

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perdagangan salah satu usaha bisnis yang dilakukan oleh Rasulullah SAW. Rasulullah dikenal sebagai pribadi yang jujur dan profesional dalam berdagang sehingga banyak orang yang percaya kepadanya (Muzaiyin, 2018 : 71). Islam membolehkan untuk menjalankan sebuah bisnis, sebagaimana Rasulullah pula berbisnis dalam jangka waktu yang lama. Namun, Rasulullah tidak mengizinkan begitu saja berbisnis tanpa aturan, kaidah maupun batasan yang harus diperhatikan dalam menjalankan perdagangan atau bisnis itu sendiri (Sari,2018:74).

Dalam Islam, bisnis yang diatur harus berdasarkan syariat Islam, aturan atau etika yang ada hendaknya dipatuhi agar pelaku bisnis mendapatkan rezeki yang halal dan berkah dari Allah SWT, serta mencapai kemakmuran yang merata. Dengan demikian, etika bisnis Islam memainkan peran penting dalam perilaku bisnis. Berlandaskan syariat Islam pelaku bisnis akan membawa kemakmuran di dunia dan akhirat (Lubis, Nawawi, dan Hakiem, 2021:247).

Dalam Etika bisnis Islam mengutamakan manfaat produk sekaligus keberkahan dalam memperoleh keuntungan, berbeda dengan sistem ekonomi kapitalis yang mengutamakan keuntungan berdasarkan prinsip biaya rendah dapat mendatangkan keuntungan yang besar, sistem ekonomi yang didasarkan pada dasar teori bebas atau liberal (Giska et al, 2019:112).

Masih banyak pedagang yang melakukan penyimpangan - penyimpangan dalam berdagang. Masalah yang rentan terjadi penyimpangan perilaku pedagang adalah pasar tradisional. Beberapa penyimpangan yang sering ditemukan di pasar tradisional antara lain pengurangan takaran dan timbangan pedagang, pengoplosan barang kualitas bagus dengan yang buruk, dan penjualan barang haram. Fenomena tersebut menggambarkan bahwa beberapa

pedagang di pasar tradisional di masyarakat masih kurang melakukan penerapan etika bisnis dalam Islam (Mashur dan Muttalib, 2019:16).

Fenomena itu disebut dengan distorsi pasar. Distorsi pasar merupakan bentuk penyimpangan yang menyebabkan terjadinya ketidakseimbangan dan ketidakadilan di pasar (Hakim, 2017:1).

Tabel 1. 1
Data Distorsi Pasar di Pasar Ampel Surabaya

134 Responden		
Motif	Persentase	Frekuensi
<i>Ba'i Najasy</i>	64,4%	Tinggi
<i>Ikhtisar</i>	67,2%	Tinggi
<i>Tadlis</i>	60,4%	Tinggi
<i>Taghrir</i>	38,8 %	Tinggi

Sumber data : data diolah

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Mahasiswa Unair yang berjudul “Distorsi Pasar Versi Ekonomi Islam Menurut Perspektif Konsumen” studi kasus di pasar Ampel Surabaya. Hasil penelitiannya menunjukkan adanya keadaan distorsi pasar di pasar Ampel Surabaya, dengan hasil yang ditunjukkan dari jawaban 134 responden. Hasilnya yaitu sebanyak 64,4% mendominasi frekuensi pernyataan adanya motif *ba'i najasy* (rekayasa pasar) dengan frekuensi tinggi. Sebanyak 67,2% mendominasi frekuensi pernyataan adanya motif *ikhtisar* (penimbunan) dengan frekuensi tinggi. Sebanyak 60,4% mendominasi frekuensi pernyataan adanya motif *tadlis* (penipuan) dengan frekuensi tinggi. Sebanyak 38,8% mendominasi frekuensi pernyataan adanya motif *taghrir* (ketidakjelasan) dengan frekuensi tinggi (Tamara, 2019:1).

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa masih ditemukan adanya keadaan distorsi pasar, dibuktikan dengan adanya praktek-praktek perdagangan yang bertolak belakang dengan prinsip pasar yang sesuai dengan perspektif ekonomi Islam seperti *ba'i najasy* (rekayasa pasar), *ikhtisar*

(penimbunan), *tadlis* (penipuan) dan *taghrir* (ketidak jelasan) dengan frekuensi yang tinggi.

Selain itu, menurut berita harian Kompas TV Indonesia yang ditulis oleh Hasya Nindita per tanggal 12 September 2021 dengan judul artikel “Animal Defenders Temukan Praktik Penjualan Daging Anjing, Wagub DKI Ancam Tindak Tegas”. Melihat pada sumber yang telah dijelaskan pada saat ini marak ditemukan pedagang yang menjual daging Anjing. Penjualan daging Anjing ini tersebar di berbagai wilayah di Indonesia. Animal Defenders Indonesia (ADI) mendapati pedagang yang menjual daging Anjing di Pasar Senen Blok III Jakarta Pusat yang sudah berlangsung sangat lama. Di pasar tersebut terdapat tiga lapak pedagang yang menjual daging anjing. ADI juga meyakini ada lebih dari satu pasar yang menerapkan praktik sama. Mereka menginvestigasi satu lapak, pedagang mengaku bahwa mereka menjual empat ekor anjing dalam sehari. Pedagang tersebut sudah beroperasi lebih dari enam tahun (Nindita, 2021:1–3).

Dalam prinsip etika bisnis Islam hendaknya menjual barang yang bermutu baik dan menjual barang yang halal. Dalam sebuah hadist Nabi SAW menyatakan bahwa Allah mengharamkan suatu barang maka haram pula harganya (diperjualbelikan) (Aziz, 2013:42). Berdasarkan penjelasan - penjelasan di atas maka masih banyak pedagang yang tidak mengindahkan Etika Bisnis dalam Islam.

Seorang individu maupun kelompok dalam dunia ekonomi atau bisnis di satu sisi diberi kebebasan untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya tetapi disisi lain Ia terkait dengan iman dan etika sehingga tidak bebas mutlak dalam menginvestasikan modalnya atau membelanjakan hartanya. Masyarakat tidak bebas tanpa kendali dalam memproduksi sumber daya alam, mendistribusikannya, atau mengkonsumsinya, Ia terkait dengan ikatan aqidah dan etika mulia, di samping itu juga dengan hukum-hukum Islam (Samad, 2016:30–31).

Etika bisnis Islam bertujuan untuk manusia menjalin kerjasama, tolong menolong dan menjauhkan diri dari sikap dengki dan dendam serta hal-hal yang tidak sesuai dengan syariat Islam. Etika bisnis Islam juga berfungsi

sebagai pengatur aktivitas ekonomi (Muslich 2004:29). Dalam jual beli, Allah telah menetapkan etika yang harus diperhatikan oleh pedagang. Ketika waktunya beribadah, setiap jual beli harus ditinggalkan dan segera menjalankan ibadah. Sebagaimana dalam Firman-Nya:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا نُودِيَ لِلصَّلَاةِ مِنْ يَوْمِ الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْا إِلَىٰ ذِكْرِ اللَّهِ وَذَرُوا الْبَيْعَ ۗ ذَٰلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ
إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya : “ Wahai orang-orang yang beriman! Apabila telah diseru untuk melaksanakan salat pada hari jum’at, maka segeralah kamu mengingat Allah dan tinggalkanlah jual beli. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui” (Q.S Al-Jumu’ah:9).

Kejujuran adalah inti atau nilai yang esensial dari etika bisnis. Pedagang harus menginformasikan mengenai kekurangan dan kelebihan pada suatu produk. kelengkapan informasi, daya tarik dan keunggulan produk menjadi faktor penentu bagi pembeli atau konsumen ketika memilih. Jadi, informasi merupakan hal utama yang dibutuhkan setiap konsumen, dan konsumen berhak atas informasi tersebut karena konsumen membutuhkan kejujuran dalam memperoleh informasi agar tidak merasa dirugikan. Sesuai dalam Firman Allah SWT dalam Q.S Asy-Syu’ara: 181-183:

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ۝ ١٨١
وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۝ ١٨٢
وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ۝ ١٨٣

Artinya : “Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu merugikan orang lain, dan timbanglah dengan timbangan yang benar, dan janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi hak-haknya dan janganlah membuat kerusakan di bumi”. (Q.S Asy-Syu’ara:181-183).

Pedagang di pasar Pabuaran Kidul hampir semuanya beragama Islam dan pembeli nya mayoritas beragama Islam tentunya tidak dapat menyangkal adanya pelaksanaan etika bisnis Islam. Namun, berdasarkan pengamatan awal peneliti melihat beberapa pedagang yang masih beraktifitas saat adzan berkumandang, ada beberapa pedagang laki-laki yang tidak melaksanakan

ibadah sholat jumat padahal letak masjid berada di depan pasar, tidak menjaga kebersihan kios, menaruh barang dagangan di area jalan sehingga menyebabkan jalan untuk pembeli menjadi sempit dan terlihat ada pedagang yang melayani pembeli dengan bermuka masam, serta bentuk pasar ini seperti pasar modern namun penataan tempat pedagang masih terlihat kurang rapi.

Pasar Desa Pabuaran Kidul terletak di Jl. Prabu Kiansantang desa Pabuaran kidul Kecamatan Pabuaran kab.Cirebon. Pasar Pabuaran Kidul ini adalah salah satu pasar yang telah direvitalisasi dan dijuluki Pasar TradMod atau Tradisional-Modern karena bentuknya sudah seperti pasar modern yaitu dengan posisi los di tengah sehingga lebih tertata rapi namun transaksinya seperti pasar tradisional. Pasar ini dikelola oleh pihak pengembang, lalu tahun 2016 hak pengembang selesai dan diserahkan kepada pihak desa. Pasar ini berada di pusat wilayah dan perempatan jalan. Di sekitar pasar terdapat lampu merah, di depan nya terdapat masjid sehingga dapat dikatakan pasar ini berada di tempat yang strategis dan pusat keramaian. Pasar ini buka setiap hari pada pukul 01.00 -10.00 WIB ramai ketika pagi hari dan mulai sepi diatas pukul 10.00 WIB.

Pasar TradMod Desa Pabuaran kidul Kec.Pabuaran ini menyediakan segala kebutuhan sehari-hari mulai dari bumbu dapur, alat rumah tangga hingga kebutuhan sandang. Pedagang yang menggunakan los dan kios berjumlah 244 sedangkan jumlah lemprakannya yaitu 70 jadi, total pedagang di pasar Pabuaran Kidul berjumlah 314 pedagang. Pedagang di Pasar ini 80% bukan berasal dari desa Pabuaran Kidul tetapi terbagi dari Pabuaran Lor, wetan, desa Gebang dan dari Brebes.

Maka untuk itu pedagang di pasar desa Pabuaran Kidul Cirebon hendaknya memiliki etika bisnis Islam yang sudah diajarkan oleh Rasulullah SAW, dan hal tersebut sudah termaktub di dalam Al Qur'an dan Hadis, dengan adanya perilaku berdagang yang sesuai dengan etika bisnis Islam yang diterapkan oleh pedagang khususnya di pasar Desa Pabuaran Kidul Cirebon bisa menjadikan kegiatan jual beli tersebut bernilai secara hablum minallah yaitu hubungan manusia dengan Tuhan maupun hablum minannas hubungan manusia dengan manusia dan sehingga mendapatkan profit atau keuntungan

yang sebenarnya. Melihat dari permasalahan tersebut penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui **“IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA PEDAGANG DI PASAR DESA PABUARAN KIDUL CIREBON”**.

B. Rumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

a. Wilayah Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam wilayah kajian manajemen dan organisasi bisnis syariah dengan topik etika bisnis syariah dan pengembangan sumber daya insani, karena terdapat relevansi dengan judul penelitian yang peneliti angkat yaitu Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang di Pasar Desa Pabuaran Kidul Cirebon.

b. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono (2016 :13-14) Penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan *makna* daripada *generalisasi*. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif dapat digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak bermaksud membuat kesimpulan yang lebih luas (Sugiyono, 2016:29).

2. Jenis Masalah

Jenis masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana penerapan etika bisnis yang dilakukan pedagang di pasar desa Pabuaran Kidul Cirebon dan apakah etika bisnis yang dilakukan tersebut sesuai dengan etika bisnis dalam Islam.

3. Pembatasan Masalah

Adanya keterbatasan yang dimiliki peneliti maka penting untuk dilakukan batasan masalah. Keterbatasan tersebut yaitu tenaga, waktu, dan kemampuan teoritik yang relevan dengan penelitian. Batasan masalah dalam penelitian ini yaitu implementasi etika bisnis Islam Pada Pedagang di Pasar Desa Pabuaran Kidul Cirebon.

4. Pokok Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka pokok masalah penelitian dirumuskan sebagai berikut :

- a. Bagaimana etika bisnis yang dilakukan pedagang di Pasar Desa Pabuaran Kidul Cirebon ?
- b. Apakah etika bisnis pedagang di Pasar Desa Pabuaran Kidul Cirebon sudah sesuai dengan etika bisnis dalam Islam ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini, tujuan yang ingin dicapai penulis yaitu sebagai berikut :

- a. Mengetahui etika bisnis yang dilakukan pedagang di Pasar Desa Pabuaran Kidul Cirebon.
- b. Mengetahui kesesuaian etika bisnis pada pedagang di Pasar Desa Pabuaran Kidul Cirebon berdasarkan etika bisnis dalam Islam.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

- a. Secara Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk :

- 1) Pengembangan ilmu pengetahuan serta menambah wawasan dan pengetahuan khususnya mengenai pelaksanaan etika bisnis Islam pada pedagang di Pasar Desa Pabuaran Kidul.
- 2) Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan pada setiap pembaca agar dapat digunakan sebagai tambahan bacaan sumber data dalam penulisan.

- 3) Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk menambah referensi di bidang karya ilmiah.

b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sarana atau bahan informasi untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan etika bisnis Islam pada pedagang di Pasar Desa Pabuaran Kidul.

- 2) Bagi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

Dari hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan yang sangat berguna dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya yang tertarik pada masalah yang serupa.

- 3) Bagi Pedagang

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pedagang di Pasar Desa Pabuaran Kidul dalam melaksanakan etika bisnis Islam agar pedagang tersebut menyadari akan pentingnya menerapkan etika bisnis dalam Islam.

D. Penelitian Terdahulu

Penulis menemukan beberapa penelitian terdahulu yang mempunyai relevansi terkait dengan judul yang diambil, diantaranya :

1. Yastim Amrullah, Iman Setya Budi dan Abdul Wahab (2021) dengan penelitian jurnal yang berjudul “*Etika dan Perilaku Bisnis Islam Para Pedagang Pentol Ikan Tenggiri di Kawasan Siring Pagatan*”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian yang diperoleh yaitu etika bisnis Islam para pedagang pentol ikan tenggiri di kawasan Siring Pagatan telah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam prinsip yang terpenuhi yakni prinsip kejujuran, prinsip memberi manfaat kepada orang lain, prinsip tidak menipu, prinsip tidak menjelekkkan bisnis orang lain, prinsip tidak melakukan monopoli, prinsip menjual barang yang halal, prinsip bisnis tanpa paksaan, dan prinsip membayar upah sebelum kering keringat karyawan. Perilaku bisnis Islam para pedagang ada yang

terpenuhi dengan prinsip bisnis Islam yaitu prinsip *taqwa*, prinsip *Aqshid* (sederhana), *Khidmat* (melayani dengan baik). Adapun yang belum terpenuhi yaitu prinsip Amanah.

Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti penerapan etika bisnis Islam. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada lokasi penelitian dan objek penelitiannya berfokus pada pedagang pentol Ikan.

2. Khairil Umuri dan Azharsyah Ibrahim (2020) dengan jurnal yang berjudul "*Analisis Perilaku Pedagang Kaki Lima Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam*". Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian yang diperoleh yaitu menunjukkan bahwa Etika Bisnis yang dilakukan pedagang makanan jajanan di Kota Banda Aceh telah sesuai dengan etika bisnis Islam, seperti perilaku religius (*tawhīd*), keseimbangan (*‘adl*), kehendak bebas (*ikhtiyār*), tanggung jawab (*fard*), dan kebajikan (*iḥsān*).

Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti pelaksanaan etika bisnis Islam. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada lokasi penelitian dan objek penelitiannya berfokus pada pedagang kaki lima.

3. Ahmad Hulaimi, Sahri dan Moh Huzaini (2017) dengan jurnal yang berjudul "*Etika Bisnis Islam dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi*". Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian ini menemukan bahwa etika bisnis Islam yang diterapkan oleh pedagang sapi di Masbagik belum sepenuhnya menerapkan prinsip-prinsip etika Islam. Tidak semua pedagang ternak mendapatkan kesejahteraan karena tidak terpenuhinya kebutuhan *dharuriyat*.

Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti pelaksanaan etika bisnis Islam. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada lokasi penelitian dan objek penelitiannya hanya berfokus pada pedagang Sapi.

4. Wahyu Sri Bintang Romadona dan Izzani Ulfi (2021) dengan jurnal yang berjudul "*Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako di Desa Jumbleng Indramayu*". Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian yang diperoleh dari para pedagang, dan pembeli di Desa Jumbleng menunjukkan bahwa prinsip-prinsip etika bisnis Islam belum sepenuhnya dapat diterapkan oleh para pedagang dikarenakan terbatasnya

pengetahuan mereka terkait etika bisnis Islam.

Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti mengenai pelaksanaan etika bisnis Islam. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada lokasi penelitian dan objek penelitiannya hanya berfokus kepada pedagang sembako.

5. Amir Salim (2018) dengan jurnal yang berjudul "*Analisis Pemahaman dan Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang Pengepul Barang Bekas di Kota Palembang*". Faktor - faktor yang mempengaruhi pemahaman Etika Bisnis Islam Pedagang pengepul barang bekas diantaranya faktor Tauhid mempengaruhinya sebesar 78,38 % dan faktor Ihsan sebesar 79,79 %. Pada hasil penelitian tentang faktor - faktor yang mempengaruhi penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang pengepul barang bekas diantaranya faktor - faktor Keseimbangan mempengaruhinya sebesar 83,39 %, faktor Kehendak bebas sebesar 78,55 %, dan faktor Tanggung jawab sebesar 77,1 %. Dengan demikian, hasil penelitian faktor - faktor yang mempengaruhi Pemahaman dan Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang pengepul barang bekas dapat dikategorikan baik.

Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti mengenai pelaksanaan etika bisnis Islam. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada lokasi penelitian dan metode yang digunakan adalah metode kausalitas yaitu tipe penelitian berupa hubungan sebab akibat dua variabel atau lebih.

6. Agus Karjuni, Sumarno dan Iin aisyah (2022) dengan jurnal yang berjudul "*Etika Bisnis Islam dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Di Pasar Rumpit Plumbon*". Hasil penelitian yang diperoleh yaitu bahwa secara parsial variabel pengetahuan etika bisnis islam dan religiusitas berpengaruh terhadap perilaku pedagang. Dimana variabel pengetahuan etika bisnis islam thitung sebesar 4,493 dengan nilai signifikansi 0,000. Begitu juga dengan variabel religiusitas thitung sebesar 6,753 dengan nilai signifikansi 0,000. Secara keseluruhan variabel pengetahuan etika bisnis islam dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang, dimana Fhitung sebesar 38,538, probabilitas signifikansi 0,000. Menurut

uji R2 yang sudah dilakukan, besar pengaruh pengetahuan etika bisnis Islam dan religiusitas terhadap perilaku pedagang adalah sebesar 62,1% dan sisanya 37,9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti penerapan etika bisnis Islam dan objek penelitiannya yaitu pedagang pasar. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada wilayah penelitian dan metode penelitian yang digunakan. Metode penelitian pada Agus Karjuni dkk menggunakan metode kuantitatif.

7. Kevvin Marsellino Gusti Putra dan Hendry Cahyono (2020) dengan jurnal yang berjudul *“Perilaku Pedagang di Sentra Ikan Bulak Surabaya dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku para pedagang di Sentra Ikan Bulak Surabaya sudah sesuai dengan prinsip-prinsip yang terdapat dalam etika bisnis Islam, meliputi prinsip ketauhidan, prinsip keseimbangan, prinsip kehendak bebas, prinsip pertanggungjawaban, dan prinsip kebajikan.

Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti penerapan etika bisnis Islam, objek penelitiannya berfokus pada pedagang dan metode yang digunakan metode kualitatif. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada lokasi penelitian.

8. Nursyamsu dan Aldi Abidin (2021) dengan jurnal yang berjudul *“Analisis Motif Driver Ojek Online dalam Menjalani Lebih dari Satu Kemitraan Perspektif Etika Bisnis Islam di Kota Palu”*. Hasil penelitian yang diperoleh yaitu tinjauan etika bisnis Islam terhadap driver ojol yang memiliki lebih dari satu hubungan kemitraan. Dari sisi etika bisnis Islam ada beberapa poin yang harus diperhatikan yaitu keseimbangan, kehendak bebas, tanggungjawab, dan kebenaran (kebijakan dan kejujuran). Dan ke empat nilai-nilai dasar etika bisnis Islam tersebut dikaitkan dengan alasan-alasan driver ojol dalam memilih lebih dari satu kemitraan yaitu tuntutan ekonomi, pendapatan yang lumayan, kurangnya pengawasan dan tidak adanya perjanjian/peraturan yang jelas dan mengikat. Setelah ditinjau dari etika bisnis Islam dari keempat poin tersebut dinilai telah sesuai dengan nilai-nilai dasar dari etika bisnis Islam

itu sendiri.

Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti penerapan etika bisnis Islam dan metode yang digunakan metode kualitatif. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada lokasi dan objek penelitian yang dilakukan oleh Nursyamsu berfokus pada Driver Ojek Online.

9. Susi Widiyari dan Fath Ervan Zulfa (2020) dengan jurnal yang berjudul *“Perilaku Pedagang Grosir Ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pasar Ngemplak Tulungagung)”*. Hasil penelitian yang diperoleh yaitu perilaku pedagang sayur di pasar Ngemplak Tulungagung dalam memasarkan dagangannya belum sesuai dengan Etika Bisnis Islam, karena kebiasaan mereka yang berkata bohong, tidak transparan dalam penjualan dagangan serta tidak jujur dalam timbangan.

Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti penerapan etika bisnis Islam, dan metode yang digunakan metode kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada wilayah penelitian dan objek penelitian yang dilakukan oleh Susi dan Fath hanya berfokus pada pedagang grosir.

10. Siti Hofifah (2020) dengan jurnal yang berjudul *“Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman di Ngebel Ponorogo Ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam”*. Hasil penelitian yang diperoleh yaitu para pedagang musiman di daerah Ngebel Ponorogo, sebagian pedagang melakukan persaingan dengan tidak memperhatikan etika bisnis Islam. Alasannya karena banyaknya pesaing pada daerah tersebut serta para pedagang ini hanya menginginkan keuntungan sebanyak-banyaknya untuk keperluan perekonomian tanpa memperhatikan aturan yang telah ditetapkan dalam ajaran agama Islam. Selain itu juga diketahui bahwa banyak pedagang yang menentukan harga barang yang dijualnya terkadang masih tidak sesuai dengan kualitasnya, serta dalam takaran, penimbangan dan ukuran juga masih adanya unsur kecurangan.

Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti penerapan etika bisnis Islam dan metode yang digunakan metode kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian dan objek penelitian yang

dilakukan oleh Siti hanya berfokus pada pedagang musiman.

11. Juliana, M. Faathir dan M.A. Sulthan (2019) dengan jurnal yang berjudul *“Implementasi Etika Bisnis Islam Pelaku Usaha Mikro : Studi Kasus Pada Pelaku Usaha Mikro Syariah Puspa Bank Indonesia Wilayah Jawa Barat Di Bandung Tahun 2017”*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa tingkat implementasi Etika Bisnis Islam pelaku usaha mikro binaan program PUSPA Bank Indonesia wilayah Jawa Barat tahun 2017 masuk dalam kriteria sangat baik. Ini terlihat dari beberapa dimensi yang digunakan yaitu jujur, penggunaan barang berkualitas baik, Ihsan, Membangun hubungan baik dengan Konsumen dan Etika menetapkan harga nilai rata-rata nilai 5,8 yang berarti sangat baik.

Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti penerapan etika bisnis Islam. Sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian, metode yang digunakan oleh Juliana dkk yaitu metode kuantitatif dan objek penelitiannya berfokus pada pelaku usaha mikro.

12. Desi Efilianti (2018) dengan jurnal yang berjudul *“Etika Bisnis dalam Pandangan Islam: Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil”*. Hasil yang diperoleh yaitu Kampoeng Kreati, Bazar Madinah dan usaha kecil di Lingkungan UIN Jakarta telah menerapkan etika bisnis Islam, baik oleh pengusaha maupun karyawannya. Dalam menjalankan usaha dan kegiatan, para pelaku usaha telah memahami dan mengimplementasikan prinsip atau nilai-nilai Islam dengan berlandaskan pada Al Quran dan Hadis. Implementasi etika bisnis Islam ini meliputi empat aspek: prinsip, manajemen, marketing/iklan dan produk/harga.

Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti penerapan etika bisnis Islam dan metode yang digunakan. Sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian dan objek penelitian yang dilakukan oleh Desi berfokus pada pelaku usaha kecil.

13. Dina Uswatun Khasanah dan Ahmad Ma'ruf (2019) dengan jurnal yang berjudul *“Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Pasar Nongkojajar Kecamatan Tutur Kabupaten Pasuruan”*. Hasil penelitian yang diperoleh yaitu model

wisata religi masjid Cheng Hoo Pandaan sesuai dengan yang dikemukakan oleh Aan Jaelani yakni sebuah wisata religi yang sesuai dengan prinsip-prinsip agama Islam yakni halal, dan memuat 5 indikator wisata religi seperti wisata religi yang berkonsep budaya dan terikat dengan sejarah Islam, bentuk bangunan yang unik, dan diperuntukkan bagi muslim dan non muslim. Selain itu, wisata religi ini mampu sebagai alternatif dalam mewujudkan nilai-nilai agama Islam yang tertuang dalam berbagai kegiatan seperti nilai aqidah, ibadah, muamalah, dan mampu mendukung pariwisata Kabupaten Pasuruan melalui kegiatan-kegiatan yang sudah terlaksana disana. Hal inilah yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung baik sekedar berwisata maupun sambil beribadah.

Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti penerapan etika bisnis Islam, metode yang digunakan dan objek penelitiannya yaitu pedagang. Sedangkan perbedaannya terletak pada wilayah penelitian.

14. Jubaedi, Ahmad Sobari, dan Syarifah Gustiawati (2018) dengan jurnal yang berjudul *“Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2014 Fakultas Agama Islam Universitas Ibn Khaldun Bogor)”*. Hasil penelitian yang diperoleh yaitu 11 atau 44% mahasiswa telah memenuhi semua prinsip etika bisnis Islam dalam praktek bisnisnya. Sedangkan 14 atau 56% mahasiswa belum memenuhi semua prinsip etika bisnis Islam dalam praktek bisnisnya, disebabkan mereka masih kurang sesuai dalam penerapan/pengamalan dua prinsip, yaitu prinsip tauhid dan prinsip amanah. Kedua prinsip tersebut sebenarnya diterapkan/diamalkan dalam praktek bisnis mereka hanya saja penerapan/pengamalannya masih kurang sesuai.

Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti penerapan etika bisnis Islam dan metode yang digunakan metode kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitiannya yang berfokus pada mahasiswa, kemudian perbedaannya juga terletak pada lokasi dan teknik sampel yang digunakan. Teknik sampel pada penelitian juabedi dkk yaitu menggunakan sampel jenuh.

15. Andriansyah Sulisty Maulana dan Khusnul Fikriyah (2021) dengan jurnal

yang berjudul “*Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pembudidaya Ikan Guppy (Studi Pada Guppyjunior Surabaya)*”. Hasil penelitian yang diperoleh yaitu guppy junior surabaya sudah menerapkan etika bisnis islam dalam menjalankan usahanya, terlebih pada proses budidaya ikan guppy yang dilakukannya. Mulai dari prinsip kesatuan dimana mereka akan menerima secara terbuka ketika ada calon pembeli yang ingin mengetahui proses budidaya dari ikan guppy tanpa ada pungutan biaya sepeserpun karena mereka berkeyakinan bawa ilmu yang mereka sampaikan akan menjadi amal jariyah, bukan hanya mengejar keuntungan secara duniawi saja melainkan untuk kehidupan akhirat. Prinsip keseimbangan dimana ditunjukan dengan mampu untuk memberikan kesempatan hidup yang layak bagi ikan yang mereka pelihara, dan bukan dilihat dari segi komersilnya saja. prinsip kehendak bebas dimana mereka dapat meningkatkan usahanya melalui peningkatan kualitas produk dari ikan yang mereka hasilkan melalui metode yang mereka jalankan, serta bertujuan untuk mendapatkan kepuasan dari tiap pelanggan. Prinsip tanggung jawab dimana mereka bertanggung jawab memberikan kelayakan hidup bagi ikan yang dibudidayakan serta memberikan jaminan pada setiap pelanggan bahwa produk yang dihasilkan adalah ikan yang berkualitas karena mereka sudah memberikan perawatan yang maksimal untuk menjaga kesehatan ikan danmelakukan pengobatan saat ikan terkena penyakit sebelum diperjual belikan. Hingga prinsip kejujuran dimana mereka sangat terbuka atas kualitas ikan yang akan dijual kepada para pembeli, sehingga pembeli tidak merasa tertipu ataupun kecewa dengan ikan yang mereka beli.

Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti penerapan etika bisnis Islam dan metode yang digunakan yaitu metode kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian dan objek penelitiannya berfokus pada pembudidaya Ikan Guppy.

E. Kerangka Pemikiran

Implementasi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah pelaksanaan, penerapan. Implementasi yang merupakan terjemahan dari kata “implementation”, berasal dari kata kerja “to implement”.

Secara etimologis implementasi merupakan suatu aktivitas yang berkaitan dengan penyelesaian suatu pekerjaan dengan penggunaan sarana (alat) untuk memperoleh suatu hasil (Tachjan, 2006:23).

Etika berasal dari kata Yunani *ethos*, bentuk jamaknya (*ta etha*) berarti “adat istiadat”. Berarti etika berhubungan dengan kebaikan hidup, kebiasaan atau karakter baik terhadap seseorang, masyarakat atau terhadap sekelompok masyarakat tertentu. Etika adalah sebuah ilmu yang mempelajari bagaimana berperilaku jujur, benar dan adil. Etika merupakan cabang ilmu filsafat, mempelajari perilaku moral dan amoral, membuat pertimbangan matang yang patut dilakukan oleh seseorang kepada orang lain atau kelompok tertentu (Echdar, 2019:1).

Bisnis ialah suatu kegiatan individu yang terorganisasi yang menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Secara umum kegiatan ini ada di dalam masyarakat, dan ada dalam industri (Buchari, 2010:20–21).

Etika bisnis adalah suatu kode etik perilaku pengusaha berdasarkan nilai-nilai moral dan norma yang dijadikan tuntunan dalam membuat keputusan dan memecahkan persoalan-persoalan yang dihadapi. Etika bisnis adalah studi tentang aspek - aspek moral dari kegiatan ekonomi dan bisnis (Fahmi, 2013:1).

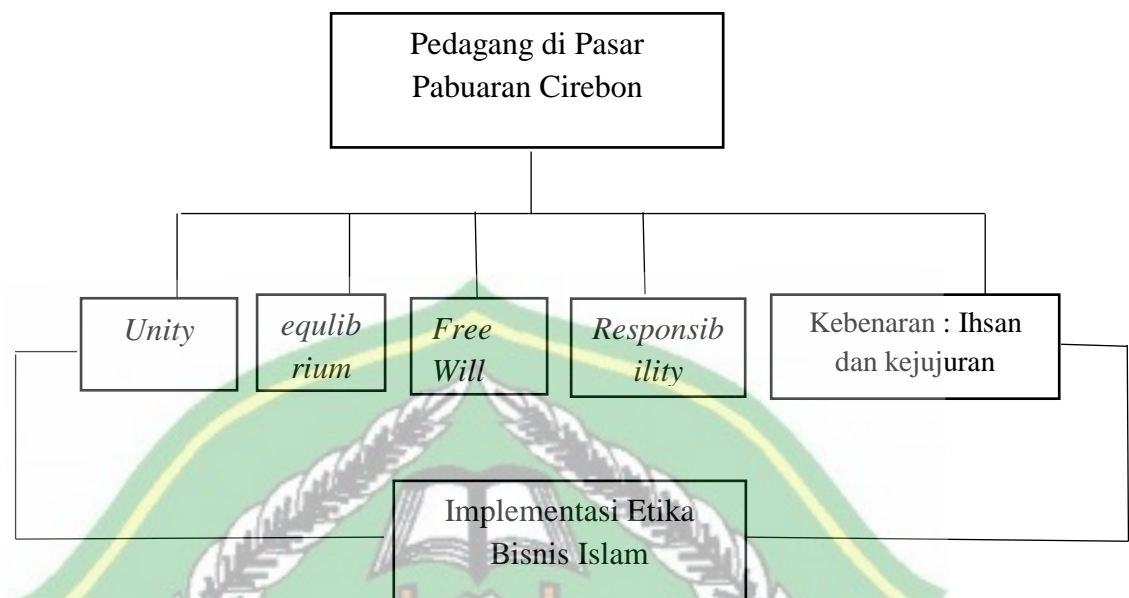
Etika Bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan. Etika Bisnis Islam adalah menyangkut “*business firm*” dan atau “*business person*”, yang menyangkut arti yang bervariasi. Berbisnis berarti suatu usaha yang menguntungkan. Jadi etika bisnis Islami adalah studi tentang seseorang atau organisasi melakukan usaha atau kontak bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan ajaran Islam (Aziz, 2013:35)

Pedagang di Pasar Pabuaran Cirebon hampir semuanya beragama Islam. Seorang pedagang hendaknya berperilaku adil dan jujur seperti kegiatan bisnis yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW serta berpegang teguh pada nilai etika bisnis Islam.

Dalam Islam, kegiatan bisnis bukan kegiatan yang sembarang untuk dilakukan. Dalam melakukan kegiatan bisnis Islam memberikan pedoman etika bisnis Islam yang mencakup *Pertama*, Kesatuan (*Unity*) konsep ini maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horizontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam. *Kedua*, Keseimbangan (*Equilibrium*). Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Islam juga telah menganjurkan untuk tidak berbuat curang atau berlaku dzalim. *Ketiga*, Kehendak Bebas (*Free Will*) kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. *Keempat*, Tanggung jawab (*Responsibility*). Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggung jawab atas semua yang dilakukannya. *Kelima*, Kebenaran: kebajikan dan kejujuran. Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan (Aziz, 2013:46)..

Secara terperinci prinsip etika bisnis dalam Islam diantaranya jujur ketika menakar atau menimbang, menjual produk yang baik dan halal, menjual produk yang berkualitas unggul, tidak menyembunyikan jika ada barang yang cacat, tidak bersumpah dalam berdagang, melakukan persaingan yang sehat,

tidak melakukan transaksi yang mengandung riba, gharar dan maysir serta bermurah hati (Aziz, 2013:41–43).



Gambar 1. 1
Kerangka Pemikiran

Berdasarkan Gambar 1.1 di atas maka akan dilakukan penelitian untuk mengetahui bagaimana etika bisnis yang dilakukan pedagang di Pasar Desa Pabuaran Kidul Cirebon dan apakah etika bisnis pedagang di Pasar Desa Pabuaran Kidul Cirebon sudah sesuai dengan etika bisnis dalam Islam.

F. Metodologi Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini di Pasar Desa Pabuaran Kidul yang beralamat di Desa Pabuaran Kidul Kecamatan Pabuaran Kabupaten Cirebon.

2. Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:42) Objek penelitian yaitu atribut atau sifat atau nilai dari orang atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Objek penelitian ini yaitu Etika Bisnis Pedagang. Pedagang di pasar Pabuaran Kidul Cirebon berjumlah 314 pedagang yang terdiri dari pedagang los dan kios berjumlah 244 dan lemprakannya 70 pedagang.

3. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono (2016 :13-14) Penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan *makna* daripada *generalisasi*.

4. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif dapat digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak bermaksud membuat kesimpulan yang lebih luas (Sugiyono, 2016:29). Jenis penelitian deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk menjawab rumusan masalah.

5. Data Penelitian

Data Penelitian ini menggunakan data kualitatif. Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat, gerak tubuh, ekspresi wajah, bagan, gambar dan foto (Sugiyono, 2016:5).

6. Sumber Data Penelitian

Sumber data dalam penelitian adalah informasi yang memiliki arti bagi penggunaannya menurut Sugiyono (2016:308), sumber data dalam penelitian dibagi menjadi dua yaitu :

a. Sumber Primer

Sumber primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data primer dari penelitian ini yaitu dari Pedagang di Pasar Desa Pabuaran Kidul Cirebon.

b. Sumber Sekunder

Sumber sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat dokumen. Sumber data sekunder dalam penelitian ini yaitu dari jurnal, buku, dan studi dan penelitian – penelitian terdahulu terkait etika bisnis Islam.

7. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

a. Observasi

Menurut Sugiyono (2016:196) teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala – gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar. Dalam hal ini, peneliti mengamati atau menyaksikan secara langsung keadaan yang sebenarnya di lapangan. Jadi, peneliti melakukan observasi dengan mengunjungi langsung pasar desa Pabuaran Kidul untuk melihat seperti apa dan bagaimana setiap kegiatan berdagang atau perilaku yang dilakukan pedagang ketika bertransaksi jual beli. Observasi pada penelitian ini dilakukan selama 5 hari tidak berturut turut dari jam 10.00 sampai jam 13.00 WIB di pasar Pabuaran Kidul Cirebon.

b. Teknik Wawancara

Menurut Sugiyono (2016:188) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal – hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah responden nya sedikit/kecil. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self-report*, atau setidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi. Wawancara pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Etika Bisnis yang dilakukan pedagang di pasar desa Pabuaran Kidul Cirebon. Wawancara dilakukan kepada 9 pedagang yang terdiri dari pedagang makanan kering, sembako, 2 pedagang buah, 2 pedagang ayam potong, 2 pedagang pakaian dan pedagang serba – serbi plastik. Wawancara dilakukan juga kepada 3 pembeli dan kepala pasar. Jadi, total informan yang peneliti wawancarai berjumlah 13 orang. Wawancara dilakukan empat hari dengan durasi selama kurang lebih 15-20 menit.

c. Teknik Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2013:274) teknik dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya. Metode dalam penelitian ini digunakan untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan latar belakang objek penelitian yang didokumentasikan, yang diperlukan untuk menunjang data penelitian yang sesuai dengan pokok masalah yang terdapat di perusahaan. Dalam teknik dokumentasi ini peneliti akan melakukan mengambil gambar berupa foto dari kegiatan aktivitas wawancara dan kondisi pasar pabuaran kidul, serta merekam hasil wawancara dengan informan terkait dengan audio.

8. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, peneliti itu sendiri yang menjadi instrumen utama. Menurut Nasution dalam buku (Sugiyono, 2016:307). peneliti sebagai instrumen dapat segera menganalisis data yang diperoleh. Ia dapat menafsirkannya, melahirkan hipotesis dengan segera untuk menentukan arah pengamatan, untuk mengetes hipotesis yang timbul seketika.

9. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dari penelitian ini berjenis *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2016:61). Populasi dari penelitian ini adalah pedagang di Pasar Desa Pabuaran Kidul Cirebon.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang terpilih dan mewakili populasi tersebut. Sebagian dan mewakili dalam batasan diatas

merupakan data kata kunci dan merujuk kepada semua ciri populasi dalam jumlah yang terbatas masing-masing karakteristiknya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik non random, jenis yang digunakan menggunakan teknik *Purposive Sampling*, dimana teknik ini dilakukan dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2016:126) misalnya orang yang dianggap paling tahu atau dianggap sebagai penguasa yaitu kepala pasar Pabuaran. Selain itu menggunakan juga teknik *simple random sampling* karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2016 : 122) seperti pedagang dan pembeli yang ada di pasar Pabuaran Kidul Cirebon.

10. Uji Validitas Data

Menurut Sugiyono (2016:241) Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Tujuan dari triangulasi bukan untuk mencari kebenaran tentang beberapa fenomena tetapi lebih pada peningkatan pemahaman peneliti terhadap apa yang telah ditemukan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan satu macam triangulasi yaitu triangulasi sumber. Menurut Sugiyono (2016:241) triangulasi sumber berarti mendapatkan data dari sumber yang berbeda – beda dengan teknik yang sama. Data dikatakan absah apabila terdapat konsistensi atau kesesuaian antara informasi yang diberikan oleh informan satu dengan informan lainnya. Peneliti mewawancarai pihak pengelola pasar yaitu kepala pasar dan tiga pembeli yang digunakan untuk triangulasi sumber data..

11. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik yang dikemukakan oleh Sugiyono (2016:334) yaitu sebagai berikut:

a. Analisis sebelum di Lapangan

Penelitian kualitatif telah melakukan analisis data sebelum peneliti memasuki lapangan. Analisis dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan, atau data sekunder yang akan digunakan untuk menentukan fokus penelitian. Namun, demikian, fokus penelitian ini masih bersifat sementara, dan akan berkembang setelah peneliti masuk dan selama di lapangan.

b. Analisis Selama di Lapangan

Selama pengumpulan data berlangsung, setelah pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang telah diwawancarai, dengan cara mengklasifikasi dan menafsirkan isi data.

c. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan polanya. Dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan (Sugiyono, 2016:336).

d. Penyajian Data

Dalam penelitian kualitatif penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk tabel grafik, pie chart, pictogram, dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, data diorganisasikan secara sistematis dan pola hubungan, sehingga mudah dipahami. Penyajian data juga dapat dilakukan dengan bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antara kategori, dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif (Sugiyono, 2016:339).

e. *Conclusion drawing/verification*

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih samar-samar atau gelap

sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal dan interaktif, hipotesis, atau teori (Sugiyono, 2016:343).

G. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembahasan pada penelitian ini, maka sistematika penulisan dapat dijelaskan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan. Membahas latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, metode penelitian, dan sistematika penulisan. Tujuan dalam bab ini yaitu untuk mengantar pembahasan skripsi secara keseluruhan.

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah pada penelitian, yaitu mengenai masih adanya pedagang yang tidak mengindahkan etika bisnis dalam Islam atau menyimpang dari etika bisnis Islam serta perilaku penyimpangan pedagang yang rawan terjadi yaitu di pasar tradisional. Beberapa penyimpangan yang sering ditemukan di pasar tradisional antara lain pengurangan takaran dan timbangan pedagang, pengoplosan barang kualitas bagus dengan yang buruk, dan penjualan barang haram. Selanjutnya pada bab ini menjelaskan mengenai rumusan masalah yang peneliti ambil yaitu bagaimana etika bisnis yang dilakukan pedagang di pasar Desa Pabuaran Kidul Cirebon dan apakah etika bisnis yang dilakukan pedagang tersebut sudah sesuai dengan etika bisnis dalam Islam. Hal ini dimaksudkan agar peneliti dapat mengetahui bagaimana etika bisnis yang dilakukan pedagang di pasar Desa Pabuaran Kidul Cirebon dan apakah etika bisnis tersebut sesuai dengan etika bisnis Islam atau tidak. Pada bab ini menjelaskan tujuan dan manfaat dari penelitian, lalu kerangka pemikiran yang menggambarkan alur penelitian dengan menghubungkan teori dengan berbagai faktor yang ditemukan sebagai masalah yang penting, kemudian metode penelitian mengenai langkah-langkah oleh peneliti melakukan penelitian untuk mengumpulkan data atau informasi yang akan diolah dan dianalisis dengan ilmiah dan pada bab ini terdiri dari sistematika penulisan yaitu agar penelitian yang dihasilkan dapat tersusun secara urut dan rapi.

BAB II Etika Bisnis Islam. Pada Bab ini memuat uraian teori-teori terkait dengan tema penelitian.

Pada bab ini memuat pengertian etika, bisnis, pengertian etika bisnis dalam Islam, nilai dasar dan prinsip – prinsip etika bisnis Islam, Teori – teori etika Islam, pedagang pasar dalam Islam dan implementasi etika bisnis Islam pedagang pasar. Teori - teori tersebut merupakan teori – teori yang menjelaskan bagaimana etika bisnis Islam yang hendaknya dilakukan pedagang

BAB III Pasar Desa Pabuaran Kidul Kabupaten Cirebon. Penulis akan menjelaskan sekilas gambaran Pasar Pabuaran, tentang profil pasar Pabuaran Kidul, pedagang di pasar Pabuaran Kidul, letak geografis, sarana dan prasarana pasar Pabuaran kidul serta struktur organisasi pasar tersebut.

BAB IV Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang di Pasar Desa Pabuaran Kidul Cirebon. Dalam bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan mengenai etika bisnis yang dilakukan pedagang dan kesesuaian etika bisnis yang dilakukan pedagang dengan etika bisnis dalam Islam.

Bab V Penutup terdiri dari kesimpulan dan saran-saran. Kesimpulan merupakan jawaban dari permasalahan yang ada dalam penelitian ini, sedangkan saran-saran berisi tentang hal-hal yang mungkin berguna. Dalam bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti.

