



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

# ETIKA JUAL BELI DI PASAR TRADISIONAL CELANCANG DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

## SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Syari'ah (S.Sy)  
Pada Jurusan Mu'amalah (Hukum Ekonomi Syari'ah)

Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam

Disusun Oleh:

**AZIZAH**

**NIM. 14122210942**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)**

**SYEKH NURJATI CIREBON**

**2016 M / 1437 H**



## ABSTRAK

### **AZIZAH. 14122210942. Etika Jual Beli Di Pasar Tradisional Celancang Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Skripsi 2016**

Pasar mendapatkan kedudukan yang penting dalam perekonomian Islam. Rasulullah SAW sangat mementingkan etika dalam jual beli. Oleh karena itu, Islam menekankan adanya moralitas seperti, kejujuran, amanah, keadilan, nasihat-menasihati, tidak ada unsur penipuan dan barang yang dijual harus Halal dalam hal zat dan cara memperolehnya merupakan tanggung jawab bagi setiap pelaku pasar. Sehubungan dengan hal tersebut, penulis memilih pasar Celancang sebagai obyek penelitian. Alasannya adalah pasar Celancang merupakan pasar tradisional yang ada di Purwawinangun dan pasar tradisional adalah tempat yang rentan akan penyimpangan-penyimpangan, seperti menjual makanan yang sudah kadaluarsa dan pihak pengelola mengetahui namun tidak ada tindakan apapun.

Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk mengetahui apakah etika jual beli dalam Islam diterapkan di pasar tradisional celancang serta mengetahui apa yang menjadi kendala dalam penerapan etika jual beli dalam perspektif ekonomi Islam di Pasar Tradisional Celancang. Kemudian tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui etika jual beli di pasar tradisional dalam perspektif ekonomi Islam.

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dalam hal ini peneliti mendeskripsikan etika jual beli di pasar tradisional celancang dalam perspektif ekonomi Islam. Oleh karena itu peneliti melakukan observasi, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Peneliti melakukan pengecekan ulang terhadap data yang diperoleh dan menggunakan teknik triangulasi, dengan tujuan untuk mendapatkan kevalidan data. Setelah itu, menganalisisnya melalui reduksi data, penyajian data, dan pembuatan kesimpulan.

Hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa penerapan etika jual beli di pasar tradisional Celancang dalam perspektif ekonomi Islam belum berjalan secara efektif dan belum sesuai dengan Islam. Karena ada beberapa pedagang tidak menggunakan etika dengan baik yaitu dengan berjualan makanan yang sudah kadaluarsa. Kendala yang berada di pasar Celancang adalah Tidak adanya lembaga yang mengawasi jual beli di pasar Celancang.

Kata Kunci : *Pasar Tradisional, Etika Jual Beli, Etika Jual Beli dalam Islam.*



## ABSTRACT

### **Azizah. 14122210942. Trading Ethic in Celancang's Traditional Market on Perspective of Islamic Economics. Thesis 2016**

The market gained an important position in the economy of Islam. Rasulullah SAW is very concerned with the trading ethic. Therefore, Islam emphasizes morality such as, honesty, trust, fairness, and counsel, there is no element of fraud and the goods sold must be Halal in terms of substance and how to obtain it is a responsibility for all market players. In connection with this, the authors choose Celancang's market as research objects. The reason is Celancang's market is a traditional market in Purwawinangun and traditional market is vulnerable to distortions, such as selling food that has expired and the manager knows but no action is taken.

The purpose of this thesis was to determine whether trading ethic in Islam applied in Celancang's traditional market as well as find out what the constraints in the implementation of trading ethics on perspective of Islamic economics in Celancang's traditional market. Then, the main purpose of this study is to investigate trading ethic in the traditional market on perspective of Islamic economics.

This research is a qualitative descriptive approach. In this case the researchers describe trading ethic in traditional market on perspective of Islamic economics. Therefore, researchers doing the observation, interview, documentation and literature. Researchers re-checking of data obtained using triangulation techniques, with the aim to obtain the validity of the data. After that, analyze through data reduction, data presentation, and making conclusions.

The results of this study can be seen that the application of the ethics of buying and selling in traditional market on perspective of economic Islam is not effective and is not in accordance with Islam. Because there are some traders do not use ethics properly is by selling food that has expired. The trouble in the market celancang is the institute who doesn't oversee the buying and selling in the market celancang.

**Keywords:** *Traditional Market, Trading Ethic, Trading Ethic in Islam.*



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengemukakan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

## الخلاصة

عزیزة ۱۴۱۲۲۲۱۰۹۴۹۲

اداب البيع فى السوق التقليدية جلانجج عند الإقتصاد الإسلامى . الرسالة ۲۰۱۶

ارتفع السوق مكانة هامة فى الاقتصاد الإسلامى . اهتم رسول الله صلى عليه وسلم جدا اداب البيع . ولذلك ، فإن الإسلام يؤكد أخلاق البيع كالصدق والأمانة والعدالة والنصيحة ولا غرر وحلال . ولذلك اختار كاتب السوق جلانجج لهذا البحث ، لان سوق الجلانججى سوق تقليدية فى قرية فورواويناغون ومكان يتيسر بدخول الدآت ، كالبيع الطعام الذى انتهت صلاحيته وفاعل ذلك يعرفه الايمكث

وكان الغرض من هذه الرسالة لتعريف اداب البيع فى السوق التقليدية جلانجج مع تعريف ما منع اداب البيع عند الإقتصاد الإسلامى فى السوق التقليدية جلانجج ثم المقصود الأولى بهذا البحث لتعريف اداب البيع فى السوق التقليدية جلانجج عند الإقتصاد الإسلامى

هذا البحث هو البحث الأقوى بتقريب الوصفى . وفي هذه المسألة بتبين اداب البيع فى السوق التقليدية جلانجج عند الإقتصاد الإسلامى . ولذلك ، مستقرى يعمل الملاحظة والمحادثة والمستصار ةوالمكتبة . والمستقرى يتراجع البيئة للثقة . وبعده يتحلله ويعمل الحاصل .

وحاصل هذا البحث هو ان معاملة اداب البيع فى السوق التقليدية جلانجج عند الإقتصاد الإسلامى لم ينفذ بترتيب عند الإسلام لأن بعض التجار هناك لايعمل اداب البيع جيدا . كالبيع الطعام الذى انتهت صلاحيته .

مفتاح الكلمات , السوق التقليدية , اداب البيع , اداب البيع فى الإسلام





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “ETIKA JUAL BELI DI PASAR TRADISIONAL CELANCANG DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM”, yang disusun oleh Azizah NIM. 14122210942 telah diajukan dalam sidang munaqasyah pada tanggal 30 Juni 2016.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Hukum Ekonomi Syariah (S.Sy) pada Jurusan Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Cirebon, 30 Juni 2016

### Sidang Munaqasyah

Ketua

H. Juju Jumena, MH

NIP. 19720514 200312 1 003

Sekretaris

Eef Saefullah, M. Ag

NIP. 19760312 200312 1 003

Anggota

Penguji I

Sri Rokhlinasari, SE., M.Si

NIP. 19730806 199903 2 003

Penguji II

Nining Wahyuningsih, SE. MM

NIP. 19730930 200710 2 001



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon  
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRACK</b> .....	<b>iii</b>
<b>خلاصة</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>NOTA DINAS</b> .....	<b>vii</b>
<b>PERNYATAAN OTENTITAS SKRIPSI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>ix</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>x</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR DAN TABEL</b> .....	<b>xvi</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN</b> .....	<b>xvii</b>

### BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.2.1. Identifikasi Masalah .....	7
1.2.2. Pembatasan Masalah .....	7
1.2.3. Pertanyaan Penelitian .....	7
1.3. Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Manfaat Penelitian .....	8
1.5. Penelitian Terdahulu .....	9
1.6. Kerangka Pemikiran .....	13
1.7. Metode Penelitian .....	15
1.7.1. Lokasi dan Tempat Penelitian .....	15
1.7.2. Jenis Penelitian .....	16
1.7.3. Pendekatan Penelitian .....	17
1.7.4. Sumber Data .....	17
1.7.5. Sumber Informan.....	18
1.7.6. Teknik Pengumpulan Data .....	18
1.7.7. Teknik Analisis Data .....	19
1.7.8. Teknik Keabsahan Data .....	21
1.7.9. Sistematika Penulisan.....	23



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.  
 2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon  
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## BAB II ETIKA JUAL BELI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

2.1. Pasar.....	24
2.1.1. Pengertian Pasar .....	24
2.1.2. Fungsi Pasar .....	26
2.1.3. Jenis-jenis Pasar .....	26
2.1.4. Mekanisme Pasar.....	27
2.1.5. Kegagalan Pasar .....	29
2.2. Pasar Tradisional .....	30
2.2.1. Pengertian Pasar Tradisional .....	30
2.2.2. Perlindungan Terhadap Pasar Tradisional.....	32
2.2.3. Konteks Nilai-Ekonomi Pasar Tradisional di Indonesia .....	34
2.2.4. Pasar Tradisional di Indonesia Terus Menurun.....	35
2.3. Etika.....	36
2.3.1. Pengertian Etika .....	36
2.3.2. Pengertian Etika dalam Ekonomi Islam .....	38
2.3.3. Etika Terdiri dalam Tiga Kelompok Etika Deskriptif, Etika Normatif dan Etika Meta .....	41
2.4. Etika Jual Beli.....	42
2.4.1. Etika Perilaku dalam Bisnis .....	42
2.4.2. Dasar Hukum.....	43
2.5. Etika Jual Beli dalam Perspektif Ekonomi Islam .....	45
1.5.1. Tauhid sebagai Landasan Pokok dalam Praktek Jual Beli ...	45
1.5.2. Etika Perilaku dalam Bisnis .....	46
1.5.3. Etika Jual Beli dalam Islam.....	48
1. Kejujuran .....	49
2. Keadilan.....	51
3. Amanah.....	53
4. Nasihat-menasihati .....	55
5. Barang yang Dijual Harus Halal dalam Hal dan Cara Memperolehnya .....	56
6. Tidak Ada Unsur Penipuan .....	58

## BAB III KONDISI OBJEKTIF PASAR TRADISIONAL CELANCANG

3.1. Geografis dan Demografis	
Desa Purwawinangun.....	60
3.1.1. Keadaan Daerah (Geografis).....	60
3.1.2. Gambaran Desa Purwawinangun .....	61
3.2. Profil Pasar Tradisional Celancang .....	66
3.3. Pengelola Pasar Tradisional Celancang.....	67
3.4. Kondisi Pedagang di Pasar Tradisional Celancang .....	76
3.5. Struktur Organisasi Pasar Tradisional Celancang .....	78



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.  
 2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 © Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon

## BAB IV ANALISIS ETIKA JUAL BELI DI PASAR TRADISONAL CELANCANG DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

4.1. Penerapan Etika Jual Beli di Pasar Celancang dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	79
4.1.1. Kejujuran.....	83
4.1.2. Keadilan .....	85
4.1.3. Amanah .....	89
4.1.4. Nasihat-menasihati .....	94
4.1.5. Tidak Ada Unsur Penipuan .....	98
4.1.6. Barang Yang Dijual Harus Halal dalam Zat dan Cara Memperolehnya .....	101
4.2. Kendala Dalam Penerapan Etika Jual Beli Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Pasar Celancang .....	107

## BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan .....	110
B. Saran .....	111

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN-LAMPIRAN



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang Masalah

Ekonomi Islam mengarahkan bisnis atau dunia usaha yang penuh dengan nilai-nilai ekonomi dan etika, dengan kata lain bahwa Islam tidak pernah memisahkan ekonomi dengan etika. Islam tidak membedakan antara ekonomi dan etika, sebagaimana juga Islam tidak membedakan antara ilmu dan akhlak, politik dan etika, perang dan etika, dan lain-lain. Sehingga dalam mengarungi kehidupana seorang muslim haruslah memiliki budi pekerti dan akhlak yang mulia, seperti yang di contohkan Muhammad Saw. Individu muslim maupun kelompok di satu sisi diberi kebebasan untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya tetapi di lain sisi dia terikat dengan iman dan etika sehingga dia tidak bebas mutlak dalam permasalahan ekonomi untuk menginvestasikan modalnya atau membelanjakan hartanya yang akan dapat merugikan orang lain. Masyarakat muslim juga tidak bebas tanpa kendali dalam memproduksi segala sumber daya alam yang dapat berakibat merusak. Dia terikat dengan ikatan akidah dan etika mulia disamping juga dengan hukum Islam.<sup>1</sup>

Kegiatan ekonomi sudah tiap hari kita rasakan. Tapi sistem ekonomi yang berkembang saat ini masih belum bisa menyelesaikan persoalan bangsa dari kemiskinan yang banyak terjadi di Indonesia dan negara berkembang lainnya. Sistem ekonomi saat ini sering terjadi penyuapan, pengemasan yang tidak baik, penekanan pelanggaran, kenaikan harga yang tidak wajar. Segala hal yang berkaitan dengan beberapa permasalahan diatas, yang berkaitan dengan etika dan hukum, termasuk membangun ketidakpercayaan di kalangan para konsumen. Kegagalan sistem ekonomi yang dianut oleh negara berkembang di dunia.

---

<sup>1</sup> Veithzal Rivai dan Antoni Nizar Usman, *Islamic Economics and Finance* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012), 63.



Maka ekonomi Islam mulai berkembang sebagai harapan untuk meningkatkan kesejahteraan bagi manusia. Ekonomi Islam adalah suatu sistem ekonomi yang tujuan utamanya adalah mewujudkan keadilan dan kesejahteraan secara merata. Islam mewajibkan setiap muslim bekerja yang didasarkan iman, etika kerja dan akhlak Islam.<sup>2</sup>

Sistem ekonomi Islam adalah sebuah sistem ekonomi yang dibangun diatas nilai-nilai Islam. Prinsip tauhid yang mengedepankan nilai-nilai ilahiah menjadi “inti” dari sistem ini. Ekonomi bukanlah sebuah entitas yang berdiri sendiri, melainkan sebuah bagian kecil dari bingkai ibadah kepada Allah Swt. Rasulullah telah berhasil menanamkan secara kuat dalam benak para sahabat bahwa berekonomi pada hakikatnya adalah beribadah kepada Allah.<sup>3</sup>

Ekonomi Islam menghindarkan diri dari setiap perilaku asusila. Produk ekonomi Islam melarang membuat produk-produk yang lebih banyak mudharatnya dan melarang menunda-nunda kewajiban membayar gaji atau hutang.<sup>4</sup> Ekonomi dalam Islam harus mampu memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada setiap pelaku usaha.

Pasar menurut al-Gazali sebagaimana dikutip Euis Amalia merupakan tempat bertemunya antara dua pihak yang saling berkepentingan untuk memperoleh apa yang mereka inginkan.<sup>5</sup> Pasar memiliki fungsi sebagai penentu nilai suatu barang, penentu jumlah suatu produksi, mendistribusikan produk, melakukan pembatasan harga, dan menyediakan barang dan jasa untuk jangka panjang.

Pasar tradisional adalah sebuah tempat yang terbuka di mana terjadi proses transaksi jual beli yang dimungkinkan proses tawar-menawar. Di pasar tradisional pengunjung tidak selalu menjadi pembeli, namun ia bisa menjadi penjual. Bahkan setiap orang bisa menjual dagangannya di pasar tradisional. Pasar tradisional merupakan tempat

<sup>2</sup>Yan Orgianus, *Moralitas Islam dalam Ekonomi dan Bisnis* (Bandung : Penerbit Marja, 2012), 136.

<sup>3</sup> Veithzal rivai dan Antoni Nizar Usman, *Islamic Economics and Finance*, 51.

<sup>4</sup>Yan Orgianus, *Moralitas Islam dalam Ekonomi dan Bisnis*, 198.

<sup>5</sup>Euis Amalia, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam* (Jakarta: Gramata Publising, 2010),



bertemuinya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi antara penjual dan pembeli secara langsung.<sup>6</sup> Dalam pasar tradisional terjadi tawar-menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, sayuran, buah-buahan, telur, daging, pakaian, barang elektronik lainnya, jasa dan lain-lain.

Dalam Islam pasar merupakan wahana transaksi ekonomi yang ideal, karena secara teoritis maupun praktis Islam menciptakan suatu keadaan pasar yang dibingkai oleh nilai-nilai syari'ah, meskipun tetap dalam suasana bersaing. Agar mekanisme pasar dapat berjalan dengan baik dan memberikan mutual *goodwill* bagi para pelakunya, maka nilai-nilai moralitas mutlak harus ditegakkan. Secara khusus nilai moralitas yang mendapat perhatian penting dalam pasar adalah persaingan yang sehat (*fair play*), kejujuran (*honesty*), keterbukaan (*transparency*) dan keadilan (*justice*). Nilai-nilai moralitas ini memiliki akar yang kuat dalam ajaran Islam, sebagaimana dicantumkan dalam berbagai ayat Al-qur'an.

Sebagai nilai-nilai universal, yang bukan hanya untuk orang muslim tetapi juga non muslim. Seorang muslim tidak dibenarkan mendahulukan kepentingan ekonomi di atas pemeliharaan nilai dan keutamaan yang diajarkan oleh agama, karena banyak ditemukan sistem lain yang lebih mendahulukan usaha-usaha ekonomi dengan mengabaikan etika.

Dalam kaidah tentang muamalah, Islam mengatur segala bentuk perilaku manusia dalam berhubungan dengan sesamanya untuk memenuhi kehidupan hidupnya di dunia. Dalam pandangan Islam terdapat aturan ataupun etika yang harus dimiliki oleh setiap orang yang mau melakukan bisnis apalagi dia adalah seorang mukmin. Seorang mukmin dalam berbisnis jangan sampai melakukan tindakan-tindakan yang bertentangan dengan syariat.

<sup>6</sup> Eis Al Masito, *Upaya Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional*, UIN Kalijaga, Vol. X. No. 2. Maret 2013, 66.



Islam mengiginkan kaum Muslimin menikmati kemurahan hati, Tuhan tanpa batas waktu yang ditentukan sampai mereka mencapai kesejahteraan. Tuhan menyediakan kita kesempatan mempunyai penghasilan dan berusaha meningkatkan kesejahteraan. Islam telah memikirkan hal tersebut dengan baik. Islam mengiginkan kaum Muslimin dapat memanfaatkan semua yang telah diciptakan Tuhan, karena menurut Al-Qur'an semua sumber daya yang baik di surga maupun di bumi telah diciptakan untuk dinikmati dan dikelola manusia. Setiap masyarakat selalu mendambakan adanya ketentraman dan keseimbangan dalam kehidupannya.<sup>7</sup>

Semua keinginan manusia dalam kehidupannya termasuk didalamnya keinginan untuk hidup tentram, dapat diwujudkan apabila ada instrumen yang mampu mewujudkan keinginan tersebut. Salah satu instrumen yang dipandang dapat mewujudkan ketentraman itu adalah transaksi perdagangan yang dilakukan atas dasar kejujuran dan keadilan, serta terhindar dari penipuan dan kecurangan seperti pengurangan ukuran, takaran, dan timbangan. Ketentraman dalam masyarakat tidak dapat diwujudkan apabila lingkungan masyarakat banyak terdapat pelanggaran terhadap hukum, baik hukum agama maupun undang-undang yang berlaku. Bentuk pelanggaran hukum yang terjadi di tengah-tengah masyarakat diantaranya adalah kecurangan dalam transaksi perdagangan di pasar tradisional.

Fenomena yang banyak sekali berbagai hal yang dilakukan oleh para penjual menghalalkan segala cara untuk dagangannya laku dipasaran dan mendapatkan keuntungan yang tinggi. Kecurangan yang ada dalam pasar tradisional diantaranya adalah:

1. Kecurangan pedagang teri diatasnya teri yang utuh dan bagus dan ternyata teri yang dibawah cuman kepala saja
2. Kecurangan pedagang buah selalu mencampurkan kualitas yang baik dengan kualitas yang kurang baik.

<sup>7</sup> Veithzal rivai dan Antoni Nizar Usman, *Islamic Economics and Finance*, 159.





Kecurang itu semakin terlihat ketika dihari lebaran banyak para pedagang mempermainkan timbangan, ukuran atau kekurangan lainnya karena permintaan semakin banyak. Seharusnya model transaksi seperti itu harus ditangani serius, karena dalam kehidupan berdagang moralitas ataupun etika itu penting harus dimiliki oleh pelaku pasar. Karena tidak hanya untuk mencari keuntungan semata saja namun keberkahan itu penting, kita harus mendapatkan keuntungan yang wajar dan diridhoi Allah.

Salah satu profesi yang dianjurkan dalam Islam bahkan sering tersebut dalam Al-Qur`an dan As-Sunnah adalah profesi petani dan pedagang. Karenanya banyak sekali sahabat Rasulullah berprofesi menjadi petani atau pedagang. Hanya saja, di dalam Islam setiap profesi yang dibenarkan untuk ditempuh tujuannya bukan semata-mata untuk menghasilkan uang atau meraih kekayaan. Akan tetapi yang jauh lebih penting daripada itu adalah untuk mendapatkan keberkahan dari hasil jerih payahnya. Dan keberkahan dari harta bukan dinilai dari kuantitasnya akan tetapi dinilai dari kualitas harta tersebut, darimana dia peroleh dan kemana dia belanjakan.

Manusia diberikan kebebasan dalam berbisnis akan tetapi harus menghargai kewajiban serta hak orang lain. Dalam berbisnis juga memiliki etika terutama dalam menentukan takaran. Perbuatan curang dalam perdangan seringkali dilakukan dalam menakar, menimbang dan sebagainya. Masih ada sebagian orang menganggap bahwa ukuran kesuksesan sebuah usaha adalah untung rugi dalam bentuk uang. Mereka memandang bisnis adalah bagaimana mencetak laba yang besar karena laba yang tinggi merupakan tanda kesuksesan, laba yang lebih rendah berarti kinerjanya buruk. Tetapi kurun waktu belakangan, isu mengenai etika bisnis menggugah kesadaran banyak pihak khususnya para pelaku bisnis. Mereka menyadari, bisnis yang baik merupakan dampak dari ikhtiar yang baik, dimana kinerja yang baik merupakan hasil dari penerapan etika yang baik oleh organisasi maupun para pelaku ekonomi. Modal yang sebenarnya dalam berdagang adalah kejujuran dan keadilan



dalam bertransaksi, apabila ada pedagang yang tidak jujur meskipun mendapatkan keuntungan yang banyak, pelan tapi pasti akan gagal, dalam kesehariannya bisa dengan mengurangi timbangan, menyembunyikan kekurangan barang merupakan ulah pedagang yang biasa terjadi di pasar. Berbagai trik dan cara yang ditempuh oleh para pemuja harta kekayaan guna mendapatkan keuntungan yang banyak.<sup>8</sup>

Data Pedagang dan Fasilitas Pasar Celancang Tahun 2016 Jumlah pedagang kios dan los adalah 623 yang menempati. Los memiliki 463 unit, Kios memiliki 175 unit. Pasar tradisional Celancang-Cirebon adalah salah satu pasar tradisional yang terdapat di Kabupaten Cirebon Utara. Sebagaimana pasar tradisional pada umumnya, di pasar tradisional Celancang-Cirebon ini terjadi aktivitas transaksi (jual-beli) yang dilakukan oleh penjual dan pembeli. Untuk itu penulis ingin mengetahui bagaimana perilaku pedagang pasar tradisional Celancang-Cirebon jika dilihat dari perspektif ekonomi Islam. Dalam melakukan penelitian ini, penulis ingin mengetahui bagaimana penerapan Etika Jual Beli, apa yang menjadi kendala dalam penerapan etika jual beli dalam perspektif ekonomi Islam di pasar tradisional Celancang. Adapun etika ekonomi Islam yang akan menjadi bahan penelitian adalah kejujuran, keadilan, amanah, nasihat menasehati, dan barang yang dijual harus halal dalam zat dan cara memperolehnya. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Etika Jual Beli Di Pasar Tradisional Celancang dalam Prespektif Ekonomi Islam.”

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis paparkan diatas, maka dapat dirumuskan beberapa masalah, berikut batasan-batasan yang dijadikan obyek penelitian ini sebagai berikut:

<sup>8</sup> Sri Nawatmi, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, (Universitas Stikubank Semarang, 2010), 52



### 1.2.1. Identifikasi masalah

#### a. Wilayah Kajian

Wilayah kajian dalam skripsi ini adalah “Hukum Ekonomi Islam” yang dalam penelitian ini berkaitan dengan Hukum Ekonomi Islam (Etika Bisnis Islam) yaitu “Etika Jual Beli di Pasar Celancang Dalam Perspektif Ekonomi Islam”

#### b. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian dalam skripsi ini menggunakan pendekatan empirik *field research* (penelitian lapangan) yang dilakukan di Pasar Celancang dan juga analisis terhadap buku-buku bacaan (studi pustaka) yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.

#### c. Jenis Masalah

Jenis masalah dalam penelitian ini adalah belum adanya etika jual beli apa yang diterapkan untuk menangani pedagang yang melakukan tindakan kecurangan.

### 1.2.2. Pembatasan masalah

Beberapa pembatasan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Pasar Tradisional.
- b. Pedagang Pasar Tradisional.
- c. Konsumen Pasar Tradisional.
- d. Etika Jual Beli Islam

### 1.2.3. Pertanyaan penelitian

Penulis merumuskan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah etika jual beli dalam Islam diterapkan di pasar tradisional Celancang?
- b. Apa yang menjadi kendala dalam penerapan etika jual beli dalam perspektif ekonomi Islam dipasar tradisional Celancang?



### 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan penelitian yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti adalah sebagai berikut:

- a. Mengetahui apakah etika jual beli dalam Islam diterapkan di pasar tradisional Celancang.
- b. Mengetahui apa yang menjadi kendala dalam penerapan etika jual beli dalam perspektif ekonomi Islam di pasar tradisional Celancang.

### 1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Secara Teoritis
  - a. Untuk memperkaya khasanah ilmu bagi pembaca, baik mahasiswa maupun masyarakat secara umum tentang etika jual beli di pasar tradisional dalam prespektif ekonomi Islam.
  - b. Dapat digunakan sebagai dasar pengetahuan dalam kegiatan penelitian berikutnya bagi mahasiswa dan masyarakat yang akan meneliti mengenai etika jual beli di pasar tradisional dalam prespektif ekonomi Islam.
2. Secara Praktis
  - a. Untuk menambah informasi serta sebagai bahan masukan terkait etika jual beli di pasar tradisional dalam prespektif ekonomi Islam.
  - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi atas masalah yang berkaitan dengan Etika Jual Beli dalam kajian ilmu ekonomi Islam.

### 1.5. Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian baik dari skripsi yang membahas tentang manajemen etika jual beli dan berikut penelitian terdahulu yang akan disajikan untuk menunjang dan dapat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi **“Etika Jual Beli Di Pasar Tradisional Celancang Dalam Perspektif Ekonomi Islam”** yang penulis angkat sebagai judul skripsi





**Tabel 1.1**  
**(Penelitian Terdahulu)**

No	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1	Ulil Lailiyah, "Etika Bisnis dalam Prespektif Islam (Studi Kasus Jual-Beli Karakter Gameonline ninja kita di Internet)" Skripsi. 2012	Menjelaskan Etika Bisnis dalam Prespektif Islam	Jual Beli Karakter Gameonline ninja di Internet	Tidak Sesuai dengan Etika Islam
2	Misbahul Fatah, "Praktek <i>Banggel</i> Handphone di Jogjatronik dalam Prespektif Etika Bisnis Islam", Skripsi. 2009	Etika Bisnis Islam	Praktek Banggel Handphone	Sesuai dengan Kaidah Etika Islam
3	Erik Lesmana, "Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menghadapi Persaingan usaha, Studi kasus pedagang muslim di pasar "Ciputat"", Skripsi. 2010	Etika Bisnis Islam	Persaingan Harga	Ada Hubungan Anatar Persaingan dan Etika Bisnis
4	Muhamad Taufik Irsyadi, "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktek Pembulatan Pembayaran Sewa Warnet (Studi Kasus di Kecamatan Klaten Utara)", Skripsi. 2012	Menjelaskan Etika Bisnis Islam	Pembulatan Pembayaran Sewa Warnet	Tidak Sesuai dengan Cara Islam
5	Novita Sa'adatul Hidayah, "Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Ganefo Mranggen Demak Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam" Skripsi. 2015	Etika Bisnis Islam	Persaingan Bisnis	Tidak Menyimpangan Namun masih beberapa Menyimpang

1. Penulis Ulil Lailiyah, di sini membahas dan lebih memfokuskan pada prespektif etika bisnis Islam terhadap jual beli karakter yang ada dalam permainan game online ninja kita. Dari hasil datanya, bahwasannya jual-beli dalam game online ninja kita sama halnya dengan jual beli yang ada didunia maya yaitu, jual beli yang dilakukan oleh seorang penjual dan pembeli dengan cara online,yang mana penjual mempromosikan barang yang akan dijual lewat karakter yang dimilikinya dalam permainan tersebut, sedangkan pembeli menawarkan juga melalui kerakter yang dimilikinya dalam permainan tersebut. Skripsi ini memberikan kesimpulan bahwa dalam jual-beli disini tidak menggunakan etika bisnis Islam yang ada hanya mengambil keuntungan yang setinggi-tingginya.<sup>9</sup>
2. Penulis Misbahul Fatah, salah satu contoh *banggel* handphone di Jogjatronik jika ada konsumen mengunjungi konter A kemudian ingin membeli handphone seri 123 namun konter tersebut tidak memiliki, dan penjual mengatakan handphone seri 123 ada barangnya dan memilikinya. Kemudian konter A tersebut pergi kekonter B untuk mencari handphone seri 123 tersebut dan dijual ke konsumen. Melalui penelitian yang dilakukan, diperoleh bahwa hasil dalam pelaksanaan *banggel* handphone di jogjatronik sama dengan praktek jual beli yang lain. Begitu juga etika bisnis yang diterapkan oleh para pedagang di jogjatronik, sebagian besar sesuai dengan kaidah etika Islam, baik dari nilai-nilai umum semisal prinsip keadilan dan kejujuran maupun nilai-nilai yang khusus dalam etika bisnis Islam jenis barang yang dijual atau pemenuhan hak-hak konsumen. Tinjauan hukum Islam terhadap praktek *banggel* handphone di jagatronik secara umum adalah sah karena telah terpenuhi syarat-syarat dan rukun jual beli, begitu juga etika bisnis yang dipraktikkan oleh para pedagang di jogatronik.<sup>10</sup>

<sup>9</sup> Ulil Lailiya, "Etika Bisnis Dalam Prespektif Islam (Studi kasus jual beli karakter game online ninja kita di internet)", (Skripsi, Fakultas Syari'ah IAIN Sunan Ampel,2012).

<sup>10</sup> Misbahul Fatah, "Praktek *Banggel* Handphone di Jogjatronik dalam Prespektif Etika Bisnis Islam", (Skripsi, Muamalat Fakultas Syari'ah Universitas Negeri Suanan Kalijaga Yogyakarta, 2009).



3. Penulis Erik Lesmana, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tingkat persaingan usaha dan penerapan etika bisnis Islam terhadap perilaku dagang. Pokok bahasan penelitian ini adalah bagaimana penerapan etika bisnis Islam dalam (dimensi pengetahuan etika bisnis Islam) pada pedagang dan tingkat persaingan usaha yang dilihat dari lima aspek yang harus dipersiapkan yaitu daya saing produk, daya saing harga, daya saing marketing dan daya saing *networking* dapat mempengaruhi perilaku pedagang dalam bersaing. Dalam skripsi ini lebih menyoroti kepada aspek manajemen para pedagangnya dan pengujian hipotesis menggunakan uji *Rank Spearman*. Hasil penelitiannya adalah bahwa terdapat hubungan searah dan signifikan antara tingkat persaingan usaha dan penerapan etika bisnis Islam terhadap perilaku dagang.<sup>11</sup>
4. Penulis Muhamad Taufik Irsyadi, dalam hal ini pembulatan yang biasa sering terjadi adalah pembulatan keatas, atau pembulatan untuk angka terbesar. Praktek tersebut selain terjadi di outlet-outlet pembayaran juga terjadi di warnet-warnet yang berada di daerah yang masih belum terlalu peka terhadap praktek pembulatan seperti ini. Sebagai contoh, bila biaya awal pemakaian internet atau biaya minimum yang dikenakan adalah Rp. 750,00 maka ketika pemakaian hanya sebentar atau jika lama pemakaian belum mencapai batas minimum maka akan dibulatkan menjadi Rp. 1.000,00. Penelitian ini memberikan gambaran warnet yang ada di Klaten utara. Penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif kualitatif yakni pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Setelah menganalisis dan juga memahami mekanisme yang diterapkan para pengusaha warnet dalam pembulatan pembayaran, penulis mencoba untuk menyimpulkan antara pembulatan yang dibolehkan oleh Islam dan juga pembulatan yang tidak dibolehkan oleh Islam. Perlu kita sadari bahwasanya orang yang beragama Islam haruslah menggunakan metode dan juga mekanisme

<sup>11</sup>Erik Lesmana, "Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menghadapi Persaingan usaha, Studi kasus pedagang muslim di pasar Ciputat" (Jakarta: Fakultas Syariah UIN Syarif Hidayatullah, 2010).



yang Islami khususnya dalam berbisnis. Akan tetapi pada realitas yang ada dalam kehidupan masyarakat masih ada yang menggunakan metode/mekanisme yang tidak sesuai dengan cara Islam seperti halnya pada pembulatan yang ada di warnet-warnet di Kecamatan Klaten Utara.<sup>12</sup>

5. Penulis Novita Sa'adatul Hidayah, rumusan penelitian ini adalah tentang bagaimana persaingan bisnis para pedagang pasar Ganefo dalam tinjauan etika bisnis Islam. Persaingan terkait tempat, harga, produk dan pelayanan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif-analitik yaitu menggambarkan fakta yang ada di lapangan yang diperoleh dari data-data yang diperoleh. Data yang diperoleh adalah data yang memberikan gambaran tentang permasalahan yang berhubungan dengan persaingan bisnis para pedagang pasar ganefo. Kemudian dilakukan analisis mengenai permasalahan tersebut. Guna memperoleh data yang akurat penulis melakukan wawancara dengan para pedagang pasar Ganefo dan observasi ke pasar Ganefo. Melalui penelitian yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa persaingan bisnis yang terjadi di pasar Ganefo adalah meliputi persaingan tempat, persaingan harga, persaingan barang dagangan, dan persaingan pelayanan. Kemudian persaingan bisnis yang terjadi di pasar ganefo sebagian sudah sesuai dengan etika bisnis Islam, terbukti dengan aktivitas-aktivitas persaingan yang terjadi di pasar Ganefo tidak menyimpang dari ajaran Islam, namun masih ada beberapa aktivitas-aktivitas dari pedagang yang menyimpang dari ajaran Islam.<sup>13</sup>

<sup>12</sup> Muhamad Taufik Irsyadi, "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktek Pembulatan Pembayaran Sewa Warnet (Studi Kasus di Kecamatan Klaten Utara)", (Skripsi, Fakultas Agama Islam Program Studi Muamalat (Syari'ah) Universitas Muhamadiyah Surakarta, 2012).

<sup>13</sup> Novita Sa'adatul Hidayah, "Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Ganefo Mranggen Demak Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam", (Skripsi, Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Negeri Walisongo Semarang, 2015).





Dari beberapa karya ilmiah diatas, penelitian–penelitian tersebut membahas tentang praktik jual beli yang ditinjau dari segi hukum Islam dan etika bisnis Islam nya. Dari sini dapat dilihat bahwa penelitian selama ini belum ada yang memfokuskan untuk membahas tentang Penerapan Etika Jual Beli, transaksi bisnis yang berdasarkan dengan konsep syariah, maka dari itu penulis ingin melakukan penelitian tentang penerapan Etika Jual Beli di Pasar Tradisional yang ditinjau dari studi perspektif ekonomi islam.

### 1.6. Kerangka Pemikiran

Dalam Islam terdapat konsep manusia sebagai makhluk sosial tidak akan lepas dari hubungan dengan orang lain. Oleh karena itu, manusia dianjurkan untuk saling tolong menolong dengan mengadakan pertukaran perdagangan dan semua bentuk muamalah yang bermanfaat dan mendatangkan keuntungan bagi kedua belah pihak. Berdasarkan aturan dalam etika bisnis Islam dijelaskan bahwa kompetisi dalam suatu bisnis harus dijalankan secara *fair* agar diantara kompetitor terjadi *win win solution*.<sup>14</sup>

Syariat Islam telah mendorong manusia untuk berniaga sebagai jalan mengumpulkan rezeki, karena Islam mengakui produktivitas perdagangan atau jual beli terdapat manfaat yang amat besar bagi produsen yang menjual dan konsumen yang membelinya, atau bagi semua orang yang terlibat dalam aktifitas jual beli tersebut. Jual beli yang baik adalah jual beli yang di dalamnya terdapat kejujuran, kebenaran, dan tidak mendurhakai Allah. Untuk mencapai jual beli yang seperti itu, terdapat unsur-unsur yang harus dipenuhi yaitu berupa syarat-syarat dan rukun jual beli itu sendiri. Dalam hukum mu'amalat, Islam mempunyai prinsip-prinsip yang dirumuskan sebagai dasar terbentuknya mu'amalah adalah mubah kecuali sudah ditentukan lain oleh al-Qur'an dan Sunnah, yang dilakukan atas dasar sukarela tanpa mengandung unsur paksaan, muamalat

<sup>14</sup>Muhammad R. Lukman Fauroni, *Visi Al-Qur'an tentang Etika dan Bisnis* (Jakarta:Salemba Diniyah, 2002), 112.



dilakukan atas dasar pertimbangan mendatangkan manfaat dan menghindari mudharat bagi masyarakat. Muamalat dilaksanakan dengan memelihara nilai keadilan, menghindari dari unsur-unsur penganiyaan, unsur-unsur pengambilan kesempatan dalam kesempatan.

Menurut KUH perdata, jual beli adalah suatu perjanjian dimana pihak pertama mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak kedua membayar harga yang telah ditentukan.<sup>15</sup> Etika bisnis diakui bahwa sepanjang sejarah kegiatan perdagangan atau bisnis tidak pernah luput dari etika. Perhatian etika untuk bisnis dikatakan seumur dengan bisnis itu sendiri. Perbuatan menipu di dalam bisnis, mengurangi timbangan atau takaran, berbohong merupakan contoh-contoh kongkrit adanya hubungan antara etika dan bisnis.

Menurut *Bartens* yang dikutip oleh Sofyan S. Harahap dalam bukunya menyatakan bahwa etika sebagai ilmu atau bagian dari pemikiran filsafat yang memiliki ciri-ciri berikut: menurut Keraf yang dikutip oleh bukunya Sofyan S. Harahap dalam bukunya menyatakan bahwa. Etika itu bersifat rasional, artinya benar-salah bergantung pada pemikiran manusia (rasionalitas). 1 Digunakan pemikiran yang kritis, 2 Diatur dan dibahas secara sistematis, 3 Merupakan hal yang bersifat normatif atau berbobot nilai-nilai atau norma.<sup>16</sup>

Jual beli sebenarnya sudah ada sejak zaman Rasulullah SAW. Pada prinsipnya Rasulullah menganjurkan agar dalam pelaksanaan jual beli tidak ada pihak yang dirugikan. Meskipun Rasulullah menjamin kebebasan pasar, namun beliau juga menjamin pasar jauh dari perilaku zalim yang berpengaruh terhadap stabilitas harga di pasar. Keagungan akhlak (etika) Rasulullah diakui Allah SWT, lawan-lawan dan sahabat-sahabatnya bahkan semua pihak termasuk musuh-musuhnya baik yang langsung maupun tidak langsung berhubungan dengan beliau.

Terdapat banyak pembahasan tentang sistem jual beli menurut Islam, menurut pendapat-pendapat diatas ternyata pentingnya etika jual

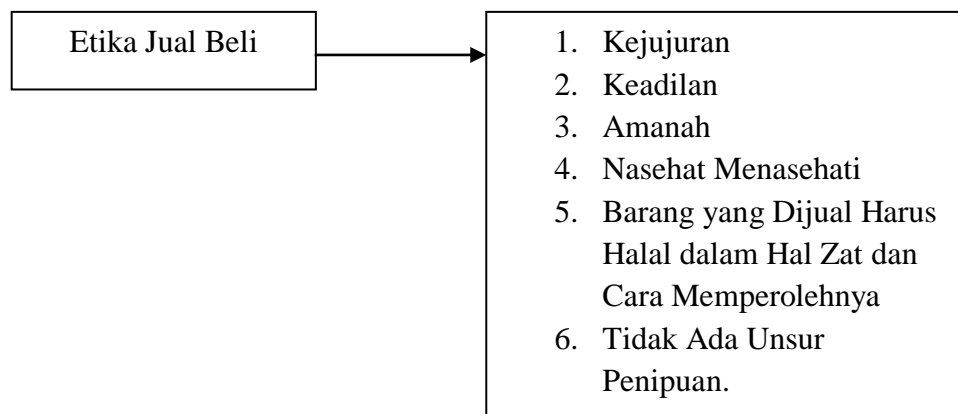
<sup>15</sup>KUH Perdata, pasal 1457.

<sup>16</sup> Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis dalam Prespektif islam* (Jakarta: Salemba Empat, 2011),



beli dalam berbisnis. Penulis ingin mengetahui lebih dalam tentang Etika Jual Beli dan bisa jadi manfaat orang lain. Dan bisa buat bermanfaat buat para pedagang untuk mendapat maslahat dalam berbisnis.

Disini peneliti akan menggunakan teori etika jual beli menurut Veithzal Rivai dan Antoni Nizar. Oleh karena itu dalam penelitian tentang Etika Jual Beli di Pasar Tradisional dalam perspektif Ekonomi Islam ini difokuskan pada 6 etika tersebut. Adapun hasil yang didapatkan sebagaimana berikut ini:



**Gambar 1.1**

### **Indikator Etika Jual Bel Menurut Veithzal Rivai dan Antoni Nizar Usman**

#### **1.7. Metodologi Penelitian**

##### **1.7.1. Lokasi dan Tempat Penelitian**

Lokasi yang dituju dalam penelitian ini adalah Pasar Celancang di Desa Purwawinangun. Pemilihan lokasi ini dilakukan dengan mempertimbangkan beberapa aspek serta segala kebaikan yang ada pada Pasar Celancang, Pasar Celancang dengan lokasi yang strategis dalam artian dapat dengan mudah dijangkau oleh peneliti dan mempunyai pengelolaan yang baik. Lokasi Pasar Celancang di Jalan Suanan



Gunungjati Kabupaten Cirebon Kecamatan Suranenggala. Pemilihan Pasar Celancang sebagai tempat penelitian juga mempertimbangkan berbagai keterbatasan dari si peneliti sendiri seperti, tenaga, biaya dan juga waktu.

Penelitian ini dilakukan kurang lebih selama empat bulan, penelitian ini dimulai dari tanggal 01 Februari sampai dengan 31 Mei 2016. Pengambilan waktu pada penelitian kualitatif pada umumnya jangka waktu penelitian kualitatif cukup lama, karena tujuan penelitian penelitian kualitatif adalah bersifat penemuan. Bukan sekedar pembuktian hipotesis seperti dalam penelitian kuantitatif. Namun demikian kemungkinan jangka penelitian berlangsung dalam waktu yang pendek, bila telah ditemukan sesuatu dan datanya telah jenuh. Ibarat mencari provokator, atau mengurai masalah, dan memahami makna, kalau semua itu dapat ditemukan dalam satu minggu dan telah teruji kredibilitasnya, maka penelitian kualitatif dinyatakan selesai, sehingga tidak membutuhkan waktu yang lama.<sup>17</sup>

### 1.7.2. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian kali adalah ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang mengandalkan kecermatan pengumpulan data untuk memperoleh hasil penelitian yang valid.<sup>18</sup> Pendapat lain mengatakan bahwa penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya.<sup>19</sup> Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Data yang dikumpulkan adalah kata-kata, gambar, dan bukan angka-

<sup>17</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 25.

<sup>18</sup> Toto Syatori dan Nasehuddin, *Metodologi Penelitian: Sebuah Pengantar*, (Kuningan: IAIN PRES, 2011), 95.

<sup>19</sup>Boedi Abdullah dan Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam (Muamalah)* (Bandung: Pustaka Setia, 2014), 49.





angka. Hal itu disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif.<sup>20</sup>

### 1.7.3. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang dilakukan adalah pendekatan normatif yaitu pendekatan yang bertolak ukur berdasarkan ketentuan dan norma-norma agama atau hukum Islam dikaitkan dengan praktek bisnis dalam etika jual beli di pasar tradisional. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan analisis kualitatif.

### 1.7.4. Sumber data

Data adalah bentuk jamak dari datum. Data merupakan keterangan-keterangan tentang suatu hal, dapat berupa sesuatu yang diketahui atau yang di anggap atau anggapan. Atau suatu fakta yang digambarkan lewat angka, simbol, kode dan lain.lain.<sup>21</sup>Data dikelompokan menjadi dua menurut sumber pengambilannya yaitu:

#### a. Sumber Data Primer

Data primer adalah data utama yang diperoleh secara langsung dari lapangan. Data primer diperoleh dari wawancara dengan pihak-pihak terkait yang mengetahui tentang masalah yang sedang dibahas.

#### b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dalam sumbernya yaitu diperoleh oleh pihak lain, bukan dari subyek penelitian. Data sekunder bisa berwujud data dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia, serta arsip-arsip resmi.

<sup>20</sup>Lexi J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), 11.

<sup>21</sup>M.Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), 82.



### 1.7.5. Sumber Informasi (*Informan*)

Pada tahap pertama yaitu menyusun rancangan penelitian yaitu dengan berupa proposal penelitian, kemudian pengajuan proposal penelitian terhadap tempat penelitian terkait maka dalam hal ini Pasar Celancang di Desa Purwawinangun, sekaligus mengurus perizinan terhadap lembaga atau tempat penelitian tersebut.

### 1.7.6. Teknik Pengumpulan Data

#### a. Observasi

Observasi yang digunakan oleh peneliti adalah observasi terus terang atau tersamar yang mana dalam melakukan penelitian peneliti melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa ia sedang melakukan penelitian. Jadi mereka (yang diteliti) mengetahui sejak awal sampai akhir aktifitas peneliti.<sup>22</sup> Observasi digunakan untuk memperoleh data dari informasi melalui keadaan yang sebenarnya. Didefinisikan secara tepat dan hasilnya dicatat secara hati-hati

#### b. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik untuk mengumpulkan data dan informasi. Penggunaan metode ini didasarkan pada dua alasan. Pertama, dengan wawancara, dapat menggali, tidak saja apa yang diketahui dan dialami subjek yang diteliti tetapi apa yang tersembunyi jauh didalam diri subjek penelitian. Kedua, apa yang ditanyakan kepada informan bisa mencakup hal-hal yang mencakup lintas waktu yang berkaitan dengan masa lampau, masa kini dan masa mendatang.<sup>23</sup> Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan

<sup>22</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 66.

<sup>23</sup> Chony, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Jakarta, PT. Bumi Aksara, 2012), 168.



dan yang diwawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Dalam teknik ini peneliti bertanya langsung dengan pihak-pihak yang mengurus Pasar Celancang.

c. Studi Kepustakaan

Studi Kepustakaan dilakukan untuk mencari konsep yang ada relevansinya dengan topik pembahasan melalui pengkajian buku-buku, modul, jurnal, diktat, surat kabar dan majalah serta pendapat-pendapat para ahli secara tidak langsung.

d. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif yang dilakukan dengan menelaah dokumen yang ada untuk mempelajari pengetahuan atau fakta yang hendak diteliti.<sup>24</sup> Dimaksudkan untuk menambah atau memperkuat apa yang terjadi dan sebagai bahan untuk melakukan komparasi dengan hasil wawancara, sejauh ada dokumentasi yang bisa diperoleh dilapangan.<sup>25</sup> Menyusun, mengumpulkan, dan mengelola dokumen-dokumen literal yang mencatat aktifitas kegiatan yang dianggap berguna untuk dijadikan bahan keterangan yang berhubungan dengan peneliti. Sedangkan pada tahap akhir lapangan yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan menyajikan data dalam bentuk deskripsi dan menganalisis sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti.

<sup>24</sup> Toto Syatori dan Nasehuddin, ..., 98.

<sup>25</sup> Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan*, (Bandung, PT. Refika Aditama, 2012), 208.



### 1.7.7. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.<sup>26</sup> Pengumpulan data merupakan langkah yang sangat penting dalam penelitian, karena itu seorang peneliti harus terampil dalam mengumpulkan data agar mendapatkan data yang valid. Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang yang diperlukan.

Proses Analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, foto, dan sebagainya. Langkah berikutnya adalah mengadakan reduksi data yang dilakukan dengan jalan melakukan abstraksi, abstraksi merupakan usaha membuat rangkuman yang inti, dan proses pertanyaan-pertanyaan yang perlu dijaga sehingga tetap berada didalamnya. Selanjutnya adalah menyusun dalam satuan-satuan. Dan tahap akhir adalah mengadakan pemeriksaan keabsahan data. Setelah selesai tahap ini, mulailah tahap penafsiran data dalam mengolah hasil sementara menjadi teori substansif dengan menggunakan beberapa metode tertentu.<sup>27</sup>

Data agar dapat dianalisis maka hendaknya data tersebut dipecah terlebih dahulu menjadi beberapa kelompok kecil kemudian dijadikan satu kesatuan sehingga memperoleh pemahaman yang baru. Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan mengorganisasian data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mencari dan

<sup>26</sup>Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 281.

<sup>27</sup>Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 247.





menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang perlu dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Jadi menganalisis data dalam penelitian ini berarti proses mensistematikan apa yang sedang diteliti dan mengatur hasil wawancara apa yang telah dilakukan dan dipahami agar peneliti bisa menyajikan apa yang didapat pada subjek yang didapat sebagai hasil dari analisis telaah dokumen tersebut. Tujuan utama analisis data adalah mencari makna dibalik data, melalui subjek pelakunya. Dengan demikian peneliti memahami apa yang dikatakan subjek pelaku secara objektif dengan melakukan *interview*.

#### 1.7.8. Teknik Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif pengumpulan data lebih didasarkan pada pengembangan analisis dari data yang ditemukan sebelumnya, sehingga kehati-hatian dan kecermatan dalam melakukan reduksi dan penyajian menjadi amat penting, dan sama itu berawal dari kecermatan dalam melakukan observasi, wawancara dan atau penggalian data melalui studi dokumen atau artefak. Dalam rangka menghilangkan dan atau mengurangi bias pemahaman peneliti dengan pemahaman si pelaku maka perlu diadakan pengecekan berupa triangulasi pada objek lain mengenai hal yang sama. Triangulasi ini dilakukan untuk menjamin bahwa data yang dikumpulkan benar-benar telah merepresentasikan fenomena yang menjadi fokus penelitian.<sup>28</sup>

Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang

<sup>28</sup> Uhar Suharsaputra, *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan*, 220-221.



diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda. Hal ini dicapai dengan melalui.<sup>29</sup>

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara
2. Membandingkan apa yang dikatakan di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi.
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
4. Membandingkan keadaan dan prespektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan, menengah dan tinggi, orang berada, orang pemerintahan.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

Dari hasil perbandingan tersebut sangat wajar apabila tidak banyak persamaan pendapat, pandangan atau pemikiran, yang terpenting adalah mengetahui alasan adanya perbedaan-perbedaan tersebut. Triangulasi dengan teori dijelaskan bahwa berdasarkan anggapan bahwa fakta dapat diperiksa derajat kepercayaan dengan satu atau lebih teori yang lainnya. Dalam hal ini, jika analisis telah menguraikan pola, hubungan, dan menyertakan penjelasan yang muncul dari analisis maka penting untuk menghadirkan penjelasan atau pembanding lainnya yang sesuai.

Jadi triangulasi berarti cara terbaik untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks suatu studi sewaktu mengumpulkan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan. Setelah tahap ini, kemudian mulailah tahap penafsiran data

<sup>29</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 331.



dalam mengolah hasil sementara menjadi teori substansif dengan menggunakan beberapa metode tertentu.

### 1.7.9. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penulisan, maka penulisan penelitian dalam skripsi ini akan membagi, menjadi lima bab dan setiap bab terdiri dari sub-sub yang mengurai isi bab, yang mana antara bab I sampai bab terakhir merupakan uraian yang berkesinambungan, adapun sistematikanya adalah sebagai berikut:

**Bab I Pendahuluan**, penulis menjelaskan tentang Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian Terdahulu, Metodologi Penelitian dan Sistematika Penulisan.

**Bab II Tinjauan Pustaka**, menjelaskan tentang landasan teori tentang Pengertian Pasar, Pasar Tradisional, Etika, Etika Jual Beli, Sistem Etika Jual Beli dalam Perspektif Ekonomi Islam.

**Bab III Metodologi Penelitian**, menjelaskan tentang (Sejarah berdirinya Pasar Tradisional Celancang, Maksud dan Tujuan, Visi dan Misi, Struktur Organisasi).

**Bab IV Pembahasan**, berisi tentang Etika Jual Beli di Pasar Tradisional dalam Perspektif Ekonomi Islam dan Apa yang menjadi kendala dalam penerapan etika jual beli dalam perspektif ekonomi Islam di pasar tradisional Celancang.

**Bab V Penutup**, menjelaskan tentang kesimpulan dan saran-saran setelah melakukan penelitian dalam skripsi ini.





## DAFTAR PUSTAKA

- Agung A. M. Lilik, *Ketika Nurani Ikut Berbisnis 26 Praktik Etika Bisnis Kontemporer*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010.
- Al Arif M.Nur Rianto, *Dasar Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: CV Alfabeta, 2010.
- Al Arif M. Nur Rianto dan Euis Amalia, *Teori Mikroekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Al-Qasimi Syaikh Jamaluddin, *Buku Putih Ihya Ulumuddin Imam Al-Ghazali*, ter. Asmuni, Jakarta: PT. Darul Falah, 2010.
- Ali Zainuddin, *Hukum Ekonomi Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2009.
- Amalia Euis, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Jakarta: Gramata Publising, 2010.
- Arifin, Johan, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, 2009.
- Bahreisy Salim, *Al-Hikam* (Pendekatan Abdi Pada Khaliqnya), terjemah Surabaya: Madya, cet.5, 1984.
- Beni, Saebani Ahmad dan Boedi Abdullah, *Metode Penelitian Ekonomi Islam (Muamalah)*, Bandung: Pustaka Setia, 2014.
- Chaudhry Muhammad Sharif, *Sistem Ekonomi Islam: Prinsip Dasar (Fundamental of Islamic Economic System)*, Jakarta: Kencana, 2012.
- Chony, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Jakarta, PT. Bumi Aksara, 2012.
- Damsar dan Indrayani, *Pengantar Sosiologi Ekonomi*, Jakarta: Kencana, 2015.
- Djakfar Muhammad, *Teologi Ekonomi Membumikan Titah Langit di Ranah Bisnis*, Malang: UIN Malang Press, 2010.
- Fauroni Muhammad R. Lukman, *Visi Al-Qur'an tentang Etika dan Bisnis* Jakarta: Salemba Diniyah, 2002.





- , *Etika Bisnis dalam Al-Quran*, Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2006.
- Harahap Sofyan S., *Etika Bisnis dalam Prespektif islam*, Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Hasan Ali, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Hasan M.Iqbal, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002.
- Hulwati, *Ekonomi Islam*, Jakarta: Ciputat Press, 2009.
- Islahi A. A., *Konsep Ekonomi Ibnu Taimiyah*, ter. H. Anshari Thayyib, Surabaya: Bina Ilmu 1997.
- Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, Semarang: Walisongo Press, 2009.
- Karim Adiwarmanto A., *Ekonomi Mikro Islami*, Jakarta: Rajawali, 2012.
- Laode, Kamaluddin dan Aboza M. Richmuslim, *Cerdas Bisnis Cara Rasulullah*, Jakarta: Richmuslim Adikarya Bangsa, 2009.
- Leroy Miller dan Meiners Roger E., *Teori Mikroekonomi Intermediate*, terjemah Haris Munandar, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2000.
- Moleong Lexi J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014.
- Mufid Muhamad, *Etika dan Filsafat Komunikasi*, Jakarta: Kencana, 2009.
- Muhamad Sulaiman dan Aizuddinur Zakaria, *Jejak Bisnis Rasul*, Jakarta: PT Mizan Publika, 2010.
- Muslich Ahmad Wardi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Amzah, 2013.
- Nawatmi Sri, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, Universitas Stikubank Semarang, 2010.
- Nawawi Ismail, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2012.
- Naqwi Syed Nawab Haider, *Etika dan Ilmu Ekonomi: Suatu Sintesis Islam* Bandung: Mizan, 1985.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.  
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon

- Orgianus Yan, *Moralitas Islam dalam Ekonomi dan Bisnis*, Bandung : Penerbit Marja, 2012.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajawali Pres, 2013.
- Qardhawi Yusuf, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, ter. KH. Didin Hafidhuddin, dkk, Jakarta: Robbani Press, 1995.
- Quthb Sayyid, *Tafsir Fi Zhilalil Quran*, Jakarta: Gema Insani, 2004, Jilid 9, Penerjemag: Asrad Yasin, dkk.
- Rasjid Sulaiman, *Fiqih Islam*, Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2007.
- Rivai, Veithzal dan Antoni Nizar Usman, *Islamic Economics and Finance* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012.
- Rozalinda, *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya pada Aktifitas Ekonomi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Shihab M. Quraish, *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*, Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- Sihab Alwi, *Islam Inklusif* (Menuju sikap Terbuka dalam Beragama), Bandung: Mizan, 1998.
- Sinour Yosephus L., *Etika Bisnis Pendekatan Filsafat Moral Terhadap Perilaku Pembisnis Kontemporer*, Jakarta: Yayasan Putaka Obor Inodesia, 2010.
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Suharsaputra Uhar, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan*, Bandung, PT. Refika Aditama, 2012.
- Suharyadi, dkk, *Kewirausahaan: Membangun Usaha Sukses Sejak Usia Muda*, Jakarta, Salemba Empat, 2012.
- Suhendri Hendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Rajawali Pres, 2011.
- Sunyoto Danang, *Mengapa Banyak Orang Cina Kaya dan Berhasil Dalam Bisnis Dipandang dari Perspektif Muslim*, Yogyakarta: Surya Media, 2009.
- Sunyoto, Danang dan Wika Harisa Putri, *Etika Bisnis*, Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service), 2016.



Syarifuddin Amir, *Garis-garis Besar Fiqh*, Jakarta: Kencana, 2012.

Syatori, Toto dan Nasehuddin, *Metodologi Penelitian: Sebuah Pengantar*, Kuningan: IAIN PRES, 2011.

T. Gilarso, *Pengantar Ekonomi Makro*, Yogyakarta: Kanisius, 2004.

Yunia Fauzia Ika, *Etika bisnis dalam islam*, Jakarta: Prenada Media Group, 2012.

## SUMBER LAIN

Apriliyani, Renny dan Rubyah Hutomo, *Analisis Faktor Perilaku Konsumen Pasar Tradisional*, GEMAWISATA Vol. 10 No. 1, November 2012, ISSN: 1411-5077, 42-43.

Dewi, Utami dan F. Winarni, *Pengembangan Pasar Trdisional Menghadapi Gempuran Pasar Modern di Kota Yogyakarta*, Proceeding Simposium Nasional ASIAN III Universitas 17 Agustus 1945 Semarang.

Fatah Misbahul, "Praktek *Banggal* Handphone di Jogjatronik dalam Prespektif Etika Bisnis Islam", (Skripsi, Muamalat Fakultas Syari'ah Universitas Negeri Suanan Kalijaga Yogyakarta, 2009).

Hidayah Novita Sa'adatul, "Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Ganefo Mranggen Demak Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam", (Skripsi, Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Negeri Walisongo Semarang, 2015).

Irsyadi Muhamad Taufik, "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktek Pembulatan Pembayaran Sewa Warnet (Studi Kasus di Kecamatan Klaten Utara)", (Skripsi, Fakultas Agama Islam Program Studi Muamalat (Syari'ah) Universitas Muhamadiyah Surakarta, 2012).

Jesp, *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*, ISSN 2086-1575, Vol. 4, No. 2, November 2012, 225-226.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon

Lesmana Erik, “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menghadapi Persaingan usaha, Studi kasus pedagang muslim di pasar Ciputat” (Jakarta: Fakultas Syariah UIN Syarif Hidayatullah, 2010).

Masito Eis Al, *Upaya Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional*, UIN Kalijaga, Vol. X. No. 2. Maret 2013.

Siregar Rosnani, M.Ag, *Prinsip-prinsip Ekonomi Syari’ah Pada Swalayan Rahmat Syari’ah di Kota Padangsidempuan*, Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pandangsidempuan.

Widodo Tri , *Studi Tentang Unit Pasar dalam Pengelolaan Sampah dipasar Merdeka Kota Samarinda*, eJournal Administrasi Negara, Vol. 1 No. 1, 2013.

Ulil Lailiya, ”Etika Bisnis Dalam Prespektif Islam (Studi kasus jual beli karakter game online ninja kita di internet)” (Surabaya :Fakultas Syari’ah IAIN Sunan Ampel,2012).

<http://finance.detik.com/read/2012/04/23/144236/1899273/4/> Diunduh Pukul 21.00 tanggal 05 April 2016.