

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pasar merupakan tempat keramaian untuk melakukan kegiatan bermu'amalah dalam kehidupan masyarakat sehari-hari, bagi masyarakat pasar bukan hanya tempat bertemunya antara penjual dan pembeli tetapi juga sebagai tempat untuk berinteraksi secara langsung dan sosial. Para ahli ekonomi mendeskripsikan sebuah pasar sebagai sekumpulan penjual dan pembeli yang melakukan transaksi atas suatu produk tertentu atau kelompok sayur tertentu.

Seiring dengan perkembangan zaman, yang ditandai dengan 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. Seperti contoh, banyak ditemukan para pedagang yang mengabaikan etika dalam menjalankan bisnisnya. Masih banyak para pedagang yang melakukan penyimpangan-penyimpangan dalam berdagang. Masalah yang rawan terjadinya penyimpangan adalah pasar tradisional. Perilaku menyimpang ditemukan di pasar tradisional antara lain pengurangan takaran dari

timbangan, pengoplosan barang kualitas bagus dengan yang buruk, dan penjualan barang haram.¹

1. Jujur

Kejujuran dalam perdagangan tetap dapat diwujudkan dengan cara para pedagang mengatakan secara jujur bahwa barang yang dijualnya berkualitas baik tanpa ada campuran dengan barang kualitas buruk. Kejujuran merupakan pondasi awal dalam etika berdagang. Maraknya kasus penipuan atau pengurangan timbangan atau tidak adanya harga yang transparan menimbulkan kerugian pada pihak konsumen, beberapa penelitian YLKI (Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia) diantaranya marak mendapati pedagang yang curang atau menipu konsumen, tidak jarang konsumen merasa dirugikan.²

Kejujuran dalam memberikan informasi sangat diperlukan oleh konsumen. Nilai kejujuran dipraktekkan oleh nabi Muhammad SAW. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Asy-Syu'ara ayat 181-183:

¹ Ema Mardiyah, Asep Suryanto, *Analisis Penerapan Etika Bisnis Syari'ah di Pasar Tradisional Singaparna Kab. Tasikmalaya*, (Fakultas Ekonomi Universitas Tasikmalaya), 2010, hlm. 2

²Lailatul hikmah, *yayasan-lembaga-konsumen-indonesia*, <http://blogspot.co.id>. diakses pada hari jum'at 29 juli 2016 pukul: 14:16

﴿ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴿١٨١﴾ وَزِنُوا
 بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ﴿١٨٢﴾ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ
 أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعَثُوا فِي الْأَرْضِ مُمْسِدِينَ ﴿١٨٣﴾

Artinya:” Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu Termasuk orang- orang yang merugikan;181.dan timbanglah dengan timbangan yang lurus;182. dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan; (QS. As-Syu’ara 181-183).³

Ayat 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.

2. Tidak Curang

Dalam melakukan jual-beli seseorang muslim tidak boleh melakukan kecurangan atau penipuan, baik pada timbangan, ukuran maupun takaran. Dalam Islam penipuan termasuk salah satu substansi pekerjaan yang kotor dan harus di jauhi, karena melanggar etika jual-beli dalam Islam.

3. Menepati Janji

Lisan atau lidah manusia memang gemar membuat janji, tetapi sering pula jiwa tidak ingin menepati janji yang

³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: Diponegoro, 2005), hlm. 299.

telah dibuat oleh lisan itu. Keadaan seperti ini tidak jarang ditemui pada pedagang dalam melakukan jual-beli sehingga merugikan pembeli.

4. Jual-Beli Secara Adil

Prinsip-prinsip umum yang berlaku pada semua transaksi termasuk prinsip mengenai keadilan atau “*Adl*” Memperlakukan pembeli dengan adil merupakan perlakuan yang dituntut etika jual-beli Islam.

Sedangkan menurut Lubis Suhrawardi Pasar sangat berperan sangat penting dalam system ekonomi bebas/liberal. Pasarlah yang berperan untuk mempertemukan produsen (yang menentukan jumlah dan jenis barang/komoditas yang dikehendaki). Konsumen sangat menentukan kedudukan pasar, sebab konsumenlah yang berperan untuk menentukan lalu lintas barang dan jasa.⁴ Sedangkan pengertian pasar secara sederhana yaitu sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli.⁵ Oleh karena itu seorang muslim harus berpegang teguh pada sunnah Nabi Muhammad Saw dalam setiap melakukan aktivitas ekonomi. Dalam firman Allah Swt Surat Al- Baqarah ayat 35 :

⁴ Suhrawardi, Lubis, *Hukum Ekonomi Islam* (Jakarta: PT. Raja Grafindo 2002), hlm 21

⁵ Kamir, dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: Kencana 2006), hlm. 69

وَقُلْنَا يَا آدَمُ اسْكُنْ أَنْتَ وَزَوْجُكَ الْجَنَّةَ وَكُلَا مِنْهَا رَغَدًا
حَيْثُ شِئْتُمَا وَلَا تَقْرَبَا هَذِهِ الشَّجَرَةَ فَتَكُونَا مِنَ
الظَّالِمِينَ

Artinya: Dan kami berfirman: Hai Adam, diamilah oleh kamu dan istrimu surga ini, dan makanan-makanannya yang banyak lagi baik di mana saja yang kamu sukai, dan janganlah kamu dekati pohon ini, yang menyebabkan kamu termasuk orang-orang yang zalim.⁶

Diantaranya, ada yang menyembunyikan kecacatan barang dagangannya, ada pedagang yang memberikan pelayanan yang kurang baik pada pembeli, ada pedagang yang bersikap kasar terhadap pembeli, seperti memarahi atau mengeluarkan kata-kata yang tidak menyenangkan. Jika pembeli tidak jadi membeli barang dagangannya dikarenakan tidak suka atau tidak cocok, ada juga pedagang yang melakukan kecurangan dalam timbangan, seperti mengurangi ukuran timbangan dan lain sebagainya.

Adanya sebuah penyimpangan dalam menimbang, menakar, dan mengukur barang merupakan satu contoh wujud kecurangan dalam berbisnis.⁷ Etika bisnis Islam bertujuan untuk mengajarkan manusia menjalin kerjasama, tolong

⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*,... hlm 43

⁷ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), hlm. 154.

menolong, dan menjauhkan diri dari sikap dengki dan dendam serta hal-hal yang tidak sesuai dengan *syari'ah*.⁸ Etika bisnis dalam Islam juga berfungsi sebagai *controlling* (pengatur) terhadap aktifitas ekonomi, karena secara filosofi etika mendasarkan diri pada nalar ilmu dan agama untuk menilai. Landasan penilaian ini dalam praktek kehidupan masyarakat sering kita temukan bahwa secara agama terdapat nilai mengenai hal-hal baik, buruk, jahat, seperti pihak yang mezalimi dan terzalimi.⁹ 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.

Konsep pasar dalam Islam adalah pasar yang mengandung nilai-nilai *syari'ah* seperti keadilan, kejujuran, dan persaingan sehat yang merupakan nilai-nilai universal, bukan hanya untuk muslim tetapi juga non-muslim. Dengan mengacu praktek kehidupan pasar pada masa Rasulullah dan para sahabatnya, Ibnu Taymiyyah menyatakan bahwa ciri khas kehidupan pasar yang Islami adalah:

⁸ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 1997), hlm. 5.

⁹ Muslich, *Etika Bisnis Islam*, (Jakarta: Ekonisia, 2004), Cet.1, hlm. 29.

1. Orang harus bebas keluar masuk pasar.
2. Adanya informasi yang cukup mengenai kekuatan-kekuatan pasar dan barang dagangan.
3. Unsur-unsur monopolistik harus dilenyapkan dari pasar. Kolusi antar penjual dan pembeli harus dihilangkan.
4. Adanya kenaikan penurunan harga yang disebabkan oleh naik turunnya tingkat permintaan dan penawaran.
5. Adanya homogenitas dan standardisasi produk agar terhindar dari pemalsuan produk, penipuan, dan kecurangan kualitas barang.¹⁰

Mayoritas masyarakat Mranggen memeluk agama Islam, bahkan di kecamatan Mranggen dikenal sebagai kecamatan yang basis agama Islamnya banyak, hal ini dipahami bahwa Mranggen merupakan basis penyebar agama Islam di tanah Jawa, banyak pula masyarakat Mranggen yang bekerja sebagai pedagang, khususnya pedagang Sayur di pasar Mranggen, di situlah banyak terjadi kegiatan ekonomi yang banyak melibatkan masyarakat Mranggen yang mayoritas memeluk agama Islam beragam transaksi bisnis dilakukan, para pedagang Sayur yang melakukan transaksi jual beli, dari mulai menawarkan barangnya.

Fenomena lain dalam melakukan transaksi yang dilakukan dimana saja, khususnya di pasar tradisional Mranggen 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

¹⁰ Akhmad Mujahidin, *Etika Bisnis Dalam Islam” Analisis Terhadap Aspek Moral Pelaku Pasar”*, (Jurnal Hukum Islam, vol IV no. 2, Desember 2005), hlm. 122

tinggi. Maka dari itu khususnya para pedagang Sayur di pasar tradisional Mranggen harus memiliki etika bisnis Islam 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 Islam yang diterapkan oleh para penjual khususnya di pasar Tradisional Mranggen bisa menjadikan transaksi tersebut bernilai secara vertikal (manusia dengan Tuhan) maupun horizontal (manusia dengan manusia) dan akhirnya dapat memperoleh profit (keuntungan) yang sebenarnya.

Melihat permasalahan yang ada khususnya pedagang sayur di pasar tradisional Mranggen tersebut penulis ingin melakukan penelitian untuk mengetahui lebih lanjut dengan judul **“IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PEDAGANG SAYUR DI PASAR TRADISIONAL MRANGGEN”**

B. Rumusan masalah

Dalam penulisan skripsi perlu adanya permasalahan, karena permasalahan dapat memberikan arah dan petunjuk bagi penelitian untuk menemukan teori-teori penelitian dalam rangka penyelesaian riset dan penulisan laporan. Adapun permasalahan yang penulis dikemukakan adalah sebagai berikut :

Bagaimanakah implementasi etika bisnis Islam pedagang sayur di pasar tradisional Mranggen?

C. Tujuan dan manfaat penelitian

Adapun untuk tujuan dan manfaat dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Tujuan dari penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui implementasi etika bisnis Islam pedagang sayur di pasar tradisional Mranggen.

2. Sedangkan hasil penelitian pada nantinya di harapkan dapat memberi manfaat antara lain :

a. Manfaat teoritis yaitu penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman serta pemikiran bagi semua masyarakat (konsumen) dan juga sebagai acuan untuk menerapkan etika bisnis Islam dipasar tradisional Mranggen dan sekaligus buat masukan bagi pedagang sayur dalam membuat kebijakan yang akan datang agar lebih mengetahui tentang etika bisnis Islam.

b. Manfaat praktis yaitu peneliti juga dapat menambah wawasan dan praktek jual beli yang di anjurkan etika bisnis Islam.

c. Untuk pedagang dapat menambah Ilmu pengetahuan tentang etika bisnis Islam dan bagi pihak lain hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber referensi bagi penelitian selanjutnya.

D. Kajian Pustaka

Penelitian yang dilakukan oleh Erik Lesmana, tahun 2010 mahasiswa jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Dengan judul “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menghadapi Persaingan usaha, Studi kasus pedagang muslim di pasar Ciputat”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tingkat persaingan usaha dan penerapan etika bisnis Islam terhadap perilaku dagang. Pokok bahasan penelitian ini adalah bagaimana penerapan etika bisnis Islam dalam (dimensi pengetahuan etika bisnis Islam) pada pedagang dan tingkat persaingan usaha yang dilihat dari lima aspek yang harus dipersiapkan yaitu daya saing produk, daya saing harga, daya saing marketing dan daya saing networking dapat mempengaruhi perilaku pedagang dalam bersaing. Hasil penelitiannya adalah bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat persaingan usaha dan penerapan etika bisnis Islam terhadap perilaku dagang.

Skripsi dengan judul “Perilaku Pedagang Pasar Ngemplak Tulungagung Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam” yang ditulis oleh Susi Widiyari, Nim 3221063032, Prodi Mu’amalah, Jurusan Syari’ah Kata kunci: Perilaku Pedagang, Etika Bisnis Islam. Penelitian dalam skripsi ini dilatarbelakangi karena di pasar Ngemplak ini para pedagang sayur menjual dagangannya secara besar karena pasar yang saya teliti ini merupakan pasar induk, di mana para pedagang-pedagang besar berkumpul, dan banyak juga kasus yang dilakukan oleh para pedagang demi mendapatkan

keuntungan, mulai dari timbangan, penipuan, kebohongan dan bentuk – bentuk kecurangan yang lainnya. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti secara mendalam kegiatan atau perilaku yang dilakukan oleh para pedagang di pasar Ngemplak berdasarkan tinjauan etika bisnis Islam. Maka peneliti mengangkat judul skripsi ini dengan judul “Perilaku Pedagang Pasar Ngemplak Tulungagung Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam” Fokus Penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah: Bagaimanakah perilaku pedagang pasar Ngemplak Tulungagung ditinjau dari etika bisnis Islam. Penelitian ini dilakukan kepada para pedagang Sayur di pasar Ngemplak Tulungagung, dan proses pengumpulan data dalam penelitian ini adalah melalui metode interview, observasi, dan dokumentasi. Analisis hasil penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif yaitu mendeskripsikan hasil wawancara dengan para pedagang Tomat dan Cabe serta data-data lainnya yang kemudian menganalisisnya dengan teori. Hasil penelitian yang peneliti lakukan 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. Dalam Etika Bisnis Islam pengurangan timbangan dan pengambilan keuntungan yang terlalu tinggi tidak diperbolehkan, karena salah satu pihak dirugikan, sedangkan dalam Islam setiap muslim adalah bersaudara dan diwajibkan untuk saling tolong-menolong (*ta’awun*). Etika Bisnis Islam yang berkaitan

dengan perilaku pedagang dan pembeli ditekankan untuk berlaku jujur, amanah, fathonah dan tidak ada sedikitpun pihak yang dirugikan.

Penelitian Agama Santa Atmaja yang berjudul “Analisis Penerapan Etika Bisnis dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus Pada Pedagang Muslim di Pasar Kaliwungu Kendal)” menjelaskan bahwa jumlah pedagang di pasar pagi Kaliwungu Kendal sebanyak 869 orang. Etika bisnis Islam relevan diterapkan pada setiap pedagang khususnya para pedagang di pasar pagi Kaliwungu Kendal, berdampak positif bukan hanya sebatas keuntungan bagi pedagang saja, akan tetapi berdampak pula pada para konsumen, supplier, dan produsen. Selain itu, Adanya dampak langsung penerapan etika berdagang dalam perspektif ekonomi Islam di pasar pagi Kaliwungu Kendal secara nyata terlihat dari para pedagang tetap mendapatkan keuntungan dengan menerapkan etika bisnis dalam usahanya.

Dari ke tiga penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa etika bisnis sangat berpengaruh khususnya dalam hal jual beli, karena etika bisnis Islam menganjurkan untuk jujur dalam timbangan, perkataan, dan sifat pelayanan yang ramah kepada konsumen.

Dengan demikian terdapat pokok permasalahan yang berbeda antara penelitian yang telah penulis kemukakan di atas dengan persoalan yang akan penulis teliti khususnya Implementasi Etika Bisnis Islam pedagang sayur di Pasar tradisional Mranggen.

E. Teori Pedagang dan Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Pedagang

Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh keuntungan.¹¹ Pedagang adalah mereka yang melakukan perbuatan perniagaan sebagai pekerjaannya sehari. Perbuatan perniagaan pada umumnya adalah perbuatan pembelian barang untuk dijual lagi.¹² Pedagang dibagi menjadi tiga, yaitu :

2. Etika bisnis Islam

Menurut Johan Arifin, 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 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

¹¹ Eko Sujatmiko, *Kamus IPS*, (Surakarta: Aksara Sinergi media Cet. I, 2014), hlm. 231.

¹² C.S.T. Kensil dan Christine S.T.Kansil, *Pokok-pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hlm. 15.

dengan semangat keilmuan, kesadaran, serta kondisi yang berlandaskan pada nilai-nilai moralitas.¹³

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian yang penulis lakukan tentang " analisis perilaku pedagang sayur di pasar tradisional Mranggen dalam perspektif etika bisnis Islam" ini merupakan jenis penelitian kualitatif yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.¹⁴

Untuk penelitian ini hanya mendeskripsikan dan menganalisis tentang data-data maupun informasi yang didapat sesuai dengan realita yang ada.

2. Sumber Data

Menurut sumbernya, data penelitian digolongkan sebagai data primer dan sekunder. Berikut penjelasannya:

a. Data Primer

Data primer atau sumber informasi yang langsung mempunyai wewenang dan bertanggungjawab terhadap pengumpulan ataupun penyimpanan data. Sumber semacam ini dapat disebut juga dengan *first hand*

¹³ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), hlm.22.

¹⁴ Lexi J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1993), hlm. 3.

sources of information atau data tangan pertama yang merupakan data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan pengukuran atau pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari. Sumber data primer ini peneliti lakukan dengan teknik pengumpulan data dengan cara observasi (pengamatan) dan wawancara.¹⁵

b. Data Sekunder

Data sekunder atau data tangan kedua adalah data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya.¹⁶ Data sekunder penulis dapatkan dari data dokumentasi atau laporan yang tersimpan dalam Pasar Tradisional Mranggen.

Informasi dan data yang dijadikan acuan penguat data primer dalam melaksanakan penelitian ini diambil dari beberapa sumber, diantaranya adalah:

1) Sumber informasi dokumen

Sumber informasi dokumen yaitu: segala macam bentuk sumber informasi yang berhubungan dengan dokumen, baik yang resmi maupun yang tidak resmi, dalam bentuk laporan, statistik, surat-surat resmi, buku harian dan sebagainya, baik yang

¹⁵ Mohamad Ali, *Penelitian Kependidikan Prosedur dan Strategi*, (Bandung: Angkasa, 1987), hlm. 42

¹⁶ Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), hlm. 91.

diterbitkan maupun yang tidak diterbitkan.¹⁷ Atas dasar itu maka penulis mencari sumber data dari berbagai buku dan laporan tentang kegiatan proses pembelajaran khususnya data-data yang menunjukkan pelaksanaan perilaku pedagang sayur di pasar tradisional Mranggen.

2) Sumber informasi kepustakaan

Sumber informasi kepustakaan yaitu: berbagai macam bahan bacaan yang menghimpun berbagai informasi dalam berbagai disiplin ilmu pengetahuan.¹⁸ Oleh karena itu guna menunjang penelitian ini maka penulis mengumpulkan informasi, baik berupa teori-teori, generalisasi, maupun konsep-konsep yang telah dikumpulkan oleh para ahli, yang ada pada sumber kepustakaan.

3) Sumber informasi lapangan

Sumber informasi lapangan yaitu dari obyek langsung informasi lapangan dapat juga disebut dengan informasi pribadi dan sumbernya pun disebut sumber informasi pribadi, sebab biasanya informasi semacam ini diperoleh dari orang yang langsung berkecimpung pada obyek yang diteliti.¹⁹ Dalam hal

¹⁷ Mohamad Ali, *Penelitian*,..., hlm. 42

¹⁸ Mohamad Ali, *Penelitian*,..., hlm. 43

¹⁹ Mohamad Ali, *Penelitian*,..., hlm. 44

ini peneliti dapat memperoleh data dari berbagai keterangan tentang hal yang berhubungan dengan implementasi etika bisnis Islam pedagang sayur di pasar tradisional Mranggen. Selain itu juga, peneliti memperoleh data dari konsumen,

3. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam mengumpulkan data yang diperlukan adalah:

a. Observasi

Observasi diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.²⁰ Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data yang berkenaan dengan proses jual beli sayur di pasar Mranggen.

b. *Interview* (wawancara)

Wawancara merupakan suatu proses interaksi dan komunikasi verbal dengan tujuan untuk mendapatkan informasi penting yang diinginkan. Wawancara ialah alat pengumpulan informasi dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan untuk dijawab secara lisan pula. Ciri utama wawancara adalah adanya kontak langsung dengan tatap muka antar pencari informasi (*interviewer*)

²⁰ S. Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Jakarta, Rineka Cipta, 2000), hlm. 158.

dan sumber informasi (*interviewee*).²¹ Berdasarkan pernyataan tersebut, wawancara dilakukan dengan mengadakan pertemuan langsung dengan produsen (penjual) sayur dan para konsumen (pembeli). Metode ini dilakukan untuk menggali data tentang proses jual beli terkait implementasi etika bisnis Islam pedagang sayur di Pasar tradisional Mranggen. Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis wawancara bebas terpimpin, artinya wawancara berjalan dengan bebas tetapi masih memenuhi persoalan-persoalan penelitian.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah cara mengumpulkan data melalui peninggalan tertulis, seperti arsip-arsip dan termasuk juga buku-buku tentang pendapat, teori, dalil atau hukum-hukum, dan lain-lain yang berhubungan dengan masalah penelitian tersebut.²² Metode ini dilakukan untuk mendapatkan informasi dan berbagai dokumen diantaranya proses yang berkaitan dengan jual beli sayur.

4. Metode Analisis data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke

²¹ Nurul Zuriah, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2006), hlm. 179.

²² S.Margono, *Metodologi* ,...,hlm. 181

dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain.²³

Dalam menganalisa data, penulis menggunakan metode deskriptif analitik, yaitu data yang diperoleh tidak dianalisa menggunakan rumus statistika, namun data tersebut dideskripsikan sehingga dapat memberikan kejelasan sesuai kenyataan realita. Hasil analisa berupa pemaparan gambaran mengenai situasi yang diteliti dalam bentuk uraian naratif. Uraian pemaparan harus sistematis dan menyeluruh sebagai satu kesatuan dalam konteks lingkungannya juga sistematis dalam penggunaannya sehingga urutan pemaparannya logis dan mudah diikuti maknanya.²⁴

Data yang telah terkumpul dengan metode tersebut kemudian dianalisis dengan langkah-langkah sebagai berikut, menelaah seluruh data yang terkumpul dari berbagai sumber, mengadakan reduksi data yang dilakukan dengan jalan abstraksi, yaitu usaha membuat rangkuman inti, proses dan pernyataan-pernyataan yang perlu, menyusun data dalam satuan-satuan atau mengorganisasikan pokok-pokok pikiran tersebut dengan cakupan fokus penelitian dan mengkajinya

²³Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), Cet. 9, hlm. 335.

²⁴Nana Sudjana, dan Ibrahim, *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*, (Bandung: Sinar Baru, 1989), hlm.197-198.

secara deskriptif, mengadakan pemeriksaan keabsahan data atau memberi makna pada hasil penelitian dengan cara menghubungkan teori kemudian mengambil kesimpulan.

G. Sistematika penulisan

Adapun sistematika pembahasan pada tugas akhir ini adalah :

BAB 1 PENDAHULUAN,

Dalam bab ini penulis mencoba untuk menggambarkan permasalahan. Pembahasan masih secara umum, terdiri dari enam sub bab, meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI PEDAGANG DAN ETIKA BISNIS ISLAM.

Bab ini terdiri dari beberapa sub bab. Sub bab yang pertama menjelaskan konsep pengertian pedagang dan perilaku pedagang. sub bab yang kedua tentang etika bisnis Islam, yang didalamnya terdapat penjabaran mengenai pengertian etika, pengertian bisnis, pengertian etika bisnis Islam, fungsi etika bisnis Islam, prinsip- prinsip etika bisnis Islam.

BAB III SEKILAS PROFIL PASAR TRADISIONAL MRANGGEN DAN PERILAKU PEDAGANG SAYUR DI PASAR TRADISIONAL MRANGGEN.

Dalam bab ini berisi tentang objek penelitian yaitu pasar tradisional Mranggen Demak, karakteristik pedagang sayur Sejarah Singkat Pasar Mranggen, Perkembangan Pasar Mranggen,

Permasalahan Pasar Mranggen, Aspek Sosial, Ekonomi, Lingkungan, kondisi pedagang sayur dan perilaku bisnis pedagang sayur.

BAB IV ANALISIS IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PEDAGANG SAYUR DI PASAR TRADISIONAL MRANGGEN.

Dalam bab ini penulis akan menyajikan hasil penelitian tentang analisis implementasi etika bisnis Islam pedagang sayur yang ada di pasar tradisional Mranggen.

BAB V KESIMPULAN DAN PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari penulis terhadap topik penelitian dari Seluruh rangkaian pembahasan yang berisi tentang kesimpulan pembahasan dan saran-saran sebagai masukan kepada pihak atau subjek yang bersangkutan.