

**PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PERILAKU  
PEDAGANG PASAR TRADISIONAL  
(Pasar Tradisional Lakessi Kota PAREPARE)**



**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
2021 M/1442 H**

**PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PERILAKU  
PEDAGANG PASAR TRADISIONAL  
(Pasar Tradisional Lakessi Kota PAREPARE)**



*Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana  
Hukum Ekonomi Syariah (SH) Pada Program Studi  
Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam  
Universitas Muhammadiyah Makassar*

26/08/2021

1 sep  
Smb. Alumnus

R/0035/MES/2100  
DEW

P'

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
2021 M/1442 H**



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Kantor : Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. IV Telp. (0411) 851914 Makassar 90223

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Skripsi saudari Ratih Kusuma Dewi, NIM. 105 251 105 516 yang berjudul "Perspektif Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Tradisional" telah diujikan pada hari Senin, 23 Dzulhijjah 1442 H / 02 Agustus 2021 M, dihadapan tim penguji dan dinyatakan telah dapat diterima dan disahkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.

23 Dzulhijjah 1442 H  
Makassar, \_\_\_\_\_  
02 Agustus 2021 M

**Dewan penguji :**

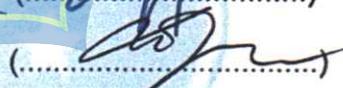
Ketua : Dr. M Ilham Muchtar, Lc, M.A (.....) 

Sekretaris : Hasanuddin, S.E.Sy., M.E (.....) 

Anggota : Ahmad Nashir, S.Pd., M.Pd.i (.....) 

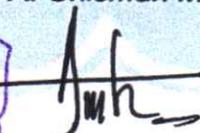
: Alamsyah, S.Pd., M.H (.....) 

Pembimbing I : Dr. Muhammad Ridwan, S.HI., M.HI (.....) 

Pembimbing II : Wahidah Rustam, S.Ag.MH (.....) 

Disahkan Oleh:  
DekanFAI Unismuh Makassar



  
**Dr. Amjah Mawardi S.Ag., M.Si**  
NMB : 774234



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Kantor : Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. IV Telp. (0411) 851914 Makassar 90223



**BERITA ACARA MUNAQASYAH**

Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar telah mengadakan sidang Munaqasyah pada: Hari / Tanggal : Sabtu, 27 Juni 2020 M / 06 Dzulkaiddah 1441 H. Tempat : Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar Jl. Sultan Alauddin No. 259 Makassar Gedung Iqra Lantai 4 Fakultas Agama Islam.

**MEMUTUSKAN**

Bahwa saudara

Nama : **RATIH KUSUMA DEWI**  
 Nim : **105251105516**  
 Judul Skripsi : **"PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PERILAKU PEDAGANG TRADISIONAL (pasar tradisional Lakessi kota parepare)"**

**LULUS**

Ketua

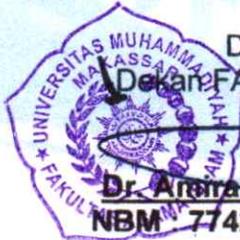
**Dr. Amirah Mawardi S.Ag.,M.si**  
**NIDN : 0906077301**

Sekretaris

**Dr. M Ilham Muchtar, Lc, M.A**  
**NIDN : 0909107201**

Dewan Penguji

1. Dr. M Ilham Muchtar, Lc, M.A (.....)
2. Hasanuddin, S.E.Sy.,M.E (.....)
3. Ahmad Nashir, S.Pd.,M.Pd.i (.....)
4. Alamsyah, S.Pd.,M.H (.....)



Disahkan Oleh:

Dekan FAI Unismuh Makassar

**Dr. Amirah Mawardi S.Ag.,M.si**  
**NBM 774234**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi                    **"PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PERILAKU PEDAGANG PASAR TRADISIONAL (Pasar Tradisional Laksesi Kola PAREPARE).**

Nama                                **Ratih Kusuma Dewi**

Nim                                 **105251105516**

Fakultas / Jurusan           **Agama Islam / Hukum Ekonomi Syariah**

Setelah dengan seksama memeriksa dan meneliti, skripsi ini dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diajukan didapan tim penguji ujian skripsi prodi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar

Makassar, 20 Dzulhijjah 1441 H

11 Juli 2020 M

Disetujui Oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

**Muhammad Ridwan S.HI.,M.HI**  
NIDN : 0902048201

**Wahidah Rostam, S.Ag.MH**  
NIDN: 0910047506

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ratih Kusuma Dewi  
NIM : 105251105516  
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah  
Fakultas : Agama Islam  
Kelas : B

Dengan ini menyatakan hal sebagai berikut:

1. Mulai dari penyusunan proposal sampai selesai penyusunan skripsi, saya menyusun sendiri skripsi saya (tidak dibuatkan oleh siapapun).
2. Saya tidak melakukan penjiplakan ( Plagiat ) dalam menyusun skripsi ini.
3. Apabila saya melanggar perjanjian seperti pada butir 1, 2, dan 3 maka bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Demikian perjanjian ini saya buat dengan penuh kesadaran.

Makassar, 13 Dzulqaidah 1442 H  
24 juni 2021 M

Yang Membuat Pernyataan



**Ratih Kusuma Dewi**  
**NIM. 105251105516**

## ABSTRAK

**RATIH KUSUMA DEWI. 105251105516 2021.** *Perspektif Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Pasar Tradisional (Pasar Tradisional Lakessi Kota Parepare).* Dibimbing oleh **Muhammad Ridwan dan Wahidah Rustam.**

Penelitian ini membahas perilaku pedagang di pasar tradisional lakessi kota parepare dalam perspektif etika bisnis islam, penelitian ini sangat penting karena berguna untuk menunjukkan kejujuran, ketelitian, serta keramahan dalam perdagangan. Selain itu dengan adanya perilaku tersebut dapat membuat para konsumen dan para pedagang nyaman bertransaksi. Adapun rumusan masalah dalam penelitian bagaimanakah Perspektif Etika Bisnis Islam dalam perdagangan? Bagaimanakah Perilaku pedagang di pasar tradisional Lakessi Kota Parepare? dan adapun tujuannya untuk mengetahui perilaku pedagang menurut perspektif etika bisnis islam di pasar Lakessi kota Parepare, untuk mengetahui bagaimanacara pedagang menerapkan rasa keimanan di hatinya agar tidak memanipulasi suatu timbangan yang curang dan meningkatkan suatu etika bisnis dalam pemasaran

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari delapan unsur perilaku pedagang pasar tradisional lakessi kota parepare yang diantara adalah takaran, kualitas produk, keramahan, penetapan janji, pelayanan empati, persaingan dan pencatatan transaksi ada beberapa pedagang yang tidak sesuai dengan etika bisnis islam. Namun disisi lain juga terdapat perilaku pedagang yang sesuai dengan etika bisnis islam

**Kata kunci:** Perilaku, Pedagang, dan Etika Bisnis Islam

## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum Wr. Wb...*

Tiada kata lain yang lebih baik dan indah diucapkan selain puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas segala limpahan dan hidayah-Nya. Tuhan Yang Maha Pemurah yang kepada-Nya segala munajat dan berserah diri. Tak lupa pula penulis panjatkan salam dan shalawat selalu kepada Sang Revolusioner Islam, Nabi Muhammad SAW. Semoga tercurah kasih dan sayang kepada beliau beserta keluarga, sahabat-sahabat dan pengikutnya.

Tulisan ini cukup menghabiskan kurun waktu dalam sejarah panjang perjalanan hidup penulis baik suka dan duka yang turut serta mewarnai kehidupan penulis selama menempuh studi pada Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam. Melalui kesempatan ini perkenankanlah penulis menghaturkan sebuah sembah sujud dan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada “Ayahanda tercinta **BENNY TOTOT** dan Ibunda tercinta **SITI RAMLAH**” yang telah mengasuh dan mendidik dengan penuh kasih sayang dan kesabaran, segala bantuan dan dorongan yang diberikan baik secara materil maupun moril serta doa restu yang tulus hingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan Skripsi ini. Namun keberhasilan dalam menyelesaikan penulisan Skripsi ini tidak terlepas dari semua pihak yang senantiasa ikhlas telah membantu memberikan bimbingan, dukungan, dorongan yang tak pernah henti. Harapan dari penulis agar kiranya

Skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan andil guna pengembangan lebih lanjut. Atas petunjuk - Nya, Skripsi ini dapat selesai, oleh karena itu dengan segala hormat penulis menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ambo Asse, M.Ag, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Ibu Dr. Amirah Mawardi S.Ag., M.si, selaku Dekan Fakultas Agama Islam
3. Dr.Ir.H Muchlis Mappangaja,MP Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Muh. Ridwan, S.H.I,M.H.I selaku **Pembimbing I** yang selama ini telah membimbing dan mengarahkan penulis sehingga terselesaikannya skripsi ini.
5. Ibu Wahida Rustam,S.Ag.MH selaku **Pembimbing II** yang selama ini telah banyak memberikan ide, bimbingan dan pengarahan kepada penulis hingga terselesaikannya skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen pada Program Studi Hukum ekonomi syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
7. Ucapan terimakasih kepada keluarga yang dimakassar yang telah memberikan dukungan serta menemani penulis dalam suka dan duka terutama buat teman-teman dan sahabat-sahabat tercintaku dan teman-teman kelas B Hukum Ekonomi syariah yang telah berbagi kasih, motivasi,bantuan dan segala kebersamaan selama ini

8. Terimah kasih juga buat angkatan 2016 Hukum Ekonomi Syariah selalu menjaga hubungan solidaritasnya semoga kita semua tetap menjalin kebersamaan selamanya.

Dalam penyusunan Skripsi ini penulis telah berusaha semaksimal mungkin untuk mencapai kesempurnaan. Namun penulis menyadari dalam penyusunan Skripsi ini masih banyak kekurangan, semua itu dikarenakan karena keterbatasan dan kemampuan penulis. Oleh karena itu penulis akan menerima dengan kerendahan hati atas segala kritik dan saran dari berbagai pihak demi kesempurnaan Skripsi ini. Akhirnya penulis berharap semoga Skripsi ini memiliki guna dan manfaat bagi perkembangan Ilmu Pengetahuan.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb...*

Makassar, 27 Juni 2021

Penulis

Ratih Kusuma Dewi

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>BERITA ACARA MUNAQSYAH</b> .....	iv
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	v
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II TINJAUAN TEORITIS</b>	
A. Perilaku Pedagang.....	9
B. Pasar Tradisional.....	9
C. Etika Bisnis Islam.....	14
D. Perspektif Teoritis dalam penelitian kualitatif.....	18
E. Kerangka Berfikir.....	19
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	22
B. Lokasi Penelitian.....	24
C. Kehadiran Peneliti.....	24
D. Sumber Data.....	25
E. Teknik Pengumpulan Data.....	27
F. Teknik Analisis Data.....	30
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	32
H. Tahap-tahap Penelitian.....	34
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	36

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	50
B. Saran.....	52
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>54</b>
<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>58</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>59</b>



## DAFTAR GAMBAR

1. 1.1 Gambar Kerangka berfikir.....	20
2. 1.2 Gambar objek penelitian.....	36
3. 1.3 Gambar Struktur organisasi badan pengelola pasar sentral Lakessi.....	38
4. 1.4 Gambar jalur distribusi barangkepada konsumen di pasar Tradisional .....	39



## DAFTAR TABEL

1. Tabel 2.1 Sumber Pasar Tradisional Lakessi Parepare..... 42
2. Tabel 2.2 Daftar Informan Pedagang..... 43



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Kebutuhan hidup tidak akan pernah lepas dalam kehidupan manusia, sehingga manusia di tuntut untuk memenuhi kebutuhannya tersebut. Salah satu usaha manusia dalam memenuhi kebutuhannya tentu memerlukan tempat yang namanya pasar selama ini pasar menjadi hal yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Bagi masyarakat pasar bukan hanya tempat bertemunya antara penjual dan pembeli tetapi juga sebagai wadah untuk berinteraksi sosial. Pasar merupakan area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, pusat perdagangan dan lain sebagainya.<sup>1</sup>

Beberapa ahli telah menyimpulkan bahwa pasar merupakan tempat melakukan transaksi atas suatu produk tertentu atau kelompok produk tertentu.<sup>2</sup> Pasar merupakan tempat bertemunya antara penjual dan pembeli. Penjual atau pedagang orang yang melakukan perdagangan, memperjual belikan barang yang tidak di produksi sendiri, untuk memperoleh keuntungan.<sup>3</sup> Sedangkan pembeli atau konsumen merupakan orang yang memberi tahu tentang keinginannya, dengan jalan menguntungkan kedua

---

<sup>1</sup> *Peraturan Presiden RI. No 112, Th.2007, Pasal 1, Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Pemberlajaan Dan Toko Modern*

<sup>2</sup> Muhammad Aziz Hakim, *Menguasai Pasar Mengeruk Untung*, (Jakarta: PT Krisna Persada, 2005), hal.7.

<sup>3</sup> Eko Sujatniko, *Kamus IPS*(Surakarta: Aksara Sinergi Media Cet. I,2014),hal 231.

belah pihak.<sup>4</sup> Jalan menguntungkan yang dimaksud ialah tanpa adanya unsur penipuan.

Seperti dalam hadis [Bukhari hadits no. 2006 dan Muslim hadits no. 1531]

إِذَا تَبَايَعَ الرَّجُلَانِ فَكُلُّ وَاحِدٍ مِنْهُمَا بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا وَكَانَا جَمْعًا  
أَوْ يُخَيَّرُ أَحَدُهُمَا الْآخَرَ فَإِنْ خَيَّرَ أَحَدُهُمَا الْآخَرَ فَتَبَايَعَا عَلَى ذَلِكَ فَقَدْ  
وَجَبَ الْبَيْعُ وَإِنْ تَفَرَّقَا بَعْدَ أَنْ تَبَايَعَا وَلَمْ يَثْرُكْ وَاحِدٌ مِنْهُمَا الْبَيْعَ فَقَدْ وَجَبَ  
الْبَيْعُ<sup>5</sup>

*“Bila dua orang saling berjual beli, maka masing-masing dari keduanya memiliki hak pilih selama keduanya belum berpisah dan masih bersama-sama, atau salah satu dari keduanya menawarkan pilihan kepada kawannya. Bila salah satu dari keduanya menawarkan pilihan yang ditawarkan tersebut maka telah selesailah akad jual beli tersebut. Bila lalu mereka berpisah setelah mereka menjalankan akad jual beli, dan tidak ada seorang pun dari keduanya yang membatalkan akan penjualan, maka telah selesailah akad penjualan tersebut.*

Lingkungan yang di maksud adalah seperti isu yang terjadi di masyarakat atau di sajikan oleh pemerintah. Contohnya, tanggapan pedagang biasanya akan bereaksi apabila adanya isu tentang kenaikan premium yang sebelumnya hanya isu berkembang. Adanya isu tersebut, mengakibatkan reaksi terhadap pedagang untuk langsung menaikkan harga barang dagangannya. Sebelum ada pengumuman resmi dari pemerintah tentang kenaikan harga premium. Hal tersebutlah yang di namakan reaksi pedagang dalam mengambil keputusan, dan

<sup>4</sup> Wira Sutedja, Panduan Layanan Konsumen, (Jakarta: Grasindo, 2006), hal. 2.

<sup>5</sup> [Bukhari hadits no. 2006 dan Muslim hadits no. 1531]

hal tersebutlah yang dinamakan adanya reaksi atau perilaku pedagang yang di ambil pada isu kekinian.

Dalam perilaku pedagang ada beberapa perilaku yang sering terjadi di dalam perdagangan. Perilaku itu antara lain ialah, dalam hal takaran, pemberian kualitas produk, keramahan, penepatan janji, pelayanan, empati, persaingan bisnis, dan pencatatan setiap transaksi jual beli

Etika Bisnis Islam bertujuan untuk mengajarkan manusia menjalin kerjasama, tolong menolong, yang menjauhkan diri dari sifat dengki dan dendam serta hal-hal yang tidak sesuai dengan syariat.<sup>6</sup> Etika Bisnis dalam Islam juga berfungsi sebagai pengatur (controlling) terhadap aktivitas ekonomi, karena secara filosofi Etika mendasarkan diri pada nalar ilmu dan agama untuk menilai. Landasan penilaian ini dalam praktek kehidupan masyarakat sering kita temukan bahwa secara agama terdapat nilai mengenai hal-hal baik, buruk, jahat, seperti pihak yang menzholimi dan terzholimi.<sup>7</sup> Maka dari itu, prinsip pengetahuan akan Etika Bisnis Islam mutlak harus dimiliki oleh setiap individu yang melakukan kegiatan ekonomi baik itu seorang pembisnis atau pedagang yang melakukan aktivitas sepenuhnya. Terutama pedagang di pasar tradisonal yang melakukan transaksi jual beli.

Rasulullah telah mengajarkan Etika Bisnis dalam Islam. Kaum muslim yang bergerak dalam perdagangan seharusnya mengetahui tentang hukum jual beli. Rasulullah sendiri adalah seorang pedagang yang bereputasi internasional yang mendsarkan bangunan bisnisnya pada nilai-nilai ilahi. Dengan dasar itu,

---

<sup>6</sup> YusufQardhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta:Gema Insani,1997),hal.5.

<sup>7</sup> Muslich,*Etika Bisnis Islam*(Jakarta:Ekonisia,2004),cet.1,hal29

Rasulullah membangun sistem Ekonomi Islam yang tercerahkan. Sifat-sifat utama yang harus di teladani oleh semua manusia (pelaku bisnis) dari Nabi Muhammad SAW setidaknya ada 4 yaitu : *Siddiq*, seorang pedagang wajib berlaku jujur dalam melakukan usaha jual beli. Jujur dalam arti luas, tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ngada, tidak berkhianat, serta tidak pernah ingkar janji dan lain sebagainya.<sup>8</sup> keharusan bersikap jujur dalam islam berdagang, berniaga dan atau jual beli, sudah diterangkan sangat jelas dan tegas yang antara lain kejujuran tersebut di beberapa ayat dihubungkan dengan pelaksanaan timbangan sebagaimana firman Allah SWT Dalam Al-Qur'an (QS. Al An'am (6): 152)

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ

Artinya:

*"Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil".<sup>9</sup>*

Demonstrasi anomali dan pungli dalam menaksir, menaksir, dan menaksir dalam ranah pertukaran adalah demonstrasi yang ditolak sama sekali, dengan alasan bahwa kesalahan itu tersimpan dalam undang-undang pertukaran yang telah disahkan baik oleh otoritas publik maupun daerah setempat., atau untuk kepentingan jual beli berdasarkan musyawarah mufakat yang didukung oleh agama.

*Tabligh*, nilai dasarnya adalah terbuka, menjadi pekerja bagi orang-orang pada umumnya, memiliki pilihan untuk berdakwah secara layak, menetapkan model sejati, dan memiliki pilihan untuk mengangkat kekuasaan kepada orang lain.

<sup>8</sup> Buchari Alma, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2003) hal. 137

<sup>9</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya* (Edisi Yang Disempurnakan), (Jakarta: Lentera Abadi, 2010), hal. 150.

Penghargaan bisnis yang ramah, tenaga penjualan yang brilian, dapat bekerja dengan kelompok, koordinasi yang terkontrol. Jadi ujungnya sejauh dealer harus ramah kepada pembeli dan siap menggambarkan produknya dengan baik dan dapat dipercaya.

*Amanah*, nilai dasarnya adalah dapat diandalkan, dapat memegang amanah, tidak memiliki keinginan untuk tersesat, konsisten mengikuti pedoman kebenaran. Nilai bisnisnya adalah kepercayaan, tugas, keterusterangan, ketepatan waktu, dan pemberian yang terbaik. Dari sini cenderung beralasan bahwa pedagang harus lugas dengan produk mereka.

*Fathonah*, nilai fundamentalnya adalah memiliki informasi yang luas, luwes, berbakat, memiliki sistem yang tepat. Kehormatan bisnis adalah memiliki mimpi dan misi, pandai, menguasai atau memiliki informasi yang luas tentang tenaga kerja dan produk, terus menerus menguasai, mencari informasi. Dalam melakukan latihan bisnis, khususnya pedagang pasar dalam melayani pembeli, mereka harus menerapkan ini.

Pembeli atau pelanggan sangat membutuhkan keselarasan dan keseimbangan dalam menyelesaikan pertukaran, khususnya di sektor bisnis konvensional yang dilakukan dengan kesungguhan yang esensial dan menjauhi pemerasan dan penggambaran yang salah. Penipuan yang dilakukan oleh pelaku membuat calon pembeli merasa canggung untuk datang ke sektor bisnis konvensional. Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor: 8 Tahun 1999 tentang Jaminan Pembeli yang memuat hak-hak pembeli, meskipun ada perikatan yang harus dipenuhi. Dengan adanya undang-undang ini, dipercaya para ahli

keuangan akan melakukan penyempurnaan dan administrasi agar pembeli tidak merasa rugi. Yang penting untuk situasi ini adalah cara pembuatnya memberikan hak istimewa kepada pembeli yang pantas mereka dapatkan. Selain itu, agar pelanggan tahu tentang apa komitmen mereka. Apa yang tertulis dalam undang-undang tersebut sepenuhnya sesuai dengan apa yang diinginkan dalam moral bisnis Islam.

Tidak sedikit pelaku yang mengajukan inkonsistensi dalam bisnis. Hal seperti ini cenderung terjadi di sektor bisnis konvensional. Perilaku aneh menggabungkan pencampuran barang dagangan yang bagus dengan produk berkualitas rendah, mengurangi porsi dari timbangan. Hal seperti ini adalah sesuatu yang dilarang oleh hukum Islam dengan alasan bahwa dalam hukum Islam secara tegas disyariatkan untuk menggunakan akhlak dalam bisnis.

Pada bagian pemeriksaan ini, ada beberapa jenis produk yang dipertukarkan, seperti kebutuhan pokok, pedagang jayanan, mainan anak-anak, penjual ikan dan lain-lain. Meski demikian, hampir tidak ada pedagang pasar yang peduli dengan moral bisnis.

Dalam penelitian ini peneliti terfokus pada pedagang sembako pasar tradisional Lakessi Kota Pare-Pare, karena bahan sembako sering dibutuhkan oleh konsumen dan para pedagang tersebut mayoritas beragama Islam, tetapi meskipun demikian dalam proses jual beli banyak sekali terjadi kecurangan dan praktik yang diharamkan karena manusia memiliki keinginan untuk mendapatkan keuntungan yang besar. Pedagang sembako sering tidak menghiraukan etika di

dalam berdagang. Para pedagang tersebut selalu bersikap semaunya sendiri dalam mencari suatu laba.

Pengurangan takaran sering dijumpai pada praktik perdagangan barang sembako. Seperti pada saat menjual telur seberat  $\frac{1}{4}$  kg, pada saat menimbang telur pedagang tersebut memberikan takaran yang kurang dari  $\frac{1}{4}$  kg pada seorang pembeli, hal semacam ini tidak hanya dilakukan oleh satu pedagang saja. Selain itu penakaran pada gula pasir juga tidak mencapai takaran yang semestinya. Takaran gula pasir yang seberat  $\frac{1}{2}$  kg selalu kurang dari takaran aslinya. Disisi lain, pada saat melayani pembeli para pedagang juga tidak memiliki sifat ramah. Hal sedemikian sering dijumpai pada saat pembeli menawar harga barang dagangannya.

Melihat permasalahan tersebut peneliti tertarik untuk meneliti secara mendalam kegiatan atau perilaku yang dilakukan oleh para pedagang di pasar tradisioanal Lakessi Kota Pare-Pare berdasarkan prespektif etika bisnis Islam. Maka peneliti mengangkat **“Perspektif Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Pasar”** Sebagai bahan penelitian tugas akhir kuliah.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimanakah Perspektif Etika Bisnis Islam dalam perdagangan?
2. Bagaimanakah Perilaku pedagang di pasar tradisional Lakessi Kota Parepare?
3. Bagaimanakah Penerapan etika bisnis islam dipasar tradisional Lakessi Kota Pare-pare?

### C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui perilaku pedagang menurut perspektif etika bisnis islam di pasar Lakessi kota Parepare.
2. Untuk mengetahui bagaimanacara pedagang menerapkan rasa keimanan di hatinya agar tidak memanipulasi suatu timbangan yang curang dan meningkatkan suatu etika bisnis dalam pemasaran.

### D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi pedagang
  - a. Akan terciptanya persaingan usaha yang sehat, serta perilaku berdagangan yang tidak menyimpang dengan menerapkan nilai-nilai etika bisnis sehingga di peroleh keberkahan hidup di dunia dan kemenangan di akhirat kelak.
2. Bagi peneliti
  - a. Menambah pengetahuan teoritis dan memperluas wawasan untuk mempelajari secara langsung dan menganalisis hubungan tentang ada tidaknya etika bisnis yang di lakukan pedagang
  - b. Menambah khasanah keilmuan tentang ekonomi islam khususnya bagi penulis sendiri dan bagi pembaca umumnya.

### 3. Pihak lain

Dapat di jadikan informasi tambahan bagi para pembaca untuk menambah referensi bagi penelitian khususnya mengenai persaingan pedagang.

## **BAB II**

### **TINJAUAN TEORITIS**

#### **A. Perilaku Pedagang**

Tingkah laku adalah sifat yang ada pada diri manusia. Tingkah laku manusia pada dasarnya ditentukan oleh niat tertentu. Dalam rujukan Kata Besar Bahasa Indonesia, tingkah laku adalah reaksi atau tanggapan seseorang yang ditunjukkan dalam perkembangan (watak), bukan hanya badan atau wacana. Spesialis memiliki perspektif mereka sendiri tentang pentingnya perilaku ini.

#### **B. Pasar Tradisional**

Pasar dalam hal keuangan memahami pentingnya individu atau pembeli (pembeli) dan penjual (pembuat dan pedagang) yang menyebabkan pertukaran setelah kedua pemain tersebut menentukan pilihan tentang keadaan (jumlah) tertentu dari barang dagangan dengan karakteristik tertentu yang objek pertukaran. Dua pemain antara pembeli dan dealer mendapat untung dengan pertukaran. Pembeli mendapatkan barang dagangan yang ideal untuk mengatasi dan memenuhi masalahnya sementara dealer mendapatkan ketidakteraturan pembayaran yang kemudian digunakan untuk mendukung aktivitasnya sebagai pengusaha atau pedagang uang. Sementara itu, menurut para ahli arti pasar adalah sebagai berikut:

1. Philip Kotler dan Dim Armstrong mencirikan pasar adalah sekelompok pembeli nyata dan mungkin dari suatu barang atau administrasi. Ukuran pasar

sebenarnya tergantung pada individu yang menunjukkan kebutuhan, dapat berdagang.

2. Hendri Ma'ruf mencirikan bahwa kata pasar memiliki tiga implikasi, yaitu pasar dalam pengertian "tempat", yaitu tempat berkumpulnya penyalur atau pembuat dengan pembeli atau pembeli. Pasar dalam perasaan "komunikasi" minat dan penawaran, untuk lebih spesifik pasar sebagai tempat kerjasama jual beli. Pasar dalam perasaan berkumpulnya individu-individu daerah setempat yang memiliki kebutuhan dan daya beli. Pengaturan ini menyinggung dua hal, yaitu kebutuhan khusus dan daya beli. Jadi pasar adalah individu yang membutuhkan sesuatu atau dukungan dan bisa mendapatkannya.

Padahal yang dimaksud dengan sektor bisnis konvensional adalah ekonomi is yang sangat penting bagi mayoritas penduduk Indonesia. Masyarakat yang miskin yang bergantung kehidupannya pada pasar tradisional tidak sedikit. Pasar tradisional di pedesaan biasanya terhubung dengan pasar tradisional yang ada di perkotaan yang bisa menjadi sentral kulakan bagi pedagang pasar-pasar pedesaan di sekitarnya.

Pasar tradisional adalah tempat atau pasar yang di bangun dan di kelola oleh pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara, dan Badan Usaha Milik Daerah yang merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli dalam proses transaksi jual beli secara langsung dalam bentuk eceran dengan proses tawar menawar dsb bangunannya biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los, dan dasaran terbuka. Pasar tradisional biasanya ada dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbatas. Pasar seperti ini

umumnya dapat di temukan di kawasan permukiman agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar.<sup>10</sup>

Dalam pasar tradisional transaksi barang tidak dapat di tarik menurut perspektif dikhotomis “keuntungan yang maksimal, kerugian yang minimal” . Seorang pedagang tidak menerima uang dan pihak lain menerima barang, tetapi terdapat kebutuhan sosial yang ingin di dapat dari pihak lain, yakni pengharagaan yang bersifat timbal balik dalam hubungan yang starta, terjalin ikatan hubungan personal emosional. Demikian juga dengan konsumen atau pelanggan, tidak semata mendapat sesuatu barang yang diperlukan tetapi dapat “kepuasan” lain yang di perlukan, diantaranya tempat dan dengan siapa penjual yang dihadapinya. Dalam budaya masyarakat timur, belanja sambil bersosialisasi adalah lebih menjadi preferensi daripada belanja secara individualis, maka berbelanja sambil tukar bicara adalah salah satu modus pemuas kebutuhan, atau sebagai salah satu bagian yang menyertai komoditi yang harus di penuhi.<sup>11</sup>

#### 1. Ciri-ciri pasar tradisional

Ada beberapa ciri-ciri khusus mengenai pasar tradisional , dan ciri-ciri tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

- a) Adanya sistem tawar menawar antara penjual dan pembeli. Tawar menawar ini adalah salah satu budaya yang terbentuk di dalam pasar. Hal ini yang dapat menjalin hubungan sosial antara pedagang dan pembeli yang lebih dekat.

---

<sup>10</sup> Akhmad Muhajidin, *Etika Bisnis Dalam Islam Analisis Terhadap Aspek Moral Pelaku Pasar*, (Jurnal Hukum Islam, vol IV no.2, Desember 2005), hal.121.

<sup>11</sup> Siti Fatimah Nurhayati, *Pengelolaan Pasar Tradisional Berbasis Musyawarah...*, hal.51.

- b) Tempat usaha beragam dan menyatu dalam lokasi yang sama. Meskipun semua berada pada lokasi yang sama, barang dagangan setiap penjual menjual barang yang berbeda-beda. Selain itu juga terdapat pengelompokan dagangan sesuai dengan jenis dagangannya seperti kelompok pedagang ikan, sayur, buah, bumbu, dan daging.
- c) Sebagian besar barang dan jasa yang di tawarkan berbahan lokal. Barang dagangan yang di jual di pasar tradisional ini adalah hasil bumi yang di hasil oleh daerah tersebut meskipun ada beberapa ada dagangan yang diambil oleh dari hasil bumi dari daerah lain yang berada tidak jauh dari daerah tersebut namun tidak sampai mengimport hingga keluar pulau atau negara.<sup>12</sup>
- d) Letaknya yang strategis, dimana sebagian besar pasar tradisional terletak dekat wilayah pemukiman, biasa komoditi yang di perdagangkan adalah komoditi sehari-hari.<sup>13</sup>
- e) Pembayaran langsung kepada penjual, dalam pasar tradisional pedagang sibuk melayani, dan pembeli langsung melakukan pembayaran kontang kepada penjual.
- f) Penataan barang-barang yang di jual masih kurang rapih dan sedikit berantakan.<sup>14</sup>

Sedangkan yang dimaksud

<sup>12</sup> Akhmad Muhajidin, *Etika Bisnis Dalam Islam...*, hal. 122.

<sup>13</sup> Reza Susanto dan Muhammad Yusuf, Identifikasi karakteristik Pasar Tradisional di Wilayah Jakarta Selatan (Studi Kasus: pasar cipular, Pasar Kabayoran Lama, Pasar buta Putih, dan pasar Santa), *Jurnal teknik planologi Universitas Esa Unggul*, Jkarta, vol.1, 2010 hal.5.

<sup>14</sup> Suwanto, Sunardi, Sarwiyanto, Yuliana, Murtini, *Ayo Belajar di Sekolah*, (yogyakarta: KANISIUS, 2010), hal.104.

2. Pasar Modern ialah pasar mengedepan konsep profesionalisme dan kualitas pelayanan untuk menarik konsumen sebanyak-banyaknya. Karena itu, ada ciri-ciri mengenai swalayan atau pasar modern yang di antaranya adalah sebagai berikut:

- a) Desain tata bangunan sejak awal telah mempertimbangkan keterpaduan dan kenyamanan, dengan penyediaan lahan parkir.
- b) Ruang yang nyaman, berbeda dengan pasar tradisional, jika di pasar modern tempatnya lebih nyaman.
- c) Kemudahan akses dengan transportasi umum, di pasar modern tempatnya mudah di jangkau
- d) Pemilihan jenis barang, pemilih bisa memilih sesuka hatinya.
- e) Selain itu, di kenal juga konsep *self service* yang biasa di sebut swalayan dengan manajemen harga mati. Di pasar swalayan ini pembeli melayani dirinya sendiri, dengan mengambil barang-barang yang hendak di beli dan di masukkan dalam keranjang atau kereta dorong<sup>15</sup>
- f) Terdapat barcode di setiap barang. Barcode adalah sejumlah angka yang mewakili satu jenis barang, berisi keterangan yang mewakili

---

<sup>15</sup> Nel Arianty, *Analisis Perbedaan Pasar Modern dan Pasar Tradisional Ditinjau Dari Strategi Tata Letak (Lay Out) dan Kualitas Layanan Untuk Meningkatkan Posisi Tawar Pasar Tradisional*, (Jurnal Manajemen & Bisnis-Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara, Vol,13 No1, 2014), hal.19.

barang tersebut, dan jumlah tergantung jumlah informasi yang di sertakan pembeli.<sup>16</sup>

- g) Pelayanan dari pramuniaga yang sangat memanjakan konsumen. Barang-barang yang di ambil atau yang hendak di hitung oleh kasir.
- h) Pembayaran yang praktis, ada yang membayar dengan uang dan ada yang membayar dengan kartu kredit. Jadi seseorang tidak perlu membawa uang dalam jumlah yang banyak yang dapat menimbulkan banyak masalah, misalkan pencopetan, dan penjambretan.<sup>17</sup>

### C. Etika Bisnis Islam

Membahas Moral Bisnis Islam, tentunya kita perlu memikirkan moral bisnis itu sendiri. Moral adalah bagian dari teori, moral terikat dengan pemahaman sebagai cara berpikir atau penalaran perilaku. Akhlak adalah bagian dari teori yang tersusun dengan nilai-nilai atau ciri-ciri. Moral menggabungkan pemeriksaan dan penggunaan ide-ide hak-hak-dasar, sangat buruk, dan kewajiban. Moral adalah bagian dari teori yang berbicara tentang ketakutan dan mengutuk nilai kualitas etis. Standar adalah nilai-nilai tentang dapat diterima dan mengerikan sedangkan moral adalah dasar dan menjelaskan mengapa sesuatu seharusnya beruntung atau tidak beruntung.

Dalam kumpulan gagasan Islam, akhlak dipandang sebagai kualitas etis atau adaptasi yang menitikberatkan pada kualitas yang mendalam. Ahmad Amin memberikan batasan, bahwa akhlak atau kualitas etika adalah ilmu yang

<sup>16</sup> Ivan Ariakandi, Sukses Berbisnis Ritel, (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2013) hal. 18.

<sup>17</sup> Surwanto, Sunardi, Sarwiyanto, Yuliana, Murtini, *Ayo Belajar di Sekolah...*, hal. 10

menjelaskan pentingnya kebaikan dan keburukan, menjelaskan bagaimana orang harus berurusan dengan orang lain, mengungkapkan tujuan yang menjadi fokus orang dalam aktivitas mereka dan menunjukkan pendekatan terbaik untuk melakukan apa. harus selesai. Lebih tegas lagi seperti yang ditunjukkan oleh Madjid Fakhri, akhlak adalah penggambaran objektif dari sifat dan premis kegiatan dan pilihan yang benar. Moral adalah penyelidikan norma-norma yang baik yang tujuannya adalah untuk memutuskan prinsip-prinsip yang benar atau mendukung pemikiran yang hebat. Moral berusaha untuk membuat dugaan moral antara yang baik dan yang buruk dan yang baik yang besar dan yang jahat.

Selain itu, semua hal dipertimbangkan, bisnis memiliki dua konsekuensi standar, karena yang terpenting bisnis adalah pengembangan dan selain itu bisnis adalah asosiasi. Menurut Raimon E. Glos, bisnis adalah setiap kegiatan yang difasilitasi oleh orang-orang yang bekerja di bursa dan industri yang memberikan pekerjaan dan barang-barang untuk mengurus masalah mereka, mengikuti dan mengerjakan aturan mereka dan pemenuhan individu.

Dalam referensi kata bahasa Indonesia, bisnis dicirikan sebagai bisnis pertukaran, bisnis di bidang pertukaran, dan lapangan bisnis. Bahasa bisnis memiliki beberapa implikasi, khususnya bisnis, pertukaran, toko, organisasi, kewajiban, bisnis, hak. Dari pemahaman bahasa ini, bisnis menunjukkan dirinya sebagai tindakan keuangan sejati yang pada dasarnya diselesaikan dengan membeli dan menjual atau memperdagangkan tenaga kerja dan produk.

Di semua ruang, moral bisnis membantu bisnis dengan mengarahkan untuk bergerak menuju masalah bisnis dengan sentuhan etis. Moral bisnis membantu

supervisor, ahli keuangan lainnya untuk mendapatkan hal-hal yang tidak dapat tertangkap mata dari masalah keuangan administrasi murni dan menangani berbagai masalah dengan menggunakan metode yang sesuatu di luar pendekatan aspek keuangan administrasi.

Moral bisnis membangkitkan bahwa dalam bekerja sama, kita melanjutkan untuk bertindak dan bertindak sebagai orang yang memiliki aktivitas moral. Berkenaan dengan bisnis sebagai panggilan terhormat, moral bisnis menyambut individu untuk berusaha membuat bisnis (moral) yang layak dan gambaran dewan.

Seperti yang ditunjukkan oleh sumber artistik, moral bisnis bergantung pada pelajaran yang ketat. Dalam Islam banyak sumber tulisan yang dapat diakses dan kode hukum yang mengarahkan hal-hal properti dan kelimpahan menyinggung kitab suci Al-Qur'an dan interpretasinya sebagai praktik Nabi.

Mengenai ide politik Islam dalam ide moral bisnis, sangat diidentikkan dengan semua inklusivitas pelajaran Islam itu sendiri, di mana ide aqidah yang dimulai dari ide syahadat yang memandang keesaan Allah sebagai pencipta kekuatan Ilahi, segalanya menjadi sama, dan mengarahkannya dan mengakui Kurir Allah. Sebagai seorang kurir, ia adalah pribadi yang patut diteladani dalam segala aspek kehidupannya. Ini menyiratkan bahwa gagasan semacam itu harus dicontohkan dalam representasi cinta sejati kepada Tuhan sebagai gagasan komunikasi vertikal dan etika (moral) dalam gagasan tingkat kerjasama. Ide-ide aqidah, cinta, dan etika seperti itu mengatur seluruh keberadaan seorang Muslim

selama 24 jam, tanpa mengakui faktor-faktor nyata kehidupan pribadi dan publik, termasuk dunia bisnis.

Bisnis Islami adalah perkembangan praktik bisnis dalam struktur yang berbeda yang tidak dibatasi oleh jumlah (jumlah) tanggung jawab untuk (produk/administrasi) termasuk manfaat, namun dibatasi oleh strategi untuk mengamankan dan teknik untuk memperoleh. pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram). Setiap manusia memerlukan harta untuk memenuhi kebutuhannya karena manusia berusaha memperoleh harta kekayaan itu salah satunya melalui bekerja. Sedangkan salah satu dari ragam bekerja adalah berbisnis dengan kendali syariat, bisnis dalam Islam bertujuan untuk mencapai empat hal utama yaitu:

1. Target hasil profit materi dan benefit non materi.

Tujuan bisnis tidak selalu untuk mencapai profit (qimah maddiyah atau nilai materi) tetapi juga harus memperoleh dan memberikan keuntungan atau manfaat (non materi,) baik bagi si pelaku bisnis sendiri maupun pada lingkungan yang lebih luas, seperti pada terciptanya persaudaran, kepedulian sosial dan sebagainya.

Disamping mencari qimmah maddiyah masih ada dua orientasi lainnya yaitu qimah khuluqiyah dan ruhiyah. Qimmah khuluqiyah adalah nilai akhlak mulia yang menjadi kemestian yang muncul dalam kegiatan bisnis, sehingga tercipta hubungan persaudaran yang Islami baik antara majikan dengan buruh, maupun antara penjual dan pembeli (bukan hanya sekedar hubungan fungsional maupun profesional semata) sedangkan

qimah ruhiyah adalah perbuatan tersebut dimaksudkan untuk mendekatkan diri kepada Allah. Dengan kata lain ketika melakukan aktivitas bisnis, maka harus disertai dengan kesadaran hubungannya dengan Allah. Inilah yang dimaksud bahwa setiap perbuatan adalah ibadah.

## 2. Pertumbuhan

Jika profit materi dan benefit non materi telah diraih, maka diupayakan pertumbuhan atau kenaikan akan terus menerus meningkat setiap tahunnya dari profit dan benefit tersebut. Pertumbuhan ini tentunya harus tetap berada dalam koridor syariah, misalnya dengan meningkatkan jumlah produksi seiring dengan perluasan pasar dan peningkatan inovasi agar bisa menciptakan produk baru dan sebagainya.

## 3. Keberlangsungan

Pencapaian target hasil dan pertumbuhan terus diupayakan keberlangsungannya dalam kurung waktu yang cukup lama.

## 4. Keberkahan

Faktor keberkahan atau upaya mencapai ridho Allah, merupakan puncak kebahagiaan hidup muslim para pengelola bisnis harus mematok orientasi keberkahan menjadi visi bisnisnya agar senantiasa dalam kegiatan bisnis selalu berada dalam kendali syariat dan diraihnya keridhoan Allah.

### **D. Perspektif Teoritis Dalam Penelitian Kualitatif**

Teori-Teori Penunjang Dalam Penelitian Kualitatif

#### ***a. Fenomenologi***

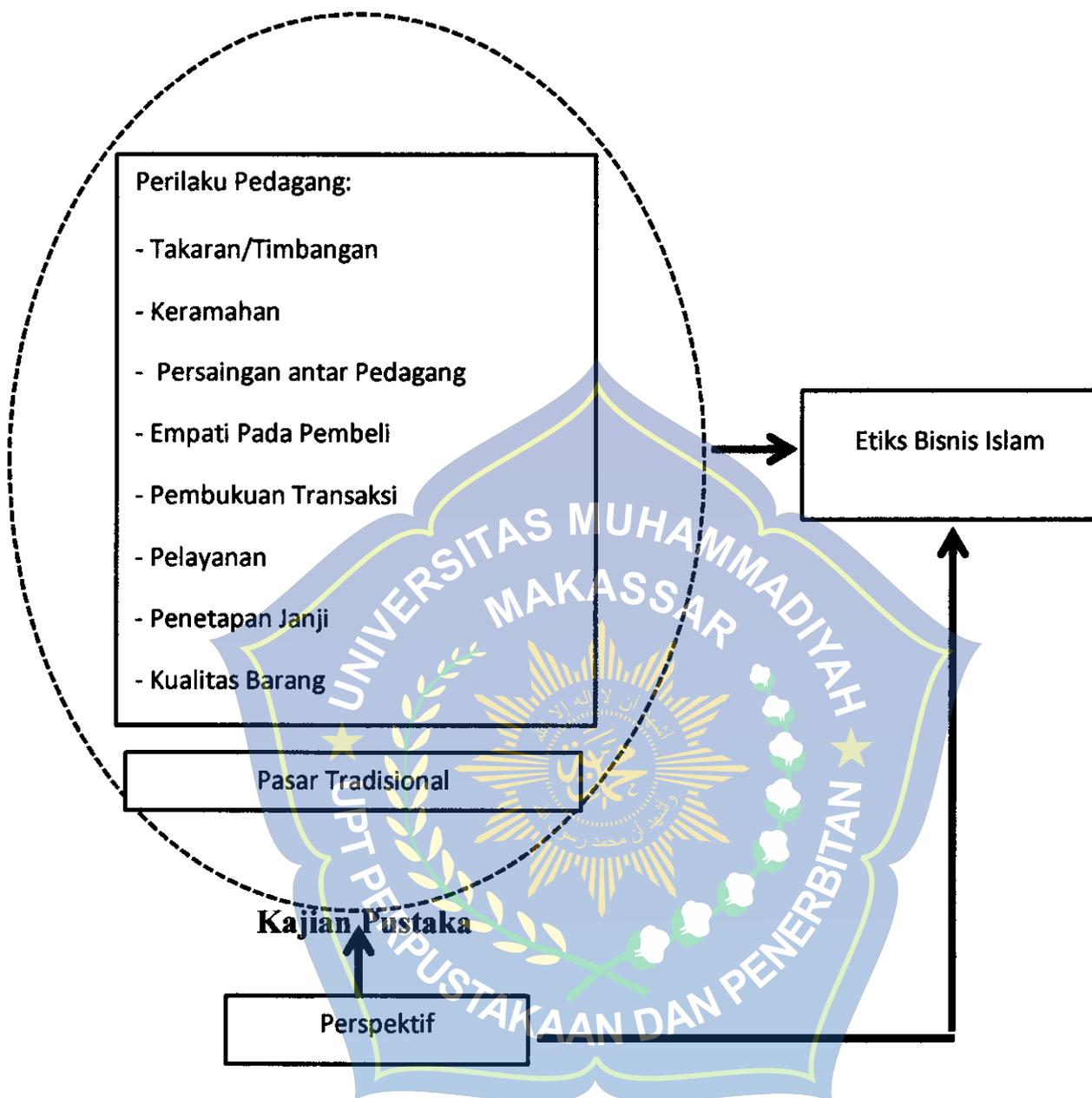
Perspektif ini mengarahkan bahwa apa yang dicari peneliti dalam kegiatan penelitiannya, bagaimana melakukan kegiatan dalam situasi penelitian, dan bagaimana peneliti menafsir beragam informasi yang telah digali dan dicatat, semuanya bergantung pada *perspektif teoritis* yang digunakannya. Penelitian dengan pendekatan Fenomenologi berusaha untuk memahami makna dari berbagai peristiwa dan interaksi manusia didalam situasinya yang khusus. Penelitian dengan cara ini dimulai dengan sikap diam dan terbuka tanpa prasangka. Para penganut Fenomenologi percaya bahwa ada berbagai cara bagi manusia untuk menginterpretasikan pengalamannya sehari-hari lewat interaksi dengan orang lain, dan makna dari pengalamannya itulah yang menyusun realitas bagi dirinya.

#### **b. Hermeneutik**

Hermeneutik mengarah pada penafsiran ekspresi yang penuh makna dan dilakukan dengan sengaja oleh manusia. Artinya, kita melakukan interpretasi atas interpretasi yang telah dilakukan oleh pribadi atau kelompok manusia terhadap situasi mereka sendiri. Dalam sebuah interpretasi terhadap suatu hasil karya, diyakini bahwa karya atau peristiwa memiliki makna dari interpretasi para pelaku atau pembuatnya.

### **E. Kerangka Berfikir**

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu mengenai variabel pedagang dan pasar tradisional dalam etika bisnis Islam maka dapat dikembangkan dengan kerangka berfikir berikut ini:



**Gambar 1.1**

Beberapa ahli telah menyimpulkan bahwa pasar adalah tempat untuk melakukan pertukaran pada barang tertentu atau kumpulan barang tertentu. Pasar merupakan tempat berkumpulnya penjual dan pembeli. Dealer atau pedagang adalah individu yang menukar, menukar barang dagangan yang tidak diciptakan tanpa orang lain, untuk mendapatkan keuntungan. Sedangkan pembeli atau

pembelanja adalah individu yang mendidik tentang keinginannya, sehingga menguntungkan kedua pemain. Cara produktif yang dimaksud adalah tanpa komponen misrepresentasi. Seperti dalam hadis [Bukhari hadits no. 2006 dan Muslim hadits no. 1531]

إِذَا تَبَايَعَ الرَّجُلَانِ فَكُلُّ وَاحِدٍ مِنْهُمَا بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا وَكَانَا جَمْعًا  
 أَوْ يَخْتِيرُ أَحَدُ هُمَا الْآخَرَ فَإِنْ خَيْرَ أَحَدُ هُمَا الْآخَرَ فَنَبَايَعَا عَلَى ذَلِكَ فَقَدْ  
 وَجَبَ الْبَيْعُ وَإِنْ تَفَرَّقَا بَعْدَ أَنْ تَبَايَعَا وَلَمْ يَتْرُكْ وَاحِدٌ مِنْهُمَا الْبَيْعَ فَقَدْ وَجَبَ  
 الْبَيْعُ<sup>18</sup>

*“Bila dua orang saling berjual beli, maka masing-masing dari keduanya memiliki hak pilih selama keduanya belum berpisah dan masih bersama-sama, atau salah satu dari keduanya menawarkan pilihan kepada kawannya. Bila salah satu dari keduanya menawarkan pilihan yang ditawarkan tersebut maka telah selesailah akad jual beli tersebut. Bila lalu mereka berpisah setelah mereka menjalankan akad jual beli, dan tidak ada seorang pun dari keduanya yang membatalkan akad penjualan*

<sup>18</sup> [Bukhari hadits no. 2006 dan Muslim hadits no. 1531]

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Dalam eksplorasi logis, strategi pemeriksaan merupakan kerangka kerja yang harus dilakukan. Hal ini karena strategi eksplorasi sangat penting untuk menentukan langkah-langkah kerja untuk mencapai tujuan pemeriksaan. Dengan cara ini, spesialis harus memilih dan memutuskan strategi yang tepat untuk mencapai hasil terbaik dalam pemeriksaan mereka.

Strategi eksplorasi adalah teknik-teknik yang digunakan oleh para analis dalam bergerak menuju objek yang diteliti, strategi-strategi ini merupakan aturan-aturan bagi seorang ilmuwan dalam melakukan penyelidikan sehingga dapat dikumpulkan secara memadai dan cakap untuk diteliti sesuai dengan target yang ingin dicapai.

##### **1. Pendekatan penelitian**

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metodologi subjektif, yaitu teknik pemeriksaan khusus yang menghasilkan informasi yang menjelaskan sebagai wacana atau penyusunan dan perilaku yang dapat memiliki kepentingan dengan individu (subjek) itu sendiri. Dengan eksplorasi subyektif ini, analis akan membuat gambaran yang jelas tentang item yang dikonsentrasikan dengan sengaja, baik dalam kaitannya dengan realitas saat ini, atribut, dan hal-hal lain yang diidentifikasi dengan topik pemeriksaan.

Eksplorasi subjektif berencana untuk memahami keajaiban atau keajaiban sosial dengan memberikan klarifikasi sebagai gambaran yang wajar dari keajaiban

atau keajaiban sosial tersebut sebagai rangkaian kata yang pada akhirnya akan membuat hipotesis. Konsekuensi dari pemeriksaan subjektif diperlukan untuk memiliki pilihan untuk memperoleh pemahaman tentang keajaiban tertentu menurut sudut pandang anggota yang mengalami keajaiban.

Informasi subyektif tidak terstruktur seperti keragaman informasi yang diberikan oleh sumber (individu, anggota, atau responden yang ditanya) sangat berbeda, kondisi ini sengaja dilakukan oleh para ahli mengingat tujuannya adalah untuk memperoleh keunggulan, bawah dan pemikiran atau perspektif yang luas dari setiap anggota. Kesempatan anggota untuk menyatakan sudut pandang mereka memberdayakan spesialis untuk memperoleh pemahaman yang unggul tentang masalah yang sedang direnungkan. Selanjutnya, informasi subjektif pada umumnya akan digunakan dalam pemeriksaan eksplorasi.<sup>19</sup>

## 2. Jenis penelitian

### Jenis penelitian Kualitatif atau kuantitatif

Berdasarkan pada jenis permasalahan yang di bahas dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan pola penelitian studi kasus. Secara teknis studi kasus adalah suatu penelitian yang mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang, dan interaksi lingkungan suatu unit sosial, individu, kelompok, lembaga, maupun masyarakat.<sup>20</sup> Studi kasus juga dikenal sebagai studi yang bersifat komprehensif, intens, rinci, dan mendalam serta lebih diarahkan sebagai kekinian.

---

<sup>19</sup> Istijanto, *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005), hal 46.

<sup>20</sup> Suharsismi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), hal. 14.

Sebagai aturan umum, investigasi kontekstual memberikan akses atau kebebasan yang luas kepada para ilmuwan untuk melihat dari atas ke bawah, detail, serius, dan sepenuhnya unit sosial yang diperiksa. Analisis kontekstual dalam penelitian ini adalah tentang bagaimana perilaku pedagang pasar konvensional Lakessi Pare dalam pandangan moral bisnis Islam.

### **B. Lokasi Penelitian**

Sejauh ini, pemeriksaan ini dikenang untuk jenis penelitian lapangan (field research). Dari informasi yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka, informasi pemeriksaan ini menggunakan strategi subjektif. Dalam penyelidikan ini pencipta mengambil kawasan di pasar adat Lakessi Parepare. Sedangkan penjelasan analisis memilih kawasan ini dengan alasan dipandang penting untuk mengetahui bagaimana perilaku para calo pasar telaga adat dalam pandangan moral bisnis Islami. Tentang perbuatan para pelaku yang sering terjadi di bursa jual beli.

### **C. Kehadiran Peneliti**

Seluruh rangkaian dan siklus pengumpulan informasi selesai tanpa ada orang lain sebagai instrumen utama dalam ujian ini. Eksplorasi terjadi dalam setting logis, yang membutuhkan penelitian di lapangan, analisis menyebutkan fakta yang dapat diamati pada subjek penelitian atau saksi untuk situasi ini di Pasar Adat Lakessi, serta mengumpulkan laporan-laporan penting. Dalam pemeriksaan subjektif, penulis esai juga berperan sebagai instrumen pengumpul data. Instrumen selain manusia dapat pula digunakan seperti pedoman wawancara,

pedoman observasi dan kamera. Tetapi fungsinya terbatas sebagai pendukung tugas peneliti sebagai instrumet. Oleh karena itu kehadiran peneliti dilapangan untuk penelitian kualitatif sangat di perlukan.

Dalam proses pengumpulan data yang dilakukan dengan observasi dan wawancara, peneliti bertindak sebagai pengamat partisipan pasif. Maka untuk itu peneliti harus bersikap sebaik mungkin, hati-hati dan sungguh-sungguh dalam menjaring data sesuai dengan kenyataan dilapangan sehingga data yang terkumpul benar-benar relevan dan terjamin keabsahannya.

#### **D. Sumber Data**

Menurut Arikunto yang dimaksud dengan sumber data dalam peneltian adalah sumber dari mana data yang diperoleh.<sup>21</sup> Data-data tersebut terdiri atas dua jenis yaitu data yang bersumber dari manusia dan data yang bersumber non manusia dan data di kumpulkan berhubungan dengan focus penelitian. Menurut Lorfland dan lofrand dalam buku Tanzeh dalam penelitian kualitatif “sember data terdiri dari data utama dalam bentuk kata-kata atau ucapan atau perilaku orang-orang yang diamati dan diwawancarai”<sup>22</sup>

##### **a. Data Primer**

Menurut S. Nasution data primer adalah data yang dapat di peroleh langsung dari lapangan atau tempat penelitian. Sedangkan menurut lofland bahwa sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan. Kata-kata dan tindakan merupakan sumber data yang

---

<sup>21</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur penelitian Suatu Pendekatan Praktik.....*, hal. 129.

<sup>22</sup> Ahmad Tanzeh Dan Suyitno, *dasar-Dasar Penelitian*, (Surabay:Elkaf, 2006), hal.131.

diperoleh dari lapangan dengan mengamati atau mewawancarai. Jadi data primer dalam penelitian ini adalah data yang di peroleh langsung dari sumber pertama berupa hasil wawancara dengan informan yang dianggap relevan untuk diambil data darinya.

b. Data sekunder

Informasi tambahan adalah informasi yang diperoleh dari sumber kedua setelah informasi penting. Menurut sumber informasi, bahan tambahan mulai dari sumber tersusun dapat diisolasi menjadi sumber buku dan majalah logis, sumber dan kronik, laporan individu dan arsip resmi. Informasi yang diperoleh dari informasi opsional tidak boleh diperoleh lagi. Sumber yang tidak langsung memberikan informasi kepada otoritas informasi.

Pemeriksaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah contoh purposive, yang bermaksud untuk menyelidiki data yang akan menjadi premis rencana dan hipotesis yang muncul. Dengan demikian, sumber informasi dalam investigasi ini disusun menjadi 3 bagian:

- 1) Individu, menjadi sumber informasi tertentu yang dapat memberikan informasi sebagai jawaban melalui wawancara atau jawaban yang disusun melalui survei. Diingat untuk sumber informasi ini adalah pengurus atau staf pasar adat Lakessi dan para pedagang di pasar Lakessi
- 2) Spot, yaitu sumber informasi yang hadir darinya, dapat diperoleh gambaran kondisi yang diidentifikasi dengan masalah yang diteliti.

3) Sumber informasi berupa kertas. Informasi yang diperoleh melalui laporan sebagai catatan, file, atau foto yang dapat memberikan data tentang masalah yang diidentifikasi dengan penelitian.c

### E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam suatu survei penelitian, tidaklah harus diteliti semua individu yang ada dalam populasi objek tersebut dalam hal ini di perlukan sampel atau contoh sebagai representasi objek penelitian. Oleh karena itu persoalan penting dalam pengumpulan data yang harus di perhatikan adalah “bagaimana dapat di pastikan atau di yakini bahwa sampel yang di tetapkan adalah representative”.<sup>23</sup>

Pengumpulan data merupakan langkah yang sangat penting dalam penelitian, karena itu seorang peneliti harus terampil dalam pengumpulan data agar mendapatkan data yang valid. pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Oleh karena itu, tahap pengumpulan data tidak boleh salah dan harus dilakukan dengan cermat sesuai prosedur dan ciri-ciri penelitian kualitatif.<sup>24</sup>

#### a. Observasi

Observasi adalah observasi dan perekaman yang efisien dari keajaiban yang diperhatikan. Dengan strategi ini, analis melihat secara langsung. Persepsi langsung adalah metode pengumpulan informasi menggunakan mata tanpa bantuan instrumen standar lainnya untuk alasan ini. Persepsi langsung juga dapat memperoleh informasi dari subjek yang

<sup>23</sup> Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif*,....., hal.77

<sup>24</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi*,....., hal.30

tidak dapat menyampaikan secara lisan atau tidak memiliki keinginan untuk menyampaikan secara lisan.

Sebagai seorang analis pemeriksaan subyektif, eksplorasi sebenarnya berlangsung sebagai alat pengumpulan informasi sehingga mereka dapat mengamati secara langsung dan dapat lebih mudah menyukai keadaan sebenarnya di lapangan. Silaturahmi tersebut dimanfaatkan sebagai sumber informasi dalam peninjauan berbagai pertanyaan atau pimpinan instansi sebenarnya Kantor Pertukaran dan Niaga Kota Parepare.

#### **b. Wawancara**

Wawancara adalah bentuk komunikasi antar dua orang melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya dengan mengajukan berdasarkan tujuan tertentu.<sup>25</sup> Metode ini bertujuan untuk memperoleh jawaban secara langsung dari responden sehubungan dengan objek penelitian, sehingga dapat memperoleh informasi yang valid dengan bertanya langsung dengan responden.

Dalam status sebagai teknik metodologis, maka pewawancara dituntut untuk memenuhi dua hal sekaligus:

- 1) Mempelajari pertanyaan yang ditanyakan, dan bagaimana menjawabnya.
- 2) Memperoleh jawaban dari pertanyaan yang diajukan. Tidak ada gunanya mengajukan pertanyaan yang peneliti sendiri tidak mengerti bagaimana harus menjawabnya

---

<sup>25</sup> Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Pt.Rosda Karya, 2016,)hal.180

Berdasarkan substansinya,

Dari segi jumlah orang yang diwawancarai, wawancara mendalam dibedakan menjadi dua jenis, yaitu wawancara perorangan dan wawancara kelompok. Riwayat hidup individu lazimnya dikumpulkan melalui wawancara perorangan. Fungsi wawancara tersebut, yaitu:

- 1) Mengkonstruksi mengenai orang, kegiatan, kejadian, pemasaran, pikiran, motivasi, organisasi;
- 2) Merekonstruksi kebetulan-kebetulan sebagai yang dialami masa lalu;
- 3) Memproyeksikan kebulatan-kebulatan sebagai yang telah diharapkan untuk dialami dimasa yang akan datang;
- 4) Memverifikasi, mengubah dan memperluas informasi yang di peroleh dari orang lain baik manusia maupun bukan manusia;
- 5) Memverifikasi, mengubah dan memperluas konstruksi yang dikembangkan oleh peneliti.<sup>26</sup>

Beberapa kelemahan dalam wawancara mendalam:

- 1) Sebagai suatu percakapan, wawancara terbuka akan kemungkinan pemalsuan, penipuan, kelebihan-lebihan, dan penyimpangan (distorsi). Dapat terjadi kesenjangan besar antara yang dikatakan dan dilakukan responden atau informan.
- 2) Orang mengatakan dan melakukan hal yang berbeda dalam situasi yang berbeda. Tidak dapat dianggap bahwa apa yang dikatakan

---

<sup>26</sup> Djamal, *Paradigma Penelitian Kualitatif* Cet. 2 Ed. Revisi, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2015), hal. 75.

seseorang pada saat wawancara adalah apa yang di yakini dan dikatakannya dalam situasi lain.

- 3) Sejauh pewawancara tidak mengamati langsung orang-orang dalam kehidupan mereka sehari-hari, maka pewawancara terjauhkan dari konteks yang penting guna memahami banyak pandangan yang disorotinya.

### **c. Dokumentasi**

Berbagai macam data dapat diperoleh melalui dokumentasi termasuk surat-surat resmi, artikel media, kliping, rekomendasi, laporan kemajuan dianggap berlaku untuk eksplorasi. Dokumentasi adalah catatan peristiwa yang telah berlalu. Dokumentasi bisa melalui komposisi, gambar, atau karya fantastis seseorang.

Hasil eksplorasi dari persepsi atau pertemuan, akan lebih valid/dapat diandalkan bila ditopang oleh sejarah kehidupan dekat rumah pada masa remaja, di sekolah, di tempat kerja, lokal, dan penggambaran diri. Hasil ujian juga akan lebih dapat dipercaya jika didukung oleh foto atau karya ilmiah dan imajinatif yang ada.

## **F. Teknik Analisis Data**

Analisis data merupakan upaya mencari dan mendata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara, dan lain-lainnya untuk meningkatkan

pemahaman peneliti tentang kasus yang di teliti dan menyajikan sebagai temuan bagi orang lain.<sup>27</sup>

Dari rumusan di atas dapatlah kita tarik garis besar bahwa analisis data bermaksud pertama-tama mengorganisasikan data. Data yang terkumpul banyak sekali dan terdiri dari catatan lapangan, komentar peneliti, gambar, foto, dokumen berupa laporan, biografi, artikel, dan sebagainya.

Setelah data dari lapangan terkumpul dengan menggunakan metode pengumpulan data di atas, maka peneliti akan mengolah dan menganalisis data tersebut dengan menggunakan analisis secara deskriptif-kualitatif, tanpa menggunakan teknik kuantitatif.

Analisis deskriptif-kualitatif merupakan suatu teknik yang menggambarkan dan menginterpretasikan arti data-data yang telah terkumpul dengan memberikan perhatian dan merekam sebanyak mungkin aspek situasi yang diteliti pada saat itu, sehingga memperoleh gambaran secara umum dan menyeluruh tentang keadaan sebenarnya.

Analisis data penelitian ini, penulis menggunakan analisis data induktif yaitu proses menganalisa yang berangkat dari fakta-fakta khusus yang kemudian ditarik generalisasi yang bersifat umum.

Menurut Miles dalam penelitiannya terdapat tiga jalur analisis data kualitatif, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Reduksi data adalah proses pemilihan, pemutusan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari

---

<sup>27</sup> Neong Muhadjir, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Pendekatan Positivistic, Rasionalistik, phenomologik, Dan Realism Metaphisik Telah studi Teks dan Penelitian Agama*, (Yogyakarta: Rake Serasin, 1998), hal 104.

catatan-catatan tertulis di lapangan. Proses ini berlangsung terus menerus selama penelitian berlangsung, bahkan sebelum data benar-benar terkumpul sebagaimana terlihat dari kerangka konseptual penelitian, permasalahan studi, dan pendekatan pengumpulan data yang dipilih peneliti.

Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

Kesimpulan-kesimpulan itu juga di verifikasi selama penelitian berlangsung, dengan cara :

- a. Memikir ulang selama penulisan.
- b. Tinjauan ulang catatan lapangan
- c. Tinjauan kembali dan tukar pikiran antar teman sejawat untuk mengembangkan kesepakatan intersubjektif
- d. Upaya-upaya yang luas untuk menempatkan salinan suatu temuan dalam seperangkat data yang lain

#### **G. Pengecekan Keabsahan Data**

Ada beberapa prosedur untuk memeriksa keabsahan suatu informasi, yaitu specific Believability, Adaptability, Dipendability, dan Confirmability. Prosedur yang berbeda ini dapat dipilih setidaknya satu untuk mencapai legitimasi informasi. Dengan demikian, analisis harus menunjukkan keaslian. Kontrol informasi akan menghasilkan legitimasi informasi dan tidak adanya keilmiah.

1. Validitas, menggabungkan latihan yang berbeda, khususnya:

- a. Memperluas strategi persepsi sehingga ada cukup kesempatan untuk mengenal responden, keadaannya saat ini dan latihan serta kejadian yang terjadi. Ini juga untuk mengecek data, agar bisa diketahui orang dalam.
- b. Persepsi nonstop, sehingga pemeriksaan dapat melihat sesuatu secara cermat, mendalam dan top to bottom, sehingga dapat mengenali mana yang penting dan mana yang tidak.
- c. Bagian pemeriksaan dimaksudkan untuk mengulang menjelang akhir setiap pertemuan, dengan tujuan agar subjek diperiksa.
  - a) *Adaptability*, yang merupakan legitimasi luar sebagai *adaptability*. Khususnya sejauh mana efek samping dari pemeriksaan dapat diterapkan atau disesuaikan dengan kasus-kasus di berbagai wilayah. Kesamaan antara mata pelajaran dan informasi ujian adalah petunjuk dari kemungkinan adaptasi. Berarti antara setidaknya dua masyarakat memiliki kesamaan tertentu. Bersama-sama agar orang lain memahami efek samping dari penelitian ini untuk menerapkannya, spesialis harus membuat laporan yang pasti, jelas, tepat, dan solid.
  - b) *Audiability* dan *trustworthiness* (Ketergantungan) yang mantap, atau jika tidak ada persamaan hasil bila diulangi dengan pemeriksaan yang berbeda dalam penyelidikan ini secara teratur tidak menyelesaikan interaksi eksplorasi ke lapangan, namun dapat memberikan informasi.

- c) Konfirmasi secara praktis setara dengan keandalan, untuk lebih spesifik mencoba konsekuensi dari interaksi pemeriksaan. Dalam hal hasil pemeriksaan merupakan komponen interaksi eksplorasi, maka pemeriksaan tersebut telah memenuhi pedoman konfirmabilitas. Dengan cara ini kedua analisa ini secara teratur dilakukan bersama-sama. Konfirmabilitas menyiratkan pengujian efek samping dari pemeriksaan, terkait dengan interaksi yang dilakukan. Dalam hal hasil pemeriksaan merupakan bagian dari interaksi eksplorasi yang dilakukan, maka pemeriksaan tersebut telah memenuhi pedoman konfirmabilitas.

#### **H. Tahap-Tahap Penelitian.**

Dalam penelitian ini, ada beberapa tahapan pemeriksaan yang harus diselesaikan agar interaksi eksplorasi lebih terarah, terpusat dan mencapai legitimasi terbesar serta mendapatkan hasil yang ideal. Tahapannya seperti berikut ini:

##### **1) Tahap Awal atau Fundamental**

Pada tahap ini, para ilmuwan mulai mengumpulkan buku-buku atau hipotesis yang diidentikkan dengan penguatan perempuan dalam mendukung ekonomi keluarga.

##### **2) Tahap Eksekusi**

Tahap ini diakhiri dengan pengumpulan informasi yang diidentifikasi dengan masalah penelitian dan bidang eksplorasi. Selama pengumpulan

informasi ini, penyusunan menggunakan strategi persepsi, pertemuan dan dokumentasi.

### 3) Tahap Pemeriksaan Informasi

Pada tahap ini, pencipta menggabungkan semua informasi yang telah dikumpulkan secara metodis dan mendalam sehingga informasi terbuka secara efektif dan penemuan-penemuan tersebut dapat diinformasikan dengan jelas kepada orang lain.

### 4) Tahap Perincian

5) Tahap ini merupakan tahap terakhir dari tahap eksplorasi yang dilakukan pencipta.



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Objek Penelitian

##### 1. Kondisi Pasar Sentral Lakessi Parepare



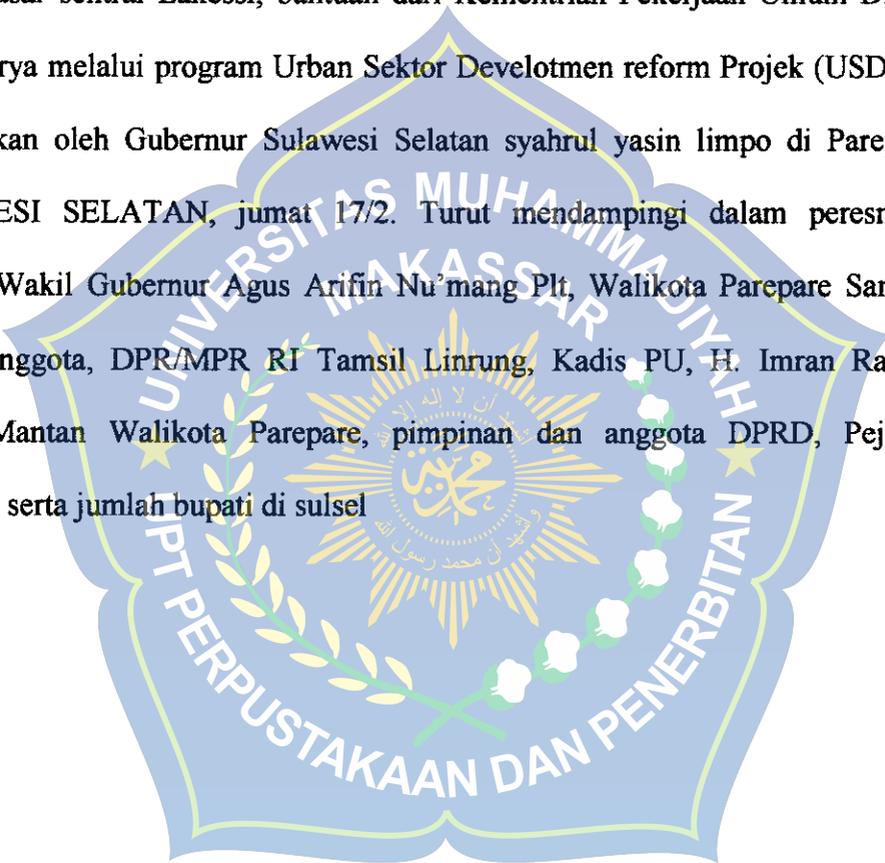
Gambar. 1.2

Pasar megah berlantai tiga ini, memiliki total kios 2.037 unit, 914 unit kios diantaranya berada di lantai dasar, lantai dua dan tiga masing-masing 771 dan 353 unit. Sementara ukuran kios terbagi 11 kategori, mulai ukuran kecil 1,5x2 meter hingga 4x4 m.

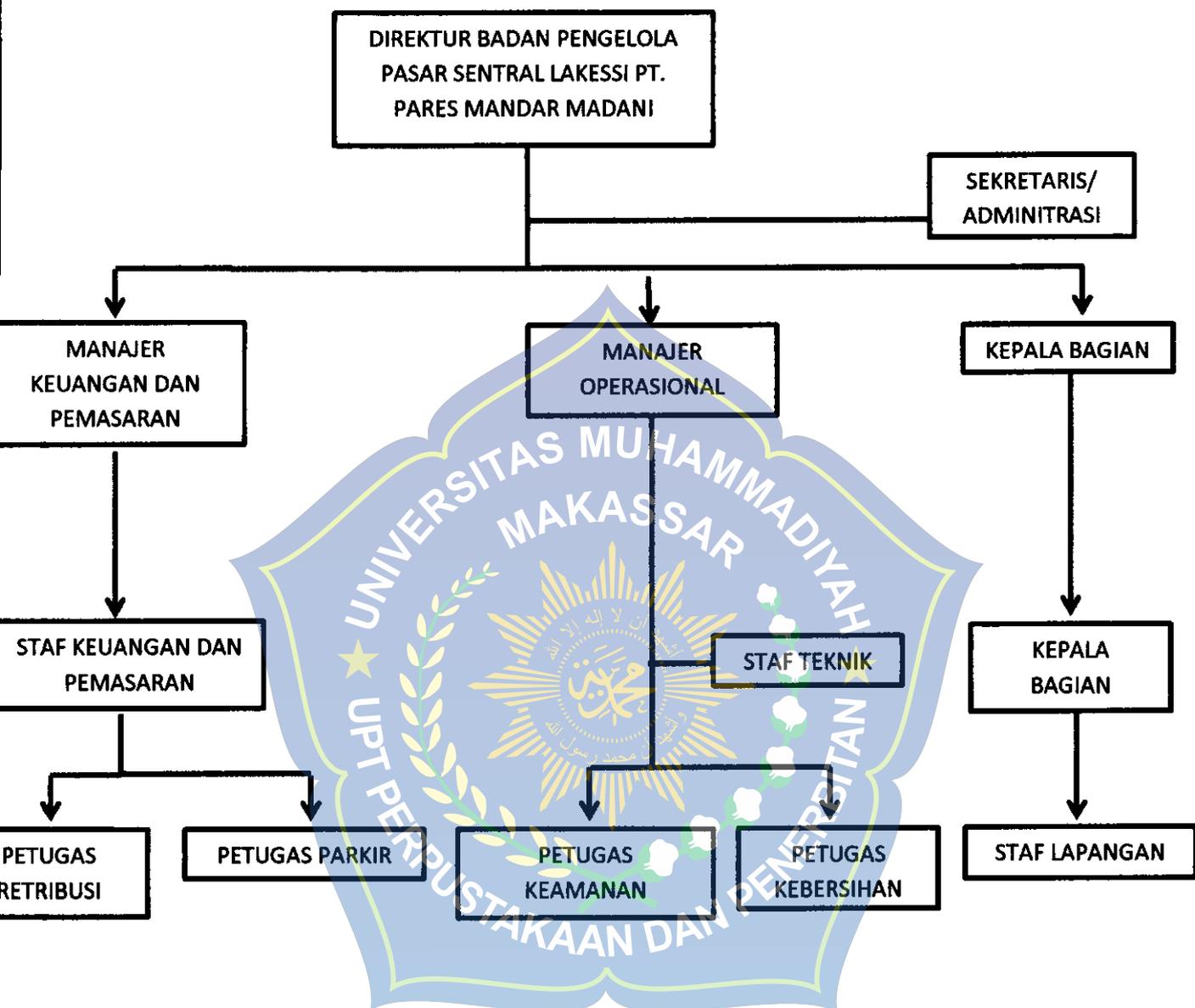
Selain itu pasar semi modern ini dilengkapi berbagai fasilitas penunjang , seperti eskalator, lift barang, lavatory, areal parker, sistem penanggulangan kebakaran, air bersih, Instalasi Pengolahan Air Limbah (IPAL) serta penangkal petir.

Gubernur Sulsel Syahrul Yasin Limpo memberikan apresiasi kepada pemerintah daerah Kota Parepare dengan keberadaan pasar sentral Lakessi. Menurutnya, hal ini merupakan suatu langka yang bagus dan langka yang maju Ia menghimbau agar pengaturannya di lakukan dengan pendataan serta administrasi yang profesional.

Pasar sentral Lakessi, bantuan dari Kementrian Pekerjaan Umum Ditjen Cipta Karya melalui program Urban Sektor Develotmen reform Projek (USDRT) di resmikan oleh Gubernur Sulawesi Selatan syahrul yasin limpo di Parepare SULAWESI SELATAN, jumat 17/2. Turut mendampingi dalam peresmian tersebut Wakil Gubernur Agus Arifin Nu'mang Plt, Walikota Parepare Samsul Alam, Anggota, DPR/MPR RI Tamsil Linrung, Kadis PU, H. Imran Ramli, Mantan-Mantan Walikota Parepare, pimpinan dan anggota DPRD, Pejabat Muspida, serta jumlah bupati di sulsel



## 1. Struktur Organisasi Badan Pengelola Pasar Sentral Lakessi



## 2. Saluran penyebaran produk kepada pembeli di Pasar Adat Lakessi



Gambar 1.4

a. Jalur Pembelian Barang Dagangan

Pasar Tradisional Lakessi tergolong sebagai pasar yang lengkap. Di pasar tradisional lakessi menyediakan segala jenis kebutuhan mulai dari bahan makanan, makanan, sembako, pakaian, tas, sepatu, asesoris, peralatan dapur, gerabah, mainan anak-anak, buah-buahan, obat-obatan dan lainlain. Namun untuk penelitian ini terfokus pada pedagang sembako. Pedagang sembako di Pasar Tradisional Lakessi mendapatkan barang dagangan tersebut dari pabrik (produsen), pedagng besar (grosir), dari agen. Dalam keputusan pengambilan barang dagangan ini tentunya akan mempengaruhi harga pokok pembeli barang dagangan. Dagangan yang di beli langsung dari produsen (pabrik) tentunya akan lebih murah jika dibandingkan dengan yang di beli dari grosir maupun agen atau sales.

Di pasar tradisional lakessi banyak pedagang grosir yang memilih berkeliling menawarkan dagangannya kepada pedagang yang ada di pasar tradisional lakessi. Akan tetapi harganya tentu lebih mahal jika dibandingkan dengan pedagang mengambil sendiri dagangannya kepada pedagang besar.

b. Jalur Penjualan Barang Dagangan

Dagangan yang telah diperoleh pedagang di pasar lakessi akan dijual kepada pedagang kepada konsumen akhir. Dagangan yang dijual kepada pedagang untuk dijual kembali bersifat grosir. Pembeli (yang dimaksud pedagang yang akan menjual kembali) ada yang datang dari sesama pedagang yang ada di pasar lakessi ada pula yang dari luar pasar

lakessi. Barang dari pedagang tersebut akan dijual kembali kepada konsumen akhir baik melalui perdagangan menggunakan kios untuk menjajakan dagangannya atau menggunakan sistem keliling kampung pembeli mayoritas adalah ibu-ibu yang membeli di pasar lakessi untuk kemudian dijual kembali di wilayah tempat tinggalnya secara kredit. Sebagai contohnya pedagang sayur keliling. Selain pembeli dalam bentuk grosir ada pula pembelian dalam bentuk satuan.

Para pedagang di pasar tradisional lakessi juga menjual kembali barang dagangannya pada konsumen akhir. Penjual ini biasanya dengan sistem ecer. Dan dari sinilah terjadi sistem tawar menawar diantara penjual dan pembeli. Untuk harga yang di tawarkan pada pembeli akhir biasanya lebih mahal dibanding dengan sesama pedagang.

## 2. Sarana Dan Prasarana

Pasar merupakan salah satu tempat masyarakat dalam mengupayakan pemenuhan kebutuhan. Pedagang memanfaatkan pasar untuk memasarkan barang dagangan yang berupa pangan, non pangan juga jasa-jasa lainnya. Pembeli memanfaatkan pasar untuk mendapatkan apa yang mereka perlukan. Dalam aktifitasnya yang berjalan untuk waktu yang lama tentunya diperlukan adanya sarana dan prasarana untuk mendukung kelancaran proses pertukaran tersebut. Berikut sarana dan prasarana yang ada di pasar tradisional lakessi.

Bangunan di dalam pasar tradisional lakessi bersifat permanen, namun ada beberapa tempat yang oleh pedagang dibangun kembali untuk

kenyamanan dalam berdagang dan keamanan. Berikut tempat berdagang yang disediakan oleh pasar tradisional lakessi parepare

<b>Jenis tempat berdagang</b>	<b>Jumlah pedagang</b>
Los	152 pedagang
Kios	21 pedagang
<b>Total</b>	<b>173 pedagang</b>

**Tabel 2.1 Sumber Pasar Tradisional Lakessi Parepare**

Selain tempat berdagang Pasar Tradisional Lakessi parepare juga didukung dengan adanya tempat parkir. Ada tiga tempat parkir yang berada di sekitar pasar. Namun, tempat parkir ini tidak di kelola oleh warga yang berada di sekitar pasar. Dari ketiga tempat parkir tersebut letaknya berbeda-beda. Di sebelah utara gerbang sebelah barat terdapat satu tempat parkir, sementara di sebelah timur gerbang sebelah selatan terdapat dua tempat parkir. Akan tetapi tempat parkir yang di sediakan disebelah timur tidak terlalu luas. Dimana masing-masing hanya dapat menampung kurang lebih 30 kendaraan.

### 3. Masalah Pasar Fokus Lakessi

Masalah normal yang dilihat oleh pasar fokus Lakessi meliputi:

- a. Masalah Keuangan Pasar Fokus Lakessi menghadapi persaingan yang luar biasa dengan fokus pembangunan saat ini yang menjamur seiring berkembangnya wilayah sekitarnya. Sudah, berbagai tempat kemajuan saat ini seperti Indomart, ruko dan toko kelontong telah didirikan. Mal

canggih ini pada umumnya akan menyebabkan penurunan omset bisnis Pasar Fokus Lakessi.

- b. Masalah Kondisi Perkantoran dan kerangka yang terdapat pada limbah (penghilangan massa air normal atau palsu) di pasar dirugikan dan beberapa sektor usaha belum diperkenalkan sehingga ketika hujan turun banjir. Tidak ada lampu listrik di dalam, jadi ketika pelaku meninggalkan atau membuka pangkalan saat matahari terbit masih belum redup.

Dalam penyelidikan ini, para ahli memusatkan perhatian pada pedagang makanan mendasar. Dari 20 pedagang makanan penting, ilmuwan mengambil 5 saksi yang berbicara dengan 20 pedagang makanan dasar di Pasar Fokus Lakessi.

Ini termasuk yang menyertai:

NO.	Nama Pedagang	Jenis Dagangan	Jenis Kelamin
1	Pak beddu	Sembako	Lakilaki
2	Ibu mina	Sembako	Perempuan
3	Pak udin	Sembako	Lakilaki
4	Ibu wati	Sembako	Perempuan
5	Ibu lina	Sembako	Perempuan

**Tabel 2.2 Daftar Informan Pedagang**

## **B. Keterbukaan Informasi**

## **C. Analisis Data Penelitian**

Berdasarkan paparan data di atas, terdapat perilaku pedagang yang berbeda-beda pada setiap pedagang sembako. Terkait perilaku dalam menjalankan bisnis ada beberapa aspek yang di antaranya ialah sebagai berikut:

a. Takaran Timbangan

Seperti halnya sikap pedagang dalam memberikan takaran pada para konsumennya. Berdasarkan hasil wawancara di atas, sikap yang dilakukan oleh Pak Beddu dalam suatu takaran, beliau memberikan takaran yang pas atau sempurna pada setiap pembeli. Seperti pada saat menimbang gula pasir, beras dan minyak goreng, takaran yang diberikan beliau tidak kurang dari takaran aslinya, begitu juga dengan ibu Wati, beliau hampir sama dengan Pak Beddu dalam memberikan takaran pada setiap pembeli. Pada saat menimbang gula, beras, telur maupun minyak goreng, beliau selalu memberikan takaran yang sempurna dengan alasan tidak mau merugikan setiap pembeli yang membeli barang dagangannya. Namun dari lima informan di atas tidak semua yang melakukan sikap seperti Ibu Wati dan Pak Beddu. Untuk Pak Udin yakni salah satu pedagang sembako di pasar sentral Lakessi, pada saat memberikan takaran pada pembeli tidak selalu sempurna. Hal ini bisa dilihat bahwa pada saat menimbang telur yang dijual dalam eceran. Pada saat menimbang telur seberat satu seperempat kilogram, namun takaran yang diberikan kadang masih kurang sempurna yakni kurang dari satu seperempat kilogram. Selain itu hasil takaran beliau pada gula pasir juga masih belum sempurna.

Untuk sikap yang dilakukan Ibu Mina pada saat memberikan takaran pada pembeli ialah ibu mina selalu memberikan hasil takaran yang sempurna. Seperti pada saat menimbang beras, gula maupun telur

beliau tidak pernah memberikan takaran yang kurang. Berbeda dengan Ibu mina.jika dengan ibu Lina pada saat memberikan takaran untuk barang yang dijualnya pada pembeli masih belum bisa dikatakan sempurna. Hal ini bisa dilihat pada saat beliau menjual gula pasir. Namun beliau juga beralasan bahwa hasil pengurangannya itu bisa untuk mengganti dari harga plastik sebagai pembungkus gula pasir.

#### Kualitas Produk/Produk

Dalam sikap memberikan suatu produk juga berbeda-beda pada setiap pedagang sembako. Jika dilihat dari kelima informan di atas seperti yang dilakukan oleh pak Beddu. Beliau selalu memberikan produk yang kualitasnya bagus. Apabila ada salah satunya produk yang rusak beliau selalu menukarnya pada sales yang sudah jadi langganannya. Selain itu pada saat menjual gula pasir beliau juga tidak mencampurnya antara gula pasir yang kualitasnya tidak bagus dengan gula pasir yang baru dengan kualitas yang bagus. Hal semacam ini dilakukan beliau dengan alasan supaya gulanya yang lam bisa terjual atau rusak.

Seperti halnya dilakukan oleh Ibu Wati. Pak Udin juga memberikan produk yang kurang bagus pada pembeli. Kasusnya sama dengan Ibu Wati, beliau mencampur gula pasir yang kualitasnya bagus dengan gula pasir yang sudah lama dan kualitasnya buruk. Alasannyapun sama yakni supaya gula pasirnya yang lama bisa laku terjual. Namun berbeda dengan sikap yang dilakukan oleh Ibu Mina. Beliau

memberikan produk kualitasnya bagus pada setiap pembeli. Selain itu gula, beras maupun minyak gorengnya juga berkualitas bagus. Namun sedikit berbeda dengan Ibu Lina, beliau memberikan kualitas produk kurang bagus. Yakni seperti dilakukan oleh Pak Udin dan Ibu Wati, beliau mencampur antara gula pasir yang lama atau rusak dengan gula pasir yang baru. Alasannya pun sama yakni supaya barang dagangannya bisa laku terjual.

### Keramahan

Untuk sikap keramahan juga berbeda-beda dari beberapa informan diatas. Untuk Pak Beddu sangat ramah pada saat berhadapan pada setiap orang ataupun pembeli yang mampir ke kiosnya, beliau selalu memberikan senyuman manisnya pada setiap pembeli barang dagangannya.

Hal ini juga dilakukan oleh Ibu Wati dan Ibu Mina beliau selalu menyapa setiap pembelinya dengan ramah. Selain itu senyuman manis juga selalu diberikan pada setiap pembeli. Namun sikap yang dilakukan oleh Pak Udin dan Ibu Lina berbeda dengan Pak Beddu, Ibu Wati dan Ibu Mina. Dalam menghadapi pelanggan atau setiap pembeli beliau terkadang masih kurang ramah. Jika kondisi badannya mulai terasa lelah beliau terkadang tidak menyapa para pembeli dengan senyuman.

### Penetapan Janji

Seperti yang dilakukan oleh Pak Beddu, jika ada pembeli yang sudah membeli barang dagangannya namun barang dagangannya yang sudah dibeli tadi akan diambil keesokan harinya, beliau tidak berani menjualnya kembali pada pedagang lain walaupun ada pembeli baru yang bisa membayarnya lebih mahal. Sikap demikian juga seperti yang dilakukan oleh Ibu Mina dan Ibu Wati dalam melakukan perdagangan mereka selalu menepati janji. Namun berbeda dengan apa yang dilakukan oleh Pak Udin dan Ibu Lina, mereka melakukan sikap yang kurang menepati janji. Pada saat ada pembeli yang sudah memesan barang dagangan tersebut dijual kembali pada pembeli baru yang memberikan nilai harga lebih tinggi dari pada pembeli sebelumnya

### Pelayanan

Dalam memberikan sebuah pelayanan terhadap pembeli, ada beberapa pedagang yang sudah memberikan pelayanan yang bagus pada setiap pembeli. Seperti yang telah dilakukan oleh Pak Beddu, Ibu Wati, Ibu Mina. Mereka sangat menghargai para pembeli sehingga pelayanan yang bagus selalu mereka berikan pada setiap pembeli. Namun di sisi lain ada perbedaan sikap pelayanan pada pembeli. Ibu Lina dan Pak Udin merupakan pedagang yang terkadang masih kurang dalam memberikan sebuah pelayanan. Mereka terkadang mengabaikan para pembelinya dengan jarang menyapanya pada saat mampir ke kios mereka.

### Empati Pada Pelanggan

Dalam sikap empati untuk setiap pelanggan juga berbeda-beda yang dilakukan oleh kelima informan tersebut. Seperti halnya yang dilakukan oleh Pak Beddu dan Ibu Mina. Mereka selalu menghargai perasaan pembeli. Hal semacam ini bisa dilihat pada saat ada pembeli yang menawarkan dagangannya. Kadang-kadang ada juga pembeli yang ngomel atau menilai barang dagangannya. Jika menghadapi kejadian seperti itu Pak Beddu dan Ibu Mina selalu menanggapi dengan tenang. Mereka selalu mendengarkan apa perkataan pembeli dan tidak pernah memotong perkataan pembeli jika ada perkataan yang mengarah pada hal yang kurang baik terhadap dagangannya. Namun yang dilakukan Pak Udin, Ibu Wati berbeda. Pada saat ada pembeli yang menawarkan barang dagangan mereka terkadang tersinggung jika tawarannya tidak cocok dan juga terhadap sikap pembeli yang menilai barang dagangannya. Mereka sering memotong pembicaraan pembeli dengan menginterupsinya pada saat pembeli mengomentari barang dagangannya.

### Persaingan Sesama Pedagang

Didalam menghadapi persaingan bisnis ini para pedagang sembako menghadapinya dengan bersaing secara sehat. Yakni tidak pernah membanting harga. Seperti yang dilakukan oleh kelima informan tersebut. Namun perbedaan harga yang ditetapkan oleh setiap pedagang hanya sedikit selisihnya. Hal ini bisa dilihat pada sikap pak

Beddu pada saat memberikan harga pada para pembelinya. Ada beberapa barang dagangannya yang harga sedikit lebih murah dari pada pedagang yang lainnya namun hal ini juga dengan alasan supaya dapat menarik para pembeli. Namun yang untuk harga yang di berikan oleh ibu Lina sedikit lebih mahal dibanding dengan ibu Mina, ibu Wati, dan Pak Udin.

#### Pencatatan/Pembukuan Transaksi

Di dalam melakukan transaksi jual beli ada juga sikap dalam pencatatan setiap transaksi dengan berbeda-beda sikap. Seperti yang di lakukan oleh Ibu wati, Pak Beddu, Ibu Mina, dan Ibu Lina mereka jarang mencatat setiap hasil dari transaksinya. Dan mereka juga jarang mencatat jika ada pembeli yang kurang dalam pembayarannya. Namun hal ini berbeda dengan yang dilakukan oleh pak Udin. Pak Udin selalu mencatat setiap transaksinya. Selain itu jika ada yang berhutang ataupun kurang dalam pembayaran selalu dicatat.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan mengenai Analisis Perspektif Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Pasar Tradisional ( Studi Kasus di Pasar Tradisional Lakessi Kota Parepare), sebagai berikut:

1. Mengingat perkiraan yang diberikan oleh dealer dapat disimpulkan bahwa ada sebagian pedagang yang curang, karena telah mengurangi takaran pada saat menjual barang dagangannya. Dan jika ditinjau berdasarkan etika bisnis islam dengan sifat siddiq, sudah jelas bahwaperbuatan tersebut tidak sesuai dengan etika bisnis islam.
2. Sifat barang dagangan, untuk sifat produk yang dijual oleh klien pedagang sembako ada yang menjual barang dengan kualitas buruk atau dicampur antara barang yang kualitas bagus dengan yang kualitasnya buruk tetapi, harga yang diberikan sesuai dengan barang yang kualitasnya baik. Perilaku seperti ini tidak sesuai dengan etika bisnis islam jika ditinjau berdasarkan sifat amanah didalam berbisnis, tetapi juga ada yang menjual dengan kualitas barang yang bagus dan tidak dicampur dengan barang yang kualitasnya buruk. Tentu hal seperti ini sudah sesuai dengan etika bisnis islam.
3. Ramah, pedagang pasar Lakessi konvensional sebagianKeramahan, pedagang pasar Lakessi tradisional setengah jalan memiliki sikap ramah,

yakni dengan memberikan senyuman pada setiap pembeli. Dan hal seperti semacam ini sudah sesuai dengan etika bisnis islam jika ditinjau dengan sifat tabligh. Namun ada juga yang kurang ramah dalam melayani pembeli. Dan hal semacam ini tidak sesuai dengan etika bisnis islam jika ditinjau dengan sifat tabligh dalam berbisnis.

4. Penetapan janji, ada beberapa perilaku dealer yang tidak setia pada komitmennya dalam bekerja sama, jelas mereka bisa bahwa perilaku seperti ini tidak sesuai dengan etika bisnis islam jika ditinjau dengan sifat amanah. Namun disisi lain ada pedagang yang menetapi janji dalam berbisnis. Tentu perilaku seperti ini sudah sesuai dengan sifat amanah.
5. Administrasi, dalam bantuan yang diberikan kepada pembeli, ada sebagian pedagang yang kurang memberikan pelayanan dengan baik. Dan jika ditinjau berdasarkan sifat tabligh perilaku seperti ini tidak sesuai dengan etika bisnis islam.
6. Kasihan, ada beberapa penghibur yang memiliki watak welas asih pada pembeli, seperti selalu memberikan perhatian pada pembeli. Sikap seperti ini tentu sudah sesuai dengan sifat tabligh dalam menjalankan bisnis islam. Namun ada juga yang tidak sesuai dengan sikap tabligh, yakni para pedagang yang tidak memiliki sikap empati pada pembeli.
7. Rivalitas antar pedagang, dalam mengarahkan kontes ada beberapa pedagang yang menerapkan persaingan kurang sehat, yakni dengan memberikan harga lebih murah dibanding pedagang lain. Perilaku seperti ini sudah dapat disimpulkan bahwa tidak sesuai dengan sikap fhatonah.

8. Pertukaran akuntansi, tidak semua broker mencatat hasilnya transaksi. Ada beberapa pedagang yang tidak mencatat setiap transaksinya. Tentu perilaku seperti ini tidak sesuai dengan sifat fhatonah dalam berbisnis. Namun disisi lain juga ada yang menjalankan bisnis berdasarkan sikap fhatonah ini.

## **B. Saran**

Mengingat efek samping dari pemeriksaan, percakapan, dan akhir yang digambarkan, para analis menawarkan ide-ide yang bertujuan untuk memberikan manfaat bagi pertemuan yang berbeda dari hasil penelitian ini. Ide-ide yang dapat dikemukakan oleh para analis adalah sebagai berikut:

1. Bagi para pedagang pasar adat Lakessi, wajar jika dalam mempertahankan bisnis atau perubahan yang dijalankan setiap hari, mereka benar-benar berpegang teguh pada kualitas atau keputusan yang telah diterapkan oleh syariat Islam.
2. Adalah bijaksana bahwa pedagang diharuskan jujur atau terbuka dalam mengklarifikasi kekurangan atau kualitas barang dagangan yang dijual, menjamin sifat barang, memberikan porsi yang tepat, memilih pengaturan yang telah ditentukan sebelumnya dan bersikap lebih ramah kepada pembeli atau pembeli yang diharapkan.
3. Perilaku pedagang dalam mempertahankan atau mengubah bisnis harus secara konsisten berpegang teguh pada moral bisnis Islam dalam kondisi bisnis apa pun. Hal ini dengan alasan bahwa, bisnis bergantung pada

moral bisnis Islam. Sulit mendatangkan keuntungan materi namun juga mendapatkan nikmat atas makanan yang sudah didapat.

4. Kajian-kajian yang diarahkan oleh para analis sebenarnya memiliki batasan, sehingga dipercaya bahwa eksplorasi ini dapat dilanjutkan oleh para ahli yang berbeda dengan berbagai artikel atau perspektif sehingga mereka dapat menambah informasi logis di bidang ilmu yang diidentikkan dengan aspek keuangan Islam.



## DAFTAR PUSTAKA

[Bukhari hadits no. 2006 dan Muslim hadits no. 1531]

Ahmad Tanzeh Dan Suyitno, *dasar-Dasar Penelitian*, (Surabay:Elkaf, 2006),

Akhmad Muhajidin, *Etika Bisnis Dalam Islam Analisis Terhadap Aspek Moral Pelaku Pasar*, (Jurnal Hukum Islam, vol IV no.2, Desember 2005),

Akhmad Muhajidin, *Etika Bisnis Dalam Islam...*,

Akhmad, *Ekonomi Islam*, (jakarta: Rajagrafindo Persada, 2007),

Al Bara, *Pengaruh Perilaku Pedagang...*,

Al Bara, *Pengaruh Perilaku Pedagang...*,

Andi Prastowo, *Metode Penelitian kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian* (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media,2014)

Anies, *Waspada Ancaman Penyakit Tidak menular Solusi Pencegahan Dari aspek Perilaku & Lingkungan*, (Jakarta:PT Alex Media Computindo 2006)

Arif Furchan, *Pengantar Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1992),

Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syri'ah*, (Bandung: Alfabeta: 2006)

Buchari Alma, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2003)

Buchari Lapau, *Metode Penelitian Kesehatan : Metode ilmiah Penulisan Skripsi, Tesis, dan di sertasi*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor indonesia, 2012),

Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif Pemahaman Filosofis dan Metodologi ke Arah Penguasaan Model Aplikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003)

Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif*,.....,

C.S.T. Kensil Christine S.T. Kansil, *Pokok-Pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008),

Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Pt.Rosda Karya, 2016,)

- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya* (Edisi Yang Disempurnakan), (Jakarta: Lentera Abadi, 2010),
- Djam'an stroy dan Aan komariah *Metodologi Penelitian kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2014),
- Djamal, *Paradigma Penelitian Kualitatif* Cet. 2 Ed. Revisi, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2015)
- Eis Al Masito, *Upaya Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional: studi Revitalisasi Pasar Piyungan Bantul*, (Jurnal PMI Vol. 10, No.2 , 2003),
- Eko Sujadmiko, *Kamus IPS*, (Surakarta: Aksara Sinergi Media cet.1, 2014)
- Eko Sujatniko, *Kamus IPS* (Surakarta: Aksara Sinergi Media Cet. I, 2014)
- Ema Mardiyah, Asep Suryanto, *Analisis Penerapan Etika Bisnis Syari'ah di Pasar Tradisional Singaparna Kab. Tasikmalaya*, (Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Tasikmalaya, 2010)
- H. Veithzal Rivai, H. Amiru Nuruddin, Faisal Ananda Arfa, *Islamic Business And Economic Ethics*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012)
- Hendri Ma'ruf: *Pemasaran Ritel*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006)
- Info Seputar Referensi, *Konsep perilaku: Pengertian Perilaku, Bentuk Perilaku dan Domain Perilaku*,
- Istijanto, *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005)
- Ivan Ariakandi, *Sukses Berbisnis Ritel*, (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2013)
- Jenu Widjadja Tandjung, *Spiritual Selling How To Get And Your Customers*, (Jakarta: Elex Media Komputindo 2008)
- Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2001)
- Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007)
- Keesbertens, *Pengantar Etika Bisnis*, (Yogyakarta: Kanisius, 2000)
- Khusain Umar, *Bisnis An Introdeuction*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003)

- M. Ismail YBisusanto dan M. Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 2002)
- M. Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islam...*,
- Muhammad Aziz Hakim, *Menguasai Pasar Mengeruk Untung*, (Jakarta: PT Krisna Persada, 2005)
- Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Prespektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2007)
- Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta: Penebar Plus, 2012)
- Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN)
- Muslich, *Etika Bisnis Islam* (Jakarta: Ekonisia, 2004), cet.
- Nel Arianty, *Analisis Perbedaan Pasar Modern dan Pasar Tradisional Ditinjau Dari Strategi Tata Letak (Lay Out) dan Kualitas Layanan Untuk Meningkatkan Posisi Tarwar Pasar Tradisional*, (Jurnal Manajemen & Bisnis- Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara, Vol, 13 No1, 2014)
- Neong Muhadjir, *Metodologi Penelitian Kualitati: Pendekatan Positivistic, Rasionalistik, phenomologik, Dan Realism Metaphisik Telah studi Teks dan Penelitian Agama*, (Yogyakarta: Rake Serasin, 1998)
- Nirma Kurriawati, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap dan Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen", Jurnal ( Bangkalan: Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo, 2015)
- Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitati*, (Yogyakarta : ElkiS, 2007)
- Pengaruh perilaku pedagang...*
- Peraturan Presiden RI. No 112, Th.2007, Pasal 1, Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Pemberlanjaan Dan Toko Modern*
- R. Lukman, *Etika Bisnis Dalam Al Qur'an...*
- R. Lukman, *Etika Bisnis Dalam Al Qur'an...*
- R. Lukman Fauroni, *Etika Bisnis dalam Islam Al Qur'an*, (Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2006)

Reza Susanto dan Muhammad Yusuf, Identifikasi karakteristik Pasar Tradisional di Wilayah Jakarta Selatan (Studi Kasus: pasar cipular, Pasar Kabayoran Lama, Pasar buta Putih, dan pasar Santa), Jurnal teknik planologi Universitas Esa Unggul, Jkarta, vol.1, 2010

Saifuddin Anwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 1998)



## RIWAYAT HIDUP



**RATIH KUSUMA DEWI.** Lahir di Parepare pada tanggal 09 april 1998. Anak pertama dari tiga bersaudara dari pasangan Benny Totot (Ayah) dan Siti Ramlah (Ibu). Penulis mengawali Pendidikan Sekolah Dasar di SDN No. 1 Parepare 2004, lulus pada tahun 2010. Kemudian peneliti melanjutkan Pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 10 Parepare, lulus pada tahun 2013. Selanjutnya menempuh Pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 1 Tinggi Moncong kab. Gowa jurusan IPS, dan lulus pada tahun 2016. Pada tahun 2016, penulis melanjutkan Pendidikan pada program Strata 1 (S1) Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.

Atas Ridho Allah SWT dan dengan kerja keras, pengorbanan, serta kesabaran, pada tahun 2021 penulis mengakhiri masa perkuliahan S1 dengan judul skripsi **“Perspektif Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku pedagang Tradisional”**.