru?

Jawab : Melayani pelanggan baru sama saja pelanggan yang lama.

Karena kalau melayani pelanggan baru dengan cara meninggikan harga jual, nanti takut melebar. Namanya juga pasar, kalau satu sudah melebar nanti langsung menyebar luas, dan kios saya nanti divonis harganya lebih mahal dengan yang lainnya. Padahal kalau niat meninggikan harga pada pelanggan baru hanya beberapa persennya dari harga biasanya tapi buntungnya tidak habis-habis

6. Bagaimana Bapak/Ibu melayani pembeli yang sudah lama?

Jawab : Melayani pelanggan lama sama saja seperti yang lainnya.

Namun perbedaannya kalau pelanggan lama itu berani meminta potongan harga kalau ada nilai nominal yang kelebihan bilangan ganjil. Untuk melayani seperti itu, turuti saja lah itung-itung buat mempererat pelanggan.

7. Bagaimana Bapak/Ibu melayani pelanggan yang pembeliannya dalam partai besar?

Jawab : Cara melayani pelanggan dengan partai besar yaitu menyamakan dengan pelanggan yang kecil. Toh disini memang harga sudah miring

8. Bagaimana Bapak/Ibu menentukan harga jual?

Jawab : Menentukan harga jual itu seperti biasa, tinggal berapa persennya dari harga pokok yang penting harganya sesuai dengan lingkungan setempat

9. Apakah Bapak/Ibu menakarnya atau menimbang barang dengan cara memperlihatkan kepada pembeli?

Jawab : Dalam menakar timbangan seringnya tidak diperlihatkan kepada pembeli, karena ketika menimbang dalam keadaan sepi tanpa pelanggan. Karena untuk menghemat waktu, ketika pelanggan mau membeli tinggal diambilkan saja, tidak perlu pelanggan menunggu untuk ditimbang

10. Bagaimana Bapak/Ibu menyikapi pelanggan yang komplain?

Jawab : Menyikapi pelanggan yang komplain tanggap saja dengan santai. Namanya di Pasar pasti banyak macam-macam orang. Yang terpenting kita bisa menjaga emosi

11. Bagaimana Bapak/Ibu mengatasi barang yang lama tidak terjual?

Jawab : Menjaga kualitas barang, termasuk mengevakuasi barang yang lumayan lama belum laku itu dengan cara menukar dengan barang yang baru kepada sales. Karena kebanyakan dari pedagang sini seperti itu. Dan perjanjian awal dengan sales juga seperti itu.

12. Bagaimana cara Bapak/Ibu agar pelanggan tidak kecewa?

Jawab : Menjaga pelanggan agar tetap setia atau tidak membuat kecewa dengan cara menjaga kualitas barang yang kita jual atau dengan cara memberi hadiah menjelang lebaran.

13. Menurut Bapak/Ibu, Apakah pedagang di Pasar Warungasem beragama Islam?

Jawab : Menurut saya, karena dilihat dari aktivitas sehari-hari para pedagang sembako disini beragam Islam semua

Responden E

Nama : Zainul Ibad

Hari, Tanggal : Kamis, 21 September 2017

1. Mengapa Bapak/Ibu memilih pedagang sembako?

Jawab : Saya memilih pedagang sembako ini karena toko ini warisan. Dan juga ini arahan dari orang tua saya

2. Apakah Bapak/Ibu sebelumnya pernah berdagang yang lain?

Jawab : Ketika masih muda dulu saya pernah bermain di dunia bisnis batik, tapi karena suatu alasan lain akhirnya saya meneruskan toko sembako milik orang tua saya

3. Darimana Bapak/Ibu mendapat barang-barang sembako yang kamu jual?

Jawab : Saya mendapat barang-barang sembako dari sales, petani, peternak. Apalagi sekarang sudah gampang, di Pasar ini banyak sales yang berdatangan

4. Bagaimana cara awal Bapak/Ibu melakukan promosi?

Jawab : Saya melakukan promosinya dari mulut ke mulut, karena memang dari dulu toko ini sudah ada, namun pengelolanya saja yang berbeda. Jadi, pelanggan-pelanggan yang dulu sudah berdatangan sendiri

5. Bagaimana Bapak/Ibu melayani pembeli yang baru?

Jawab : Melayani pembeli baru sama saja dengan yang lainnya. Sama-sama pembeli adalah raja juga.

6. Bagaimana Bapak/Ibu melayani pembeli yang sudah lama?

Jawab : melayani pembeli lama juga sama saja dengan pembeli yang lain. Dengan senang dan murah senyum, lebih-lebih sambil mengajak becerda

7. Bagaimana Bapak/Ibu melayani pelanggan yang pembeliannya dalam partai besar?

Jawab : Melayani pelanggan dengan partai besar ataupun kecil tidak ada perbedaan sekalipun dengan harga satuannya. Karena saya sudah menghitung mengambil keuntungannya dari harga satuan.

8. Bagaimana Bapak/Ibu menentukan harga jual?

Jawab : Menentukan harga jual itu bebas, yang terpenting tidak merusak pasaran dan masih dapat keuntungan

9. Apakah Bapak/Ibu menakarnya atau menimbang barang dengan cara memperlihatkan kepada pembeli?

Jawab : Saya kalau menimbang barang tidak memperlihatkan kepada pembeli, karena tempat penimbangan berada di gudang, dan jaraknya jauh dengan tempat transaksi

10. Bagaimana Bapak/Ibu menyikapi pelanggan yang komplain?

Jawab : Saya berdagang sembako disini sudah \pm 10 tahun. Jadi sudah biasa menemukan orang yang komplain. Tapi tetap menanggapi dengan bijak dan tidak terbawa emosi

11. Bagaimana Bapak/Ibu mengatasi barang yang lama tidak terjual?

Jawab : Cara mengatasi kerugian dengan barang yang sudah lama tidak laku bisa dengan menukarkan dengan sales. Atau menjualnya kepada peternak agar barang-barang sembako tersebut bisa digunakan seperlunya untuk diolah menjadi makanan hewan peliharaannya

12. Bagaimana cara Bapak/Ibu agar pelanggan tidak kecewa?

Jawab : Menjaga pelanggan itu memang susah-susah gampang. Menjual dengan harga yang selisih sedikit dengan yang lain pelanggan tersebut bisa lari. Dengan ini agar pelanggan tidak lari ataupun tidak kecewa dengan cara menyamakan harga dengan lingkungan setempat dan memberi hadiah menjelang lebaran

13. Menurut Bapak/Ibu, Apakah pedagang di Pasar Warungasem beragama Islam?

Jawab : Menurut saya, dan dilihat dari aktivitas sehari-harinya bahwa pedagang disini beragama Islam.



LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : SITI KHOMSANAH
NIM : 2013212043
Fakultas /Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah
E-mail address : Sitikhomsanah18@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
 Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

**PERILAKU PEDAGANG SEMBAKO DI PASAR WARUNGASEM DITINJAU DARI
ETIKA BISNIS ISLAM
(STUDI KASUS PASAR WARUNGASEM BATANG)**

berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini perpustakaan IAIN Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan IAIN Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 19 Januari 2018



SITI KHOMSANAH

NB: Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam cd