

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kebahagiaan manusia telah menjadi tujuan utama dari semua masyarakat manusia. Namun, ada perbedaan pandangan mengenai apa yang membentuk kebahagiaan itu dan bagaimana hal itu dapat direalisasikan. Meskipun kondisi materiil bukanlah satu-satunya isi dari kebahagiaan itu, pandangan sekuler modern yang sangat menekankan pada kondisi-kondisi demikian tampak percaya bahwa kebahagiaan dapat dijamin bila tujuan-tujuan materi tertentu dapat direalisasikan. Tujuan-tujuan ini antara lain adalah pengentasan kemiskinan, pemenuhan kebutuhan materi bagi semua individu, ketersediaan peluang bagi setiap orang untuk dapat hidup secara terhormat, dan distribusi pendapatan dan kekayaan yang merata.¹

Krisis moneter yang terjadi di Indonesia di tandai dengan menurunnya nilai tukar rupiah, berkurangnya pendapatan dalam negeri, turunnya minat investasi, pengangguran yang besar akibat pekerja yang di PHK dan angkatan kerja baru yang tidak mampu terserap, lonjakan jumlah penduduk miskin mencapai 79, 14 juta jiwa dan secara makro

¹ Umer Chapra, *Islam dan Tantangan Ekonomi*. Jakarta : Gema Insani, 2006, hlm. 1.

pembangunan merosot dengan laju pertumbuhan 13,68 % dan laju inflasi mencapai 77,68 %.²

Soerjono Sukanto menyatakan kemiskinan terjadi karena tidak adanya pembagian kekayaan yang merata. Hal ini bisa dilihat di kota-kota besar di Indonesia seperti Jakarta, seseorang dianggap miskin karena tidak memiliki radio, televisi atau mobil. Kecenderungan yang semakin tidak merata tersebut dalam pendistribusian pendapatan, akan semakin luas pula terjadinya kemiskinan dan kesenjangan sosial, sehingga lama kelamaan benda-benda sekunder tersebut dijadikan ukuran bagi keadaan sosial-ekonomi seseorang, yaitu apakah dia miskin atau kaya.³

Untuk membicarakan masalah-masalah moral, ini menjadi tolok ukur manusia untuk menentukan etika pada seseorang, namun demikian kaitannya dalam perilaku manusia yang menjadi tolok ukur wilayah tendensi moral. Sekarang banyak dipertanyakan kembali kompetensi, sekaligus peran dan moral sebuah masyarakat. Semakin hari perilaku manusia semakin berkurang dalam memegang situasi moral dalam segi dan lini kehidupan bermasyarakat.

Menurut Johan Aifin, etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis juga bisa dikatakan sebagai seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus

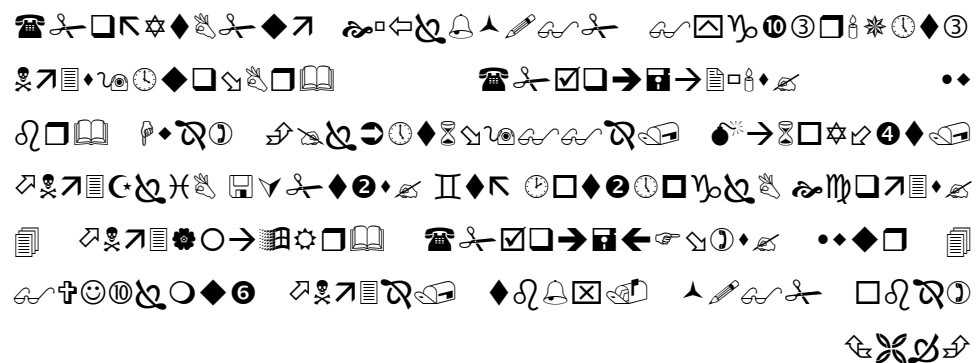
² Bambang Irmawan, *Pemberdayaan Masyarakat yang berkesinambungan*. Jakarta : Diklat Pelatihan, Yayasan Bina Swadaya, 2001, hlm. 1.

³ Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003, hlm. 366.

mempunyai komitmen dalam melakukan sebuah transaksi, berperilaku, dan juga berelasi guna mencapai tujuan bisnisnya dengan selamat. Dengan demikian maka sangat perlu sekali untuk memahami pentingnya kegunaan etika dalam berbisnis. Hal itu dimaksudkan agar seseorang terutama pelaku bisnis mempunyai bekal untuk berbuat *the right thing* yang dilandasi dengan semangat keilmuan, kesadaran, serta kondisi yang berlandaskan pada nilai-nilai moralitas.⁴

Pasar merupakan suatu tempat dimana bertemunya antara penjual dan pembeli, dalam hal ini penjual merupakan suatu pemegang transaksi yang dominan, banyak para pelaku bisnis dalam hal ini yaitu pedagang melakukan banyak cara untuk mencari keuntungan yang sebesar-besarnya. Dalam ekonomi Islam menganjurkan transaksi antara penjual dan pembeli mengimplementasikan prinsip jual beli yaitu rela sama rela.

Seperti dalam firman Allah dalam surat An Nisa ayat 29 :



Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.⁵

⁴ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, 2009, hlm. 22.

⁵ Al-Qur'an Surat An Nisa,4: 29.

Seruan ini ditujukan kepada orang-orang yang beriman. Larangan memakan harta sesama dengan jalan yang batil ini pun ditujukan kepada mereka. Memakan harta secara batil ini meliputi semua cara mendapatkan harta yang tidak diizinkan atau tidak dibenarkan Allah, yakni dilarang olehNya. Diantara dengan cara menipu, menyuap, berjudi, menimbun barang-barang kebutuhan pokok untuk menaikkan harganya, dan semua bentuk jual beli yang haram, serta sebagai pemukanya adalah riba. Dikecualikan dari larangan ini aktivitas perdagangan yang dilakukan dengan sukarela antara penjual dan pembeli.

Dengan demikian memakan harta orang lain dengan batil dikalangan masyarakat seperti riba, menipu, berjudi, menimbun, memanipulasi, curang, akal-akalan, menyuap, mencuri, dan menjual kehormatan, tanggungjawab, hati nurani, akhlak, dan agama yang bisa dilakukan masyarakat jahiliyah kuno, maupun modern.⁶

Perdagangan dalam pandangan Islam merupakan aspek kehidupan yang dikelompokkan ke dalam masalah *mu'amalah*⁷, yakni masalah yang berkenaan dengan hubungan yang bersifat *horizontal* dalam kehidupan manusia. Sekalipun sifatnya adalah hubungan yang *horizontal* namun sesuai dengan ajaran Islam, rambu-rambunya tetap mengacu kepada AlQur'an dan Hadis. Bukankah perniagaan yang paling menguntungkan adalah perniagaan dengan Allah? Jadi, mengapa kita harus menyimpang

343. ⁶ Sayyid Quthb, *Tafsir Fi Zhilalil Qur'an*, Jilid 2, Jakarta : Gema Insani, 2001, hlm. 342-

⁷ Jusmaliani, dkk, *Bisnis Berbasis Syariah*, Jakarta : Bumi Aksara, 2008, hlm. vi.

dari aturanNya? Selain itu, Rasulullah SAW. Sendiri adalah seorang pedagang yang terkenal karena kejujurannya.⁸

Sebagaimana firman Allah SWT :



Artinya : Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu Termasuk orang- orang yang merugikan. Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan.⁹

Ayat tersebut diatas telah menganjurkan kepada seluruh umat manusia pada umumnya, dan kepada para pelaku bisnis khususnya untuk berlaku jujur dalam menjalankan roda bisnisnya dalam bentuk apapun. Adanya sebuah penyimpangan dalam menimbang, menakar, dan mengukur barang merupakan satu contoh wujud kecurangan dalam berbisnis.¹⁰

Perilaku bisnis yang perlu diperhatikan dalam melakukan transaksi, yaitu para pedagang melakukan hal-hal yang tidak etis, seperti : *Ghar, najasy, Riba, Ijon*, transaksi di luar tempat bertemunya penjual dan pembeli, dalam hal ini yaitu pasar atau biasa kita sebut *tallaqi rukban* atau

⁸ *Ibid.*
⁹ Al-Qur'an Surat Asy Syu'araa, 26: 181-183.
¹⁰ *Op Cit*, Johan Arifin, hlm. 154.

pembeli menghadang penjual sebelum sampai tujuan yang sebenarnya, dan ada juga para pedagang yang menjual produk ataupun barang dagangannya yang sebenarnya barang ataupun produk tersebut ada kecacatan, namun penjual mengaku produk tersebut tidak ada kecacatan, hal demikian yang menjadikan suatu dilema dalam transaksi jual beli.

Sebagian pedagang ada yang mengutamakan kejujuran, namun ada juga para pedagang yang melakukan tindakan-tindakan yang sebenarnya tidak sesuai dalam etika bisnis, seberapa besar tingkat keuntungan antara pedagang yang bertransaksi dengan jujur dan begitu pula sebaliknya, seberapa besar keuntungan yang di peroleh kepada pedagang yang bertransaksi dengan cara-cara yang tidak benar.

Mayoritas masyarakat Kaliwungu memeluk agama Islam, bahkan Kaliwungu merupakan basis agama Islam, hal ini dipahami bahwa Kaliwungu merupakan basis peyebar agama Islam di tanah jawa, banyak pula masyarakat Kaliwungu yang bekerja sebagai pebisnis atau pedagang, khususnya pedagang di pasar pagi Kaliwungu, disitulah banyak terjadi kegiatan ekonomi yang banyak melibatkan masyarakat Kaliwungu yang mayoritas memeluk agama Islam.

Beragam transaksi bisnis dilakukan, para pedagang yang melakukan transaksi jual beli, dari mulai menawarkan barangnya, dari mulai pedagang pakaian, pedagang makanan, pedagang kaset VCD, pedagang sembako, sampai pedagang peralatan rumah tangga, dll. Produktifitas perniagaannya dimulai dari pukul 06.30 sampai 17.00 ada

pula para pedagang yang berniaga sampai malam hari, berpikiran untuk menambah penghasilannya, dikarenakan pada pagi sampai sore hari pedagang tersebut kurang mendapat profit ataupun keuntungan yang kurang dimata pedagang tersebut untuk kebutuhan sehari-hari. Namun ada juga pedagang yang berniaga dari mulai pagi sampai siang hari, dikarenakan barang yang dijajakannya sudah cukup untuk dijual pada hari tersebut, dan dilanjutkan pada hari berikutnya lagi.

Fenomena lain dalam melakukan transaksi yang dilakukan dimana saja, khususnya di pasar pagi Kaliwungu banyak sekali berbagai hal yang dilakukan oleh para penjual menghalalkan segala cara dengan maksud agar produk ataupun dagangannya tersebut laku dipasaran dan juga menghasilkan keuntungan yang tinggi. Maka dari itu khususnya para pedagang di pasar pagi Kaliwungu Kendal harus memiliki etika bisnis yang sudah diajarkan oleh Rasulullah SAW, dan hal tersebut sudah termaktub di dalam Al Qur'an dan Hadis, oleh karena itu dengan adanya sikap etika bisnis yang diterapkan oleh para penjual khususnya di pasar pagi Kaliwungu Kendal bisa menjadikan transaksi tersebut bernilai secara *vertikal* (manusia dengan Tuhan) maupun *horizontal* (manusia dengan manusia) dan akhirnya dapat memperoleh *profit* (keuntungan) yang sebenarnya.

Masih ada terdapat 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 *ikhthiar* yang baik, dimana kinerja yang baik merupakan hasil dari penerapan etika yang baik oleh organisasi maupun para pelaku ekonomi.¹¹

Fenomena inilah yang menjadikan peneliti untuk melakukan kajian dalam kaitan perspektif ekonomi Islam, di pasar itulah banyak orang yang melakukan transaksi jual beli yang mampu memberikan dampak terhadap tingkat penjualan terhadap para pedagang. Sehingga penulis memilih judul **ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Pada Pedagang Muslim di Pasar Pagi Kaliwungu Kendal).**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pola penerapan etika bisnis pada pedagang di pasar pagi Kaliwungu Kendal dalam mengelola usahanya ?
2. Bagaimana dampak penerapan etika bisnis dalam perspektif ekonomi Islam pada pedagang di pasar pagi Kaliwungu Kendal ?

C. Tujuan Penelitian

Berangkat dari latar belakang masalah dan rumusan masalah di atas,

Adapun yang menjadi tujuan penyusunan skripsi ini adalah :

¹¹ Sri Nawatmi, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, Universitas Stikubank Semarang, 2010, hlm. 52.

1. Untuk mengetahui pola penerapan etika bisnis pada pedagang di pasar pagi Kaliwungu Kendal dalam mengelola usahanya.
2. Untuk mengetahui dampak penerapan etika bisnis dalam perspektif ekonomi Islam pada pedagang di pasar pagi Kaliwungu Kendal.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, di antaranya memberikan manfaat secara teori dan aplikasi terhadap pengembangan ilmu ekonomi Islam khususnya di bidang kewirausahaan.

Penelitian ini dapat dijadikan kerangka dalam melakukan penelitian selanjutnya, juga dapat dijadikan sumber informasi dan referensi untuk kemungkinan meneliti topik-topik yang berkaitan, baik yang bersifat melengkapi ataupun lanjutan.

E. Tinjauan Pustaka

Untuk menghindari adanya duplikasi, maka penulis menyertakan beberapa buku, penelitian dan skripsi yang ada relevansinya dengan penelitian ini, yaitu:

1. Muhammad dalam bukunya *Etika Bisnis Islami*, menunjukkan bahwa bisnis merupakan aktivitas yang harus dibingkai dengan etika. Bisnis yang beretika adalah bisnis yang mampu menumbuhkan rekan bisnis yang semakin berkembang. Kesuksesan dalam berbisnis yaitu seseorang yang dapat mengarahkan dalam hal kebaikan (*Khair*),

mendorong kepada yang benar (*maruj*), dan melarang kepada yang salah (*munkar*).¹²

2. Kedua, Johan Arifin dalam bukunya *Etika Bisnis Islami*, menunjukkan bahwa dalam hal ini kaitannya dalam etika bisnis Islami bagaimana cara-cara melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan, industri, dan juga masyarakat. Etika bisnis lebih luas ketentuannya yang diatur oleh hukum, bahkan merupakan standar yang lebih tinggi dibanding dari standar minimal ketentuan hukum. Etika bisnis pada saat sekarang ini begitu sangat penting karena membentuk suatu bisnis saing yang tinggi dan tingkat kompetisi yang sehat dalam menciptakan nilai (*value-creation* atau *value added*) yang tinggi.¹³
3. Selanjutnya ada penelitian Sirman Dahwal yang berjudul *Etika Bisnis Menurut Hukum Islam (Suatu Kajian Normatif)* menjelaskan bahwa Bahwa secara normatif, etika bisnis menurut hukum Islam memperlihatkan adanya suatu struktur yang berdiri sendiri dan terpisah dari struktur lainnya. Hal itu disebabkan bahwa dalam ilmu akhlak (moral), struktur etika dalam agama Islam lebih banyak menjelaskan nilai-nilai kebaikan dan kebenaran baik pada tataran niat atau ide hingga perilaku dan perangai. Nilai moral tersebut tercakup dalam empat sifat, yaitu *shiddiq*, *amanah*, *tabligh*, dan *fathonah*..¹⁴

¹² Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta : UPP-AMP YKPN, 2004.

¹³ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, 2009.

¹⁴ Sirman Dahwal, *Etika Bisnis Menurut Hukum Islam (Suatu Kajian Normatif)*.

4. Penelitian Fitri Amalia *Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Bazar Madinah Depok* menyimpulkan bahwa segala kegiatan bisnis harus dilakukan dengan cara-cara terbaik dengan tidak melakukan kecurangan, riba, penipuan, dan tindakan kezaliman lainnya. Etika bisnis Islam juga diterapkan pada para pedagang sehingga apa yang dijual bukan semata-mata untuk mendapatkan keuntungan (profit) sebagai tujuan duniawi saja, melainkan juga untuk mendapat keberkahan dan keridhaan dari Allah SWT atas apa yang diusahakan.¹⁵
5. Penelitian Sri Nawatmi, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa etika bisnis berpengaruh positif terhadap kinerja dari suatu perusahaan dan suatu bisnis yang dijalankannya.¹⁶

Dengan melihat tinjauan pustaka diatas nampak adanya persamaan dan perbedaan antara penelitian sekarang ini dengan penelitian terdahulu yaitu unsur yang berkaitan dengan tema pembahasan, objek penelitian dan juga dalam penelitian ini tidak sama dengan penelitian sebelumnya, akan tetapi dalam penelitian ini fokus pada penerapan etika bisnis dalam perspektif ekonomi Islam.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

¹⁵ Fitri Amalia, *Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Bazar Madinah Depok*, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

¹⁶ Sri Nawatmi, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, Universitas Stikubank Semarang, 2010.

Jenis penelitian yang dilakukan penulis adalah lapangan (*field research*) dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian untuk mengeksplorasi dan atau memotret situasi sosial yang akan diteliti secara menyeluruh, luas dan mendalam.¹⁷ Sedangkan penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya.¹⁸ Dalam penelitian ini yang diteliti adalah penerapan etika bisnis dalam perspektif ekonomi Islam. Sedangkan data diperoleh dari para pedagang (informan) di pasar pagi kaliwungu Kendal.

2. Sumber Data

Adapun cara kerja teknis metode penelitian ini dengan menggunakan sumber data yang dibagi menjadi dua, yaitu :

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber asli. Dalam hal ini, maka proses pengumpulan datanya perlu dilakukan dengan memerhatikan siapa sumber utamanya yang akan dijadikan objek penelitian.¹⁹

Data dapat diperoleh dari informan pedagang dan pengurus pasar pagi Kaliwungu atau UPTD pasar daerah wilayah III dan

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, Bandung : ALFABETA, 2008, hlm. 209.

¹⁸ Anselm Strauss dan Juliat Corbin, *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta : PUSTAKA BELAJAR, 2009, hlm. 4

¹⁹ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam : Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta : Rajawali Pers, 2008, hlm. 105

para pedagang ataupun informan yang terkait dalam penelitian ini. Dengan kata lain data ini diperoleh dari hasil lapangan.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang tidak didapatkan secara langsung oleh peneliti tetapi diperoleh dari orang atau pihak lain, misalnya berupa dokumen laporan-laporan, buku-buku, jurnal penelitian, artikel dan majalah ilmiah yang berkaitan dengan materi penelitian.²⁰

3. Metode Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data-data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik, yaitu :

a. Observasi (Pengamatan)

Pengamatan adalah alat pengumpulan data yang dilakukan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki.²¹ Dalam hal ini, penulis mengadakan pengamatan terhadap kondisi wilayah penelitian secara langsung serta mencatat peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek penelitian. Observasi dilakukan di pasar daerah wilayah III Kaliwungu Kendal (pasar pagi Kaliwungu) untuk mencari data yang berkaitan dengan penerapan etika bisnis dalam perspektif ekonomi Islam, dalam hal ini peneliti mengamati proses transaksi ataupun jual beli antara penjual dan pembeli di pasar pagi Kaliwungu Kendal.

²⁰Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Skripsi*, Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo Semarang, 2010, hlm. 12.

²¹*Ibid*, hlm. 83.

b. *Interview* (Wawancara)

Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dalam mana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan.²² *Interview* (wawancara) perlu dilakukan sebagai upaya penggalian data dari narasumber untuk mendapatkan informasi atau data secara langsung dan lebih akurat dari orang-orang yang berkompeten (berkaitan atau berkepentingan) di pasar daerah wilayah III Kaliwungu Kendal (pasar pagi Kaliwungu) untuk mengetahui data tentang berbagai penerapan etika bisnis di pasar pagi Kaliwungu Kendal. *Interview* ini yang digunakan adalah *interview* terpimpin (*Guided interview/controlled interview/structured interview*)²³ artinya dilakukan dengan menggunakan kerangka-kerangka pertanyaan agar tidak banyak waktu yang terbuang dalam melakukan *interview*, akan tetapi tidak menutup kemungkinan muncul pertanyaan yang baru agar pengumpulan data ini tidak monoton dan terkesan formal tapi dibuat santai dan tetap terarah. Dengan kata lain metode ini digunakan untuk mencari data langsung kepada responden (pengurus dan pedagang di pasar pagi

²² Cholid Narbuko dan Abu Ahmadi, *Metodologi Penelitian*, Jakarta : PT Bumi Aksara, Cetakan kesepuluh, 2009, hlm. 70.

²³ Hadari Nawan dan M. Martini Hadari. "*Instrumen Penelitian Bidang Sosial* " Yogyakarta: Gajah Mada Universiti Press. Hal. 101

Kaliwungu Kendal) untuk mendapatkan data yang sesuai dengan judul penelitian.

4. Metode Analisis

Metode yang digunakan peneliti adalah Setelah data terkumpul kemudian dilakukan analisis data dengan metode deskriptif analisis, yang kemudian dihitung, diikhtisarkan dalam penyajian data, selanjutnya adalah menganalisa data dari hasil yang telah diperoleh dari sumbernya. Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang menggambarkan permasalahan peristiwa baik melalui responden ataupun sumber data lain.²⁴

Penerapan metode yang digunakan dengan cara mewawancarai para pelaku pasar atau dalam hal ini pedagang dan pembeli untuk mengetahui etika yang dijalankannya dan seberapa besar pendapatan dan pengeluaran yang ada kemudian diketahui tingkat *profitabilitas* atau tingkat keuntungan yang di peroleh, setelah diketahui tingkat *profitabilitas* dari para responden/ informan di pasar pagi Kaliwungu kemudian di deskripsikan sesuai dengan data dan analisis yang di dapatkannya melalui sebuah penelitian.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis menyusun sistematika sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan hasil

²⁴ Winarno Surakhmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah*, edisi ke-7, Bandung: Tarsito, 1990, hal. 110.

penelitian yang baik dan mudah dipahami. Adapun sistematika tersebut adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang
- B. Rumusan Masalah
- C. Tujuan Penelitian
- D. Manfaat Penelitian
- E. Telaah Pustaka
- F. Metode Penelitian
- G. Sistematika Penulisan

BAB II ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

- A. Pengertian Etika
- B. Pengertian Bisnis dan Berdagang
- C. Rukun dan Syarat Berdagang
- D. Pengertian Ekonomi Islam
- E. Prinsip Etika Bisnis Dalam Ekonomi Islam

BAB III PENERAPAN ETIKA BISNIS PADA PEDAGANG MUSLIM DI PASAR PAGI KALIWUNGU KENDAL

- A. Monografi Kecamatan Kaliwungu
- B. Profil Pasar Pagi Kaliwungu Kendal
- C. Kondisi Pedagang di Pasar Pagi Kaliwungu
- D. Perilaku Bisnis di Pasar Pagi Kaliwungu Kendal

BAB IV ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

- A. Analisis Penerapan Etika Bisnis dalam Perspektif Ekonomi Islam
- B. Dampak Penerapan Etika Bisnis dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Pedagang di Pasar Pagi Kaliwungu

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran