

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi yang sangat pesat menimbulkan persaingan bisnis semakin tinggi. Dengan persaingan yang begitu tinggi para pelaku bisnis menggunakan segala cara untuk mendapat keuntungan bahkan para pelaku bisnis sering mengabaikan etika dalam menjalankan bisnis (Syarifuddin & Saputra, 2020). Bisnis atau perdagangan diperlukan di dalamnya, tidak ada manusia hidup sempurna dan sanggup menyediakan kebutuhan atau keperluan tanpa memerlukan orang lain. Sehingga dapat dikatakan manusia saling memerlukan dan membutuhkan pertolongan antara sesama. Kebutuhan merupakan faktor utama dalam hidup manusia, sehingga manusia dituntut untuk memenuhi kebutuhannya tersebut. Salah satu usaha manusia dalam memenuhi kebutuhannya, baik sebagai pedagang ataupun pembeli tentu memerlukan tempat yang namanya pasar. Selama ini, pasar telah menyatu dan menjadi tempat paling penting dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Bagi masyarakat, pasar bukan hanya tempat bertemunya penjual dan pembeli saja, tetapi juga sebagai wadah untuk berinteraksi sosial. Pasar merupakan area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, *mall*, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.

Pasar sangat berperan penting dalam memajukan pertumbuhan ekonomi di Indonesia, dimana keberadaan pasar tradisional sangat membantu masyarakat yang sudah menyatu dan memiliki tempat penting di kehidupan masyarakat. Bagi masyarakat pasar bukan sekedar tempat bertemunya penjual dan pembeli tetapi juga sebagai wadah interaksi sosial (Ayyub, 2018). Aktivitas yang dilakukan di pasar pada dasarnya akan melibatkan produsen dan konsumen. Masing-masing dari mereka mempunyai peranan yang sangat penting terhadap pembentukan harga dalam pasar. Pembahasan terkait dengan pasar, negara, individu dan masyarakat selalu menjadi diskursus hangat dalam ilmu ekonomi. Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan

pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi antara penjual pembeli secara langsung dan ada proses tawar-menawar, bangunan pasar biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian, barang elektronik, jasa, dan lain-lain. Selain itu, ada pula yang menjual kue-kue dan barang-barang lainnya. Semakin pesatnya perkembangan penduduk maka semakin besar pula tuntutan kebutuhan akan pasar, baik secara kuantitas maupun kualitas.

Keberadaan pasar tradisional sudah menjadi bagian yang tidak terlepaskan dalam kehidupan masyarakat. Pasar mencakup keseluruhan permintaan dan penawaran, seluruh kontak atau interaksi antara penjual dan pembeli untuk mempertukarkan barang dan jasa (Yovita & Indrawati, 2014). Pasar merupakan tulang punggung perekonomian masyarakat, baik masyarakat yang berada di kalangan kelas bawah ataupun masyarakat yang berada di kalangan kelas atas. Keberadaan pasar tradisional ini sangat membantu, tidak hanya bagi pemerintah daerah ataupun pusat, tetapi juga para masyarakat yang menggantungkan hidupnya dalam kegiatan berdagang, karena di dalam pasar tradisional terdapat banyak pihak yang terlibat dan memiliki arti penting dan berusaha untuk mensejahterakan kehidupannya, baik itu pedagang, pembeli, pekerja panggul, dan sebagainya. Mereka semua adalah aktor yang berperan penting dalam mempertahankan eksistensi pasar tradisional di Indonesia. (Hakim, 2017). Pelaku ekonomi pasar adalah pedagang, pembeli, pemasok dan lembaga. Pembeli memiliki kebutuhan atau keinginan yang sama yang dapat dipenuhi melalui pertukaran dan hubungan dengan penjual. Pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli (Kristiningtyas, 2012).

Pasar Cipejuh merupakan pasar tradisional yang terletak di Jalan Arif Rahman Hakim, Sindanglaut, Kecamatan Lemahabang, Kabupaten Cirebon. Pasar Cipejuh memiliki luas lahan sebesar 2.480 M², kepemilikan Pasar Cipejuh berada di dalam naungan Pemerintah Daerah, Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Cirebon. Pasar Cipejuh salah satu pasar yang

terkenal di Kecamatan Lemahabang yang menjadi pusat perbelanjaan masyarakat setempat. Pasar menjadi tempat bagi masyarakat memenuhi kebutuhan, terutama ikan, ayam, dan sayuran. Kesegaran bahan baku menjadi prioritas untuk konsumsi masyarakat, akan tetapi masih banyak kebutuhan konsumsi yang tidak memuaskan konsumen seperti ikan dan ayam yang tidak segar, sayuran banyak yang sudah tidak segar.

Pasar Cipejuh yang mayoritas pedagangnya muslim yang akan menjadi fokus penelitian ini, tentunya tidak bisa menafikan adanya pelaksanaan etika dalam berbisnis secara Islami. Namun juga tidak bisa dipungkiri dengan berbagai watak dari pelaku bisnis, baik penjual maupun pembeli, ataupun persaingan antar pelaku bisnis dapat memicu pula lahirnya ketersinggungan dan ketidaksesuaian dalam mengeksekusi harga barang. Terkadang terjadi perselisihan dan pertengkaran akibat masing-masing pihak mempertahankan pendapat yang notabnya bertolak belakang dengan ketentuan etika bisnis Islam.

Keterkaitan yang kuat antara agama Islam dengan aktifitas ekonomi umat, menurut Ismail adalah bahwa kegiatan ekonomi dalam Islam, meskipun konkritnya adalah kegiatan yang bersifat untuk mendapatkan kecukupan materi, tidak dapat dilepaskan dari kehidupan sesudah mati dan akan tetap dipertanggungjawabkan di hadapan Tuhan. Islam tidak mengajarkan satu sistem ekonomi yang komprehensif, tetapi Islam mengajarkan landasan etika dan moral bagi para pemeluknya yang akan melakukan kegiatan ekonomi. Islam pada prinsipnya mengajarkan kebaikan dan telah mengatur kehidupan umatnya di dunia dan di akhirat. Dalam prinsip etika ekonomi pada hakikatnya adalah menjalankan bisnis yang jujur sesuai dengan akidah agama. (Baidowi, 2010).

Dalam Islam, secara tegas Rasulullah SAW pernah bersabda bahwa “perdagangan (bisnis) adalah suatu lahan yang paling banyak mendatangkan keberkahan”. Dengan demikian, perdagangan atau kegiatan bisnis tampaknya menjadi arena yang sangat menguntungkan. Penting untuk dipahami bahwa praktik bisnis yang harus diikuti oleh setiap orang adalah sesuai dengan ajaran agama Islam yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, Islam memberikan

klasifikasi perbuatan yang diperbolehkan dan perbuatan yang dilarang (Novita Ambarsari & Luhur Prasetyo, 2022) perusahaan tetap unggul dari para kompetitornya. Kecurangan merupakan pemicu kegagalan sebuah bisnis, Al-Qur'an sudah memeritahkan kepada umat muslim dalam menimbang dan mengukur dengan cara yang benar dan jangan sampai melakukan kecurangan dalam bentuk pengurangan takaran dan timbangan. Setiap umat Islam hendaknya bersikap jujur sebagaimana timbangan yang sesuai saat berjualan serta dalam semua kegiatan bermuamalah dengan orang lain. Sebagai seorang muslim dilarang untuk berbuat tindakan penipuan seperti menjual kualitas barang yang rendah mutunya atau mengurangi timbangan.

Dengan kata lain, maka prinsip pengetahuan akan etika bisnis Islam mutlak harus dimiliki oleh setiap individu yang melakukan kegiatan ekonomi baik itu seorang pebisnis atau pedagang yang melakukan aktivitas ekonomi. Terutama para pedagang di pasar tradisional yang melakukan transaksi jual beli. Oleh karena itu peneliti ingin memahami lebih dalam dan melakukan penelitian yang berjudul "ANALISIS PERILAKU PEDAGANG PASAR TRADISIONAL CIPEJEUH CIREBON DALAM PANDANGAN ETIKA BISNIS ISLAM".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka berikut rumusan masalah dalam penelitian ini:

1. Bagaimana perilaku pedagang di Pasar Tradisional Cipeujeuh Cirebon?
2. Bagaimana perilaku pedagang di Pasar Tradisional Cipeujeuh Cirebon dalam pandangan Etika Bisnis Islam?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui perilaku pedagang di Pasar Tradisional Cipeujeuh Cirebon.

- b. Untuk mengetahui perilaku pedagang di Pasar Tradisional Cipejueh Cirebon dalam pandangan Etika Bisnis Islam.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

- 1.) Sebagai bahan referensi yang diharapkan dapat menambah wawasan bagi pembaca terutama tentang perilaku pedagang dalam pandangan etika bisnis Islam.
- 2.) Penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan khususnya etika bisnis Islam dalam penerapan transaksi jual beli di pasar tradisional.

b. Manfaat Praktis

1.) Bagi Penulis

Sebagai sarana dan bahan untuk meningkatkan pengetahuan penulis tentang perilaku pedagang pasar tradisional cipejueh Cirebon dalam pandangan etika bisnis islam.

2.) Bagi Pedagang

Memberi dan menambah wawasan untuk para pedagang mengenai ekonomi islam yang sesuai dengan etika bisnis Islam.

D. Penelitian Terdahulu

Tabel 1.1 Daftar Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti dan Tahun Terbit	Judul	Hasil Penelitian
1.	Alwi Musa Muzaiyin, 2018.	Perilaku Pedagang Muslim dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam (Kasus di Pasar Loak Jagalan	Hasil dari penelitian ini adalah perilaku pedagang muslim di Pasar Loak Jagalan Kediri, di antaranya meliputi bagaimana perilaku cara berdagang mereka, bagaimana sikap berdagang mereka, bagaimana strategi berdagang mereka, dan bagaimana para pedagang di Pasar Loak tersebut melakukan akad dalam transaksi jual- belinya. Dimulai

		Kediri)	dari sudut cara berdagang, mereka berada di trotoar pinggir jalan, bisa disebut sebagai pedagang kaki lima. dari berbagai pedagang muslim di Pasar Loak Jagalan Kediri yang berperilaku kurang sesuai dari etika bisnis Islam, ternyata masih banyak pula yang berperilaku yang sesuai dengan etika bisnis Islam, yaitu adanya pedagang yang berlaku jujur, rendah hati, sopan, dan juga mengedepankan keterbukaan dalam berdagang, atau bisa disebut dengan pedagang yang amanah.
2.	Dyan Arrum Rahmadani, 2017.	Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Petepamus Makassar Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam	Hasil penelitian menyatakan bahwa para pedagang di pasar tradisional Petepamus Makassar tidak mengetahui etika bisnis Islam, akan tetapi dalam melaksanakan transaksi jual beli mereka menggunakan aturan sesuai dengan etika bisnis Islam, dilihat dari tidak melupakan ibadah shalat wajib, berdo'a, dan bersedekah, adil atau seimbang dalam menimbang atau menakar, dan tidak menyembunyikan cacat, memberikan kebebasan kepada penjual baru dan tidak memaksa pembeli, menepati janji dan bertanggungjawab atas kualitas barang, bersikap ramah tamah dalam melayani dan bermurah hati.
3.	Onky Ardian,	Analisis	Hasil penelitian menunjukkan bahwa

	2019.	Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Pasar Depok Gandusari Trenggalek Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam	dari delapan unsur perilaku pedagang Pasar Tradisional Depok, yang diantaranya ialah takaran, kualitas produk, keramahan, penepatan janji, empati, pelayanan, persaingan, dan pencatatan transaksi ada beberapa pedagang yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam. Namun di sisi lain juga terdapat perilaku pedagang yang sesuai dengan etika bisnis Islam. Berdasarkan tentang perilaku pedagang di pasar tradisional Depok ternyata masih banyak pedagang yang belum memakai sistem dalam etika bisnis Islam dan hanya sebagian pedagang mengerti namun masih banyak yang melakukan perilaku takaran yang diberikan oleh para pedagang bahwa ada sebagian pedagang yang curang, karena telah mengurangi takaran pada saat menjual barang dagangannya. Dan jika ditinjau berdasarkan etika bisnis Islam dengan sifat <i>shiddiq</i> , sudah jelas bahwa perbuatan tersebut tidak sesuai dengan etika bisnis Islam.
4.	Siti Halimah Assa'diyah, 2019.	Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Pasar Tradisional di	Hasil penelitiannya adalah pemahaman etika bisnis Islam para pedagang pasar tradisional di Kedawung Mojo Kediri: a.) Pedagang tradisional di Pasar Kedawung Mojo Kediri dalam menjalankan aktivitas bisnis telah memahami etika bisnis Islam; b.)

		Kedawung Mojo Kediri	Implementasi pada perilaku pedagang pasar tradisional di Kedawung Mojo Kediri meneladani lima prinsip dalam Etika Binsis Islam yaitu prinsip tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggungjawab, dan ihsan. Bentuk perilakunya yaitu berupa pelayanan yang ramah, sopan kepada pembeli, bermurah hati, jujur dan adil dalam takaran, menjual barang yang baik mutunya, menetapkan harga dengan seimbang, keyakinan bahwa Allah lah pengatur rezeki.
5.	Susi Widiyasari, 2020.	Perilaku Pedagang Grosir Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pasar Ngemplak Tulungagung)	Hasil dari penelitian yang dilakukan adalah ditemukan banyaknya indikasi penyimpangan dan pelanggaran perdagangan di Pasar Ngemplak Tulungagung, baik yang terkait dengan komoditi diperdagangkan, bentuk transaksi yang dilakukan, pelanggaran, maupun pengabdian terhadap etika bisnis yang sudah diatur dalam norma-norma Agama. 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.
6.	M. Rasyid Hidayat &	Perilaku Pedagang di	Hasil penelitian ditemukan bahwa para pedagang di pasar tradisional Sentra

	Amalia Rahmaniah, 2019.	Pasar Tradisional Sentra Antasari Banjarmasin Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam	Antasari Banjarmasin sebagian telah menerapkan etika bisnis Islam ketika mereka berdagang, hal ini bisa dilihat bahwa mereka tidak menyembunyikan cacat dan adil dalam timbangan, mereka tidak memaksa pembeli untuk membeli dan tidak melarang pedagang lain untuk berjualan yang sama di samping mereka, mereka menepati janji dan bertanggungjawab atas kualitas barang dagangannya, dan mereka memberikan kelonggaran waktu bagi pelanggan yang berutang. Di samping itu penelitian ini juga menemukan adanya pedagang yang melalaikan sholat wajib dan adanya pedagang yang tidak ramah terhadap pelanggan.
7.	Ali Arifin & Iqbal Rafiqi 2021.	Problematika Perilaku Pedagang Pasar Tradisional : Studi Perspektif Etika Bisnis Islam	Hasil penelitian menunjukkan bahwa, Pertama: Perilaku pedagang pasar tradisional di pasar 17 Agustus dalam menjaga ketertiban masih kurang peduli, sering melanggar, dan bandel; Kedua: Upaya pemerintah dalam menyikapi perilaku pedagang pasar 17 Agustus sudah bagus akan tetapi dalam pelaksanaannya masih kurang, ketiga: Menurut persepektif etika bisnis Islam pada perilaku pedagang pasar tradisional dalam menjaga ketertiban di pasar 17 Agustus Pamekasan dari segi prinsip tauhid, prinsip keseimbangan (keadilan/ <i>Equilibrium</i>), prinsip

			kehendak bebas (<i>ikhtiar/free will</i>), prinsip bertanggung jawab (<i>responsibility</i>) dan prinsip kebajikan (<i>ihsan</i>) masih belum sepenuhnya terimplementasi dengan baik oleh para pedagang.
8.	Khairil Umuri & Azharsyah Ibrahim, 2020.	Analisis Perilaku Pedagang Kaki Lima Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam	Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku pedagang makanan jajanan di Kota Banda Aceh telah sesuai dengan etika bisnis Islam, seperti perilaku religius (<i>tauhid</i>), keseimbangan (<i>'adl</i>), kehendak bebas (<i>ikhtiyar</i>), tanggung jawab (<i>fard</i>), dan kebajikan (<i>ihsān</i>). Namun, ada sebagian pedagang yang belum sepenuhnya menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam kegiatannya jual belinya, seperti lalai dalam menjalankan ibadah shalat wajib, tidak menjaga kebersihan makanan, tidak bersikap ramah kepada pembeli dan tidak memberikan waktu tenggang waktu pembayaran.
9.	Ari Wibowo & Adi Mansah, 2020.	<i>Analysis of SMEs in the Ciputat Traditional Market in Islamic Business Ethics Perspective</i>	Hasil penelitian ini adalah bagi pedagang kaki lima di pasar tradisional Ciputat diharapkan menjalankan usaha atau perdagangan yang dijalankan setiap hari tetap menjunjung tinggi nilai-nilai atau aturan-aturan yang telah ditetapkan hukum Islam seperti etika bisnis Islam. Bisnis atau perdagangan diharapkan selalu berpegang teguh pada etika bisnis Islam dalam segala

			<p>bentuk bisnis. Karena itu, bisnis yang didasarkan pada etika bisnis Islam akan mendapatkan keberkahan atas rejeki yang telah didapat. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti terhadap perilaku pedagang kaki lima di pasar Ciputat dalam perspektif etika bisnis Islam masih memiliki keterbatasan dan banyak kekurangan.</p>
10.	Putra & Sawarjuwono, 2016.	<p><i>Traditional Market Merchant Attitudes in the Perspective of Islamic Business Ethics</i></p> 	<p>Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan tentang sikap pedagang di Pasar Tradisional Pasar Baru Kota Bekasi dalam perspektif etika bisnis Islam, sebagai berikut: Para pedagang telah mempraktekkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, meliputi: 1) Prinsip ke-esaan yang ditunjukkan dengan berada pada waktu dalam melakukan shalat (<i>shalah</i>), bersedekah, dan bekerja dengan memiliki kecenderungan melakukan ibadah. Namun, beberapa pedagang masih belum tepat. waktu dalam berdoa; 2) Prinsip keseimbangan dilakukan dengan adil dalam mengukur komoditas dan tidak menyembunyikan kekurangan komoditas yang dijual. Semua sepuluh pedagang telah melakukan itu; 3) Prinsip kehendak bebas dengan memberi kesempatan bagi pedagang lain untuk membangun lapak di sebelahnya dan tidak memaksa</p>

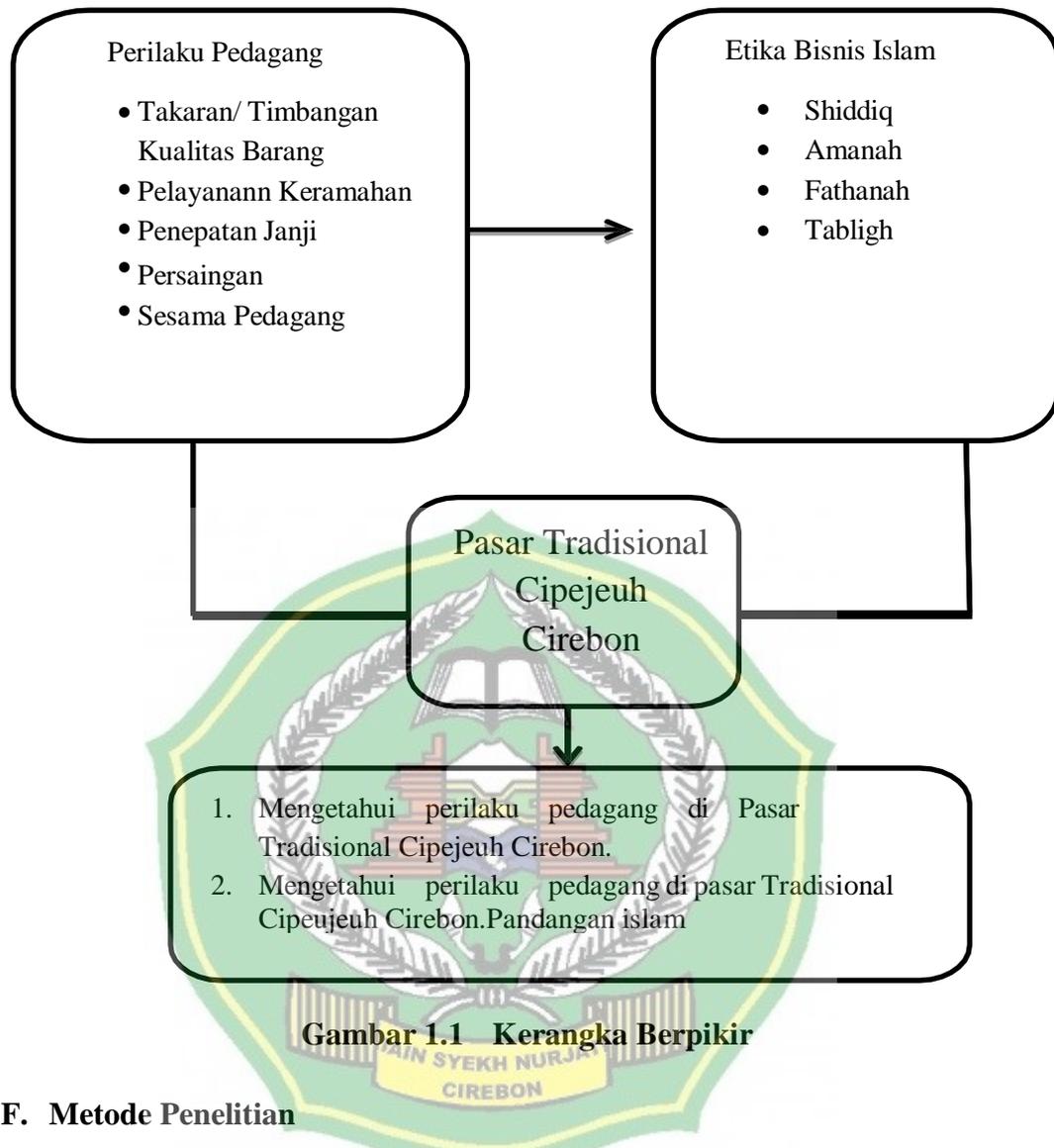
			pelanggan untuk membeli.
--	--	--	--------------------------

E. Kerangka Berpikir

Penerapan etika bisnis Islam dalam melakukan perdagangan sangat penting, karena dalam suatu bisnis khususnya pedagang harus memiliki perilaku yang jujur, amanah, *fathanah*, *tabligh*, ramah dalam penyampaian, tidak curang, dapat bersaing dengan sehat, dan dapat menghindari hal-hal yang membuat curang. Etika bisnis sebagai seperangkat nilai tentang baik, buruk, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma di mana para pelaku usaha harus komit dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai atau tujuan bisnisnya.

Etika bisnis sangat diperlukan dalam membangun kegiatan usaha bisnis mengingat fakta-fakta yang terjadi pada saat ini adalah aktivitas pedagang telah banyak dilakukan oleh tangan-tangan yang tidak memiliki etika dan moral yang baik dalam berbisnis. Bisnis tidak lagi dijalankan dengan cara-cara bisnis yang jujur dan adil (Tiakoly & Wahab, 2019). Hal ini dapat dibuktikan betapa para pedagang semakin membabi buta menghalalkan cara untuk mengeruk keuntungan peribadi tanpa peduli bahwa hal itu merugikan orang lain. Seperti yang terjadi dalam perdagangan atau jual beli, tidak sedikit para pedagang yang mengelabui pembeli, bahkan terkadang ada pedagang yang mendapatkan keuntungan di luar batas. Hal ini terbukti karena masih banyak pedagang yang belum bisa menerapkan etika bisnis Islam secara baik.

Islam menghalalkan jual beli termasuk juga bisnis. Namun, bagaimana seharusnya seorang muslim berusaha dalam dunia bisnis agar mendapatkan berkah dari Allah SWT di dunia maupun di akhirat. Aturan bisnis Islam menjelaskan berbagai hal yang harus dilakukan oleh para pebisnis muslim diharapkan bisnis tersebut akan maju dan berkembang pesat lantaran selalu mendapat berkah dari Allah SWT. Etika bisnis Islam menjamin semua pihak, baik pebisnis, mitra bisnis, konsumen masing-masing akan saling mendapatkan keuntungan. Islam tidak membiarkan begitu saja seseorang bekerja sesuka hati untuk mencapai keinginannya dengan menghalalkan segala cara seperti melakukan penipuan, kecurangan, sumpah palsu, riba, menyuap, dan perbuatan batil lainnya. Tetapi dalam Islam diberikan suatu batasan atau garis pemisah antara yang boleh dan yang tidak boleh, yang benar dan salah serta yang halal dan yang haram. Batasan atau garis pemisah inilah yang dikenal dengan istilah etika (Barus, 2016).



F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan peneliti adalah penelitian lapangan (field research) dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian lapangan yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung oleh peneliti di Pasar Cipejuh Cirebon.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif, yaitu penelitian yang memandu peneliti untuk mengeksplorasi dan memotret situasi sosial secara menyeluruh, luas dan mendalam. Penelitian deskriptif bertujuan menggambarkan secara sistematis dan akurat fakta dan karakteristik bidang tertentu (Susila, 2015). Dalam hal ini gambaran kejadian yang ada tersebut

merupakan gambaran Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Cipejuh Cirebon Dalam Pandangan Etika Bisnis Islam.

Data hasil penelitian tidak diolah melalui prosedur statistik melainkan analisis data dilakukan secara induktif. Penelitian ini bermaksud untuk meneliti tentang Analisis Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Cipejuh Cirebon Dalam Etika Bisnis Islam.

2. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yakni data primer dan data sekunder. Pemilihan data primer berdasarkan pada kapasitas subjek penelitian yang dinilai dapat memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti secara menyeluruh.

a. Data Primer

Data primer adalah data yang secara langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau obyek penelitian (Huberman & Miles, 1992). Sumber data primer yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh secara langsung dari informan di lapangan sesuai dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini. Adapun informan dalam penelitian ini adalah para pedagang muslim yang berjualan di Pasar Tradisional Cipejuh.

b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang didapatkan tidak langsung tetapi diperoleh melalui orang atau pihak lain, misalnya dokumen laporan-laporan, buku-buku, jurnal penelitian, artikel, dan majalah ilmiah yang isinya berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Data sekunder penelitian ini meliputi data-data yang berhubungan dengan perilaku pedagang, pasar, dan etika bisnis Islam.

3. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini penulis mengambil lokasi di Pasar Tradisional Cipejuh yang terletak di Kecamatan Lemahabang, Kabupaten Cirebon. Sedangkan alasan peneliti memilih lokasi tersebut karena dianggap perlu untuk mengetahui bagaimana perilaku pedagang Pasar Tradisional Cipejuh Cirebon dalam pandangan etika bisnis Islam. Adapun praktik-

praktik pedagang yang menyimpang sering terjadi dalam melakukan transaksi jual beli.

4. Teknik Pengumpulan Data

Pada tahap penelitian ini agar diperoleh data yang valid dan bisa dipertanggung jawabkan, maka data diperoleh melalui :

a. Observasi

Observasi dalam implementasinya tidak hanya berperan sebagai teknik paling awal dan mendasar dalam penelitian, tetapi juga teknik paling sering dipakai, seperti observasi partisipan, rancangan penelitian eksperimental, dan wawancara. Observasi merupakan salah satu kegiatan ilmiah empiris yang mendasarkan fakta- fakta lapangan maupun teks, melalui pengalaman panca indra tanpa menggunakan manipulasi apapun (H. Hasanah, 2017). Observasi yang peneliti lakukan adalah observasi partisipatif, artinya peneliti datang ke lokasi penelitian, tetapi tidak ikut terlibat dalam aktivitas (jual beli) yang dilakukan oleh objek yang diamati. Observasi dilakukan dengan mencatat kejadian-kejadian yang terkait dengan perilaku pedagang yang dilakukan di Pasar Tradisional Cipejuh Cirebon. Tujuan dari observasi adalah deskripsi, pada penelitian kualitatif melahirkan teori dan hipotesis.

b. Wawancara

Wawancara merupakan bagian dari metode penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara tanya jawab. Wawancara adalah suatu bentuk komunikasi verbal, jadi semacam percakapan yang bertujuan memperoleh informasi (Widiasari, 2020). Informasi disini didapat dari para pedagang di Pasar Tradisional Cipejuh Cirebon.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses pengumpulan, pemilihan, pengolahan, penyimpanan informasi, dan pemberian bukti dari keterangan mengacu pada material (bahan) yang dapat digunakan sebagai informasi suplemen sebagai bagian dari kajian kasus yang

sumber data utamanya adalah observasi partisipan atau wawancara. Adapun dokumentasi yang digunakan dalam penelitian disini yakni catatan-catatan kecil, buku-buku, dan gambar-gambar yang ditemukan peneliti di lapangan.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih yang mana yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan juga orang lain. Tahapan analisis data yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Reduksi data menekankan pada pemfokusan data yang akan diambil oleh peneliti. Proses ini berlangsung sejak awal pertanyaan penelitian dibuat sampai data penelitian dikumpulkan. Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak untuk itu perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti setelah dikemukakan semakin lama penelitian ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit, maka diperlukanlah pemfokusan data yang akan diambil tersebut.

b. Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah penyajian data. Dalam penelitian deskriptif kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori. Tujuan penyajian data untuk memudahkan memahami apa yang terjadi dan merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut (Muzaiyin, 2018).

c. Penyimpulan Data

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila

kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal dan didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel (Nurmalasari & Erdiantoro, 2020).

G. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembahasan dan penulisan, maka peneliti menyusun penulisan dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN:

Bab ini berisi tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka pemikiran, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI:

Bab ini membahas tentang perilaku pedagang, pasar, etika bisnis Islam, landasan hukum etika bisnis Islam, dan fungsi etika bisnis Islam.

BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN:

Bab ini menjelaskan tentang objek penelitian yaitu pasar Cipejeuh, iklim pasar Cipejeuh, kebijakan dan mutu pasar Cipejeuh, struktur organisasi pasar Cipejeuh, sarana dan prasarana pasar Cipejeuh, jumlah dan jenis bisnis pedagang pasar Cipejeuh

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN:

Bab ini berisi hasil analisis perilaku pedagang pasar Cipejeuh dan analisis perilaku pedagang pasar tradisional Cipejeuh Cirebon dalam pandangan etika bisnis Islam.

BAB V PENUTUP:

Bab ini adalah bagian terakhir dalam penelitian yang terdiri dari kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan.