

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM UNTUK  
MENINGKATKAN PENJUALAN DI  
PASAR BARU LUMAJANG**



**Muhammad Ali Sofyan**  
**NIM: 204105020127**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
MEI 2024**

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM UNTUK  
MENINGKATKAN PENJUALAN DI  
PASAR BARU LUMAJANG**

**SKRIPSI**

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan Ekonomi Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh :

**Muhammad Ali Sofyan**  
**NIM: 204105020127**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
MEI 2024**

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM UNTUK  
MENINGKATKAN PENJUALAN DI  
PASAR BARU LUMAJANG**

**SKRIPSI**

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan Ekonomi Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh :

**Muhammad Ali Sofyan**  
**NIM: 204105020127**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ**

Disetujui Pembimbing



**Dr. Hj. Nurul Setianingrum, S.E., M.M.**  
**NIP. 196905231998032001**

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM UNTUK  
MENINGKATKAN PENJUALAN DI  
PASAR BARU LUMAJANG**

**SKRIPSI**

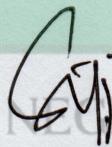
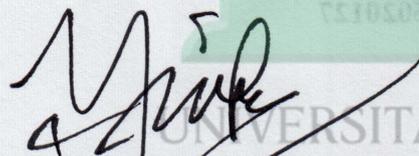
Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu  
Persyaratan memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari : Selasa  
Tanggal : 04 Juni 2024

Tim Penguji

Ketua

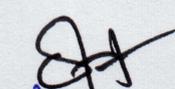
Sekretaris



Dr. H. Ubaidillah, M.Ag.  
NIP. 196812261996031001

Siti Indah Purwaning Y., S.Si., M.M.  
NIP. 198509152019032005

Anggota:

1. Dr. H. Fauzan S.Pd., M.Si. (  )
2. Dr. Hj. Nurul Setianingrum, S.E., M.M. (  )

Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Ubaidillah, M.Ag.  
NIP. 196812261996031001

## MOTTO

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ  
تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang salah, kecuali dengan jual beli yang berlaku dengan dasar saling suka diantara kalian...” (Q.S. An-Nisa: 29)<sup>1</sup>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

<sup>1</sup> Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qura'an Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*, (Jakarta Timur: Lajnah Pentashihan mushaf Al-Quran. 2019), 140

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini merupakan sebagian anugerah yang Allah limpahkan kepada saya, dengan segala kerendahan hati skripsi ini sepenuhnya saya persembahkan kepada:

1. Kedua Orang Tua Saya, Bapak Sukirman dan Ibu Siti Rohimah yang selalu memberikan doa dan dukungan sehingga mampu menjadikan motivasi terselesaikannya skripsi ini.
2. Kakak Saya, Diana Rohmawati yang selalu memberikan motivasi dan bantuan dalam mengerjakan skripsi ini.
3. Adik Saya, Achmad Dava Firmansyah yang selalu membantu dan menemani begadang kakaknya ketika mengerjakan skripsi.
4. Untuk teman sekelas saya, Program Studi Ekonomi Syariah (ES 4) angkatan 2020 yang selalu memberikan informasi terkait dengan skripsi dan selalu menjadi teman terbaik dalam diskusi di dalam maupun di luar kelas.
5. Kampus tercinta, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, ucapan syukur penulis sampaikan selalu kepada Allah SWT. karena atas berkat rahmat dan inayah-Nya penulis dapat menyelesaikan perencanaan, pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini dengan lancar sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana (S1).

Dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis dengan rasa senang menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan fasilitas dalam belajar di kampus ini.
2. Bapak Dr. H. Ubaidillah, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah mempertahankan akreditasi fakultas ini dengan baik di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I., selaku ketua jurusan Ekonomi Islam yang telah memberikan arahan dan program kuliah di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
4. Sofia, M.E., selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah yang telah memberikan arahan, perhatian dan doa yang sangat berarti untuk penulis.
5. Dr. H. Nurul Setianingrum, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu dan tenaga untuk memberikan arahan dan bimbingan

kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang terlaksanakan mulai dari pengesahan judul sampai dengan skripsi ini selesai.

6. Dr. Siti Masrohatin, S.E., M.M., selaku dosen penasihat akademik yang telah membantu memberikan arahan dan saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Ibu Dosen beserta Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam kelancaran pengurusan administrasi untuk keperluan penyelesaian skripsi ini.
8. Kepala dan Staff Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Lumajang yang telah memberikan fasilitas dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Pedagang dan Konsumen Pasar Baru Lumajang yang telah bersedia membantu penulis dalam melaksanakan penelitian.

Semoga Allah SWT. selalu memberikan rahmat dan balasan yang berlipat kepada semuanya. Saran dan kritik yang membangun dalam penulisan ini akan penulis terima dengan senang hati. Akhirnya, kepada Allah SWT. semata penulis serahkan segalanya semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semuanya khususnya bagi penulis.

Jember, 03 Mei 2024  
Penulis,

Muhammad Ali Sofyan  
NIM. 204105020127

## ABSTRAK

*Muhammad Ali Sofyan, Nurul Setianingrum, 2024: Implementasi Etika Bisnis Islam Untuk Meningkatkan Penjualan Di Pasar baru Lumajang.*

**Kata Kunci:** Etika Bisnis Islam, Penjualan.

Etika bisnis Islam adalah akhlak atau perilaku yang digunakan dalam menjalankan kegiatan bisnis yang berlandaskan pada nilai-nilai Islam, sehingga tidak ada rasa khawatir dalam menjalankan bisnisnya karena sudah yakin bahwa apapun kegiatannya yang dilakukan dengan berlandaskan nilai Islam pasti baik dan benar. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan adalah dengan mengimplementasikan etika bisnis Islam. Contohnya yaitu di Pasar Baru Lumajang. Adapun penerapan prinsip etika bisnis Islam yang diterapkan oleh pedagang untuk meningkatkan penjualan antara lain, seperti penerapan prinsip ketauhidan, prinsip kejujuran, prinsip keadilan, prinsip amanah dan prinsip kebebasan.

Fokus penelitian ini yaitu 1) Bagaimana penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam untuk meningkatkan penjualan di Pasar Baru lumajang. 2) Bagaimana dampak penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam untuk meningkatkan penjualan di Pasar Baru Lumajang. 3) Apa kendala yang dihadapi dalam penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam untuk meningkatkan penjualan di Pasar Baru Lumajang.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini dalah 1) Untuk menganalisis penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam untuk meningkatkan penjualan di Pasar Baru Lumajang. 2) Untuk menganalisis dampak penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam untuk meningkatkan penjualan di Pasar Baru Lumajang. 3) Mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam untuk meningkatkan penjualan di Pasar Baru Lumajang.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif, dengan menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif, metode pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara sumber, dokumenasi, dan validitas data dengan menggunakan teknik triangulasi.

Hasil penelitian dari implemntasi etika bisnis Islam untuk meningkatkan penjualan di Pasar Baru Lumajang antara lain: 1) Masih terdapat tindak kecurangan yang dilakukan oleh beberapa pedagang, seperti permainan dalam takaran timbangan, mencampurkan kualitas barang yang baik dengan yang rendah, dan tidak amanah atas barang dagangannya. Disisi lain, masih terdapat pedagang yang memiliki sikap jujur dan ada juga pedagang yang memberikan diskon kepada pelanggannya. 2) Dampak dari kecurangan yang dilakukan pedagang yaitu menurunkan kredibilitasnya dan hilangnya tingkat kepercayaan serta minat pembeli terhadap pedagang. 3) Kendala yang dihadapi pelanggan dalam penerapan etika bisnis Islam yaitu kurangnya pemahaman tentang etika bisnis Islam.

## DAFTAR ISI

	<b>Hal</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Definisi Istilah.....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>13</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	13
B. Kajian Teori .....	24

1 Etika Binis Islam.....	24
2 Penjualan.....	29
3 Pasar .....	31
4 Perilaku penjual.....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	38
B. Lokasi Penelitian.....	38
C. Subyek Penelitian.....	38
D. Teknik Pengumpulan Data.....	40
E. Analisis Data .....	42
F. Keabsahan Data.....	45
G. Tahap-tahap Penelitian.....	47
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS.....</b>	<b>49</b>
A. Gambaran Obyek Penelitian .....	49
1 Sejarah Pasar Baru Lumajang .....	49
2 Letak Geografis Pasar Baru Lumajang .....	50
3 Sarana Dan Prasarana Pasar Baru Lumajang .....	51
4 Jenis Barang Yang Diperdagangkan Pasar Baru Lumajang.....	51
B. Penyajian dan Analisis Data .....	52

1 Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam Untuk Meningkatkan Penjualan Di Pasar Baru Lumajang.....	52
2 Dampak Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam Untuk Meningkatkan Penjualan Di Pasar Baru Lumajang .....	66
3 Kendala Pada Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam Untuk Meningkatkan Penjualan Di Pasar Baru Lumajang .....	69
<b>C. Pembahasan Temuan.....</b>	<b>71</b>
1 Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam Untuk Meningkatkan Penjualan Di Pasar Baru Lumajang.....	71
2 Dampak Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam Untuk Meningkatkan Penjualan Di Pasar Baru Lumajang .....	77
3 Kendala Pada Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam Untuk Meningkatkan Penjualan Di Pasar Baru Lumajang .....	78
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>80</b>
A. Kesimpulan .....	80
B. Saran.....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>82</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan penelitian yang dilakukan Peneliti.....	22
---	----



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Pada zaman Rasulullah, agama Islam sudah mengajarkan bagaimana tata cara tentang pemasaran yang sesuai dengan syariat Islam, termasuk konsep dalam berbisnis. Dalam Islam, etika bisnis harus saling menguntungkan antara satu dengan yang lainnya. Islam juga mengarahkan untuk memberikan kualitas yang baik dan memberikan informasi yang sesuai dengan produk. Produk yang dilarang untuk diperjual belikan oleh Islam adalah produk yang belum jelas bagi pembeli. Lantaran, memiliki potensi terjadinya kasus ketidakadilan dan penipuan kepada salah satu pihak. Sehingga, jual beli produk yang belum jelas hukumnya menjadi haram.<sup>2</sup>

Dalam agama Islam, istilah yang memiliki arti yang berhubungan erat dengan etika bisnis ialah *khuluq*. Kata *khuluq* berasal dari kata *khaluq-khuluqan* yang memiliki arti *tabi'at*, kebiasaan, budi pekerti, keperwiraan, dan kesatriaan. Namun, apabila ditinjau lebih dalam lagi pada Al-Quran juga menggunakan beberapa istilah lain untuk mendeskripsikan mengenai nilai kebaikan yang dapat digunakan sebagai prinsip dalam etika bisnis. Istilah lain tersebut seperti *tauhiidan* (tauhid), *adl* (keadilan/kesetaraan), *birr* (kebenaran/kejujuran), *wadiah* (amanah), *hurriyyah* (kebebasan).<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Muhammad Aziz Hakim, *Sistem Operasional Pemasaran Syari'ah*, (Jakarta: Renainsan, 2007), 25

<sup>3</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islami Tataran Teoritis dan Praktis* (Malang; UIN Malang Press, 2008), 50

Prinsip-prinsip etika bisnis Islam tersebut dapat digunakan sebagai tolok ukur dalam melakukan aktivitas dalam berdagangnya apakah sudah sesuai dengan syariat Islam atau belum. Penerapan prinsip etika bisnis Islam dapat dilakukan oleh pedagang supaya mereka lebih memahami tentang pentingnya prinsip tersebut. Karena pada zaman sekarang, masih banyak pedagang yang melakukan kegiatan dagangnya dengan asal-asalan memasarkan produknya yang semata-mata bertujuan untuk meraih keuntungan saja tanpa memperhatikan prinsip-prinsip etika bisnis yang telah dicontohkan oleh Rasulullah saw. dalam mengharap keridhaan Allah SWT.<sup>4</sup>

Kegiatan jual beli merupakan salah satu kegiatan yang terjadi karena adanya transaksi antara penjual dan pembeli mengenai suatu produk atau barang. Salah satu tempat yang digunakan untuk transaksi jual beli adalah pasar. Sebagai agama yang sempurna, Islam sudah mengatur bagaimana cara melakukan transaksi dengan benar, aturan tersebut biasanya dikenal dengan etika bisnis Islam.<sup>5</sup>

Pada zaman sekarang, perkembangan ekonomi menjadi semakin pesat dan menimbulkan persaingan dalam berbisnis. Dengan adanya persaingan yang tinggi, dapat membuat pelaku bisnis melakukan berbagai hal agar mendapatkan keuntungan. Namun, pelaku bisnis banyak yang mengabaikan etika bisnis Islam semata-mata untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Misalnya, perilaku ketidakjujuran, pengurangan takaran dalam

---

<sup>4</sup> Fitri Amalia, "Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil," *Jurnal Al-Iqtishad*, (2014): 116-125. <http://10.15408/aiq.v6i1.1373>

<sup>5</sup> Tyas Fariha Syahputri and Sri Abidah Suryaningsih, 'Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Sembako Di Pasar Kedurus Surabaya', *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, Vol. 5 No. 1 (2022), 146–159. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v5n1.p146-159>

timbangan, penggunaan kualitas produk yang rendah, harga jual yang sangat tinggi terjadi di pasar.<sup>6</sup> Perilaku tersebut dapat menyebabkan para pembeli tidak nyaman untuk membeli produk. Para pembeli seharusnya mendapatkan barang yang bagus dan sesuai dengan harganya. Apabila ada kekurangan, penjual harus memberitahukannya kepada pembeli. Sehingga pembeli dapat membeli barang mana yang akan dibelinya.<sup>7</sup>

Penjual yang memiliki kejujuran dalam memberikan informasi terkait dengan produk sangatlah diperlukan. Karena perilaku tersebut sudah dipraktikkan langsung oleh para nabi dan rasul yang terkenal dengan tingkat kejujurannya yang tinggi dalam berdagang. Suatu kelengkapan mengenai informasi produk yang dijual sangatlah penting agar calon pembeli dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan dari suatu produk tersebut.<sup>8</sup> Hal tersebut menjadi salah satu faktor penentu bagi calon pembeli supaya dapat memilih produk mana yang akan dibeli. Oleh karena itu informasi produk menjadi suatu hal yang penting dan dibutuhkan bagi calon pembeli.<sup>9</sup>

Selain itu, pada proses transaksi pedagang dan pembeli harus memenuhi syarat jual beli serta dilakukan secara sukarela oleh kedua pihak

---

<sup>6</sup> Ambar Wati, Arman Paramansyah, and Dessy Damayanthi, 'Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli: Studi Kasus Pasar Tradisional Pendopo Empat Lawang, Sumatera Selatan', *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, Vol. 1 No. 2 (2020), 184–200. <https://doi.org/10.47467/elmal.v1i2.344> .

<sup>7</sup> Ihna Nilava and Ahmad Fauzi, 'Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional Ngronggo Kota Kediri', *Jurnal At-Tamwil*, Vol. 2 No. 2 (2020), 139–152. <https://doi.org/10.33367/at.v2i2.1338>

<sup>8</sup> Meichio Lesmana, Siti Nurma Rosmita, and Andika Rendra Bimantara, 'Analisis Penerapan Etika Jual Beli Islami Dalam Meminimalisir Distorsi Pasar Pada Pasar Tradisional (Studi Kasus Pada Pasar Induk Giwangan Yogyakarta)', *Islamic Economics Journal*, Vol. 6 No. 2 (2020), 175–192. <https://doi.org/10.21111/iej.v6i2.4865>

<sup>9</sup> Ambok Pangiuk, 'Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam Penggunaan Timbangan Sembako Dalam Jual Beli ( Studi Kasus Di Pasar Mendahara Ilir , Tanjabtim )', *IJIEB: Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, Vol. 4 No. 1 (2019), 39–51. <https://www.ojp.e-journal.lp2m.uinjambi.ac.id/index.php/ijoieb/article/view/627>

sesuai dengan kesepakatan bersama. Pedagang dan pembeli diperbolehkan menentukan pilihannya sebelum disepakati oleh keduanya. Pedagang harus menjual produk dagangannya yang memiliki kualitas baik, bukan yang memiliki kualitas rendah dan pedagang harus berperilaku jujur atau tidak ada yang disembunyikan terhadap pembeli. Proses transaksi tersebut biasanya terjadi secara langsung di lokasi atau pasar.<sup>10</sup>

Pasar merupakan wadah atau tempat yang digunakan sebagai aktivitas transaksi jual beli yang dilakukan secara langsung oleh dua orang atau lebih sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati sebelumnya dengan secara sukarela. Dengan perkembangan zaman yang semakin pesat, menjadikan persaingan semakin tinggi terutama dalam bidang ekonomi. Para pedagang berlomba-lomba dalam melakukan penjualan produk untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari demi keberlangsungan hidup.<sup>11</sup>

Salah satu pasar yang memiliki tingkat jual beli yang tinggi dan banyak diminati oleh masyarakat yaitu Pasar Baru Lumajang. Pasar tersebut merupakan pasar yang terletak di Jalan Panglima Besar Sudirman, Kelurahan Tompokersan, Kecamatan Lumajang, Kabupaten Lumajang. Pasar Baru Lumajang juga merupakan pusat untuk pedagang melakukan aktivitas bisnis. Pasar Baru Lumajang memiliki jam operasional selama 24 jam. Sehingga banyak pembeli yang selalu berdatangan ke pasar meskipun jam 12 malam. Oleh karena itu banyak sekali pedagang yang berjualan di pasar tersebut. Sehingga, dengan jumlah pedagang yang banyak maka persaingan juga

---

<sup>10</sup> Bertens K., *Pengantar Etika Bisnis*, (Yogyakarta; Kanisius, 2000), 144

<sup>11</sup> Faisal Badron, *Etika Bisnis Islam*, (Jakarta; Kencana Prenada Media Group, 2015), 98

semakin tinggi. Tidak sedikit pedagang yang melakukan aktivitas bisnis tanpa menerapkan etika bisnis Islam hanya untuk mendapatkan keuntungan yang besar. Akan tetapi, banyak juga pedagang yang sudah melakukan transaksinya secara benar.

Alasan peneliti memilih lokasi ini karena sebelumnya peneliti sudah melakukan riset di lokasi tersebut. Berdasarkan riset awal, telah terjadi adanya ketidakjujuran oleh para pedagang dalam berbisnis, seperti yang dialami oleh Ibu Mila seorang pembeli yang menyatakan bahwa:

Pada saat Saya membeli sayuran terong, penjual tersebut memberikan informasi bahwa berat satu karungnya dari sayuran tersebut mencapai 25kg. Akan tetapi pada saat sampai di rumah, Saya timbang lagi beratnya hanya 23kg tidak sama seperti informasi yang diberikan penjual.<sup>12</sup>

Akan tetapi dari pihak pedagang yaitu Bapak Rahman juga menyatakan bahwa “Saya ketika memberikan jumlah timbangan bilangannya kurang lebih. Jadi untuk jumlah tidak pas segitu. Semisal, ada pembeli yang ingin beli sayur gubis. Saya bilangannya ini kurang lebih 20kg.”<sup>13</sup>

Selain itu juga, Ibu Rosida seorang pembeli yang mendapatkan hal serupa dari seorang penjual, beliau menceritakan bahwa:

Saya pernah membeli sayuran tomat di pasar tersebut dan penjualnya memberikan informasi bahwa sayuran tomat itu sangat bagus dan segar-segar. Tetapi setelah sampai di rumah dan mengecek isi tomatnya ternyata sayuran tersebut banyak yang busuk dan sangat tidak layak untuk dikonsumsi, tidak sesuai dengan informasi yang diberikan oleh penjual pada saat di lokasi.<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup> Mila, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 01 November 2023.

<sup>13</sup> Rahman, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 01 November 2023

<sup>14</sup> Rosida, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 01 November 2023.

Seharusnya, para penjual memiliki kejujuran terkait dengan barang dari segi kualitas maupun kuantitas, sehingga pembeli tidak memiliki rasa kecewa pada saat melakukan transaksi. Oleh karena itu, penelitian ini tertarik untuk menganalisis lebih dalam terkait dengan etika bisnis Islam yang diterapkan oleh para penjual di pasar tersebut, dengan melihat seberapa jauh prinsip tauhid, kejujuran, keadilan, amanah dan kebebasan yang sudah diterapkan. Dalam penelitian ini juga akan memaparkan bagaimana pengaruh dari etika bisnis yang sudah diterapkan dan kendala yang dihadapi dalam penerapan etika bisnis Islam oleh para penjual. Selain itu, dengan menganalisis penerapan etika bisnis Islam oleh para penjual, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih luas terkait dengan etika bisnis Islam. Sehingga, para penjual dapat mengembangkan bisnisnya melalui penerapan etika bisnis Islam yang baik. Selain dapat mengembangkan bisnis, penerapan etika bisnis Islam juga dapat meningkatkan loyalitas para pembeli dan mendapatkan pelanggan yang lebih banyak lagi.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam lagi mengenai **Implementasi Etika Bisnis Islam Untuk Meningkatkan Penjualan Di Pasar Baru Lumajang.**

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah pada fokus penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam untuk meningkatkan penjualan di Pasar Baru Lumajang?

2. Bagaimana dampak penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam untuk meningkatkan penjualan di Pasar Baru Lumajang?
3. Apa kendala yang dihadapi dalam penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam untuk meningkatkan penjualan di Pasar Baru Lumajang?

### **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam untuk meningkatkan penjualan di Pasar Baru Lumajang
2. Untuk menganalisis dampak penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam untuk meningkatkan penjualan di Pasar Baru Lumajang
3. Mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam untuk meningkatkan penjualan di Pasar Baru Lumajang

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memiliki manfaat dalam pengembangan pendidikan secara teoritis dan secara praktis. Beberapa manfaat yang didapatkan setelah melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam sumbangsih ilmu pengetahuan tentang penerapan etika bisnis Islam yang baik dalam meningkatkan jual beli di Pasar Baru Lumajang. Diharapkan pelaku usaha dapat menerapkan etika bisnis Islam yang baik

dalam mengembangkan usahanya. Selain itu, penerapan etika bisnis juga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan serta dapat menarik minat para pembeli di pasar tersebut.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Peneliti

- 1) Diharapkan mendapat wawasan, ilmu pengetahuan, dan pengalaman yang lebih luas mengenai permasalahan yang dihadapi oleh peneliti, serta sebagai bentuk penerapan dari ilmu yang didapatkan selama dibangku perkuliahan.
- 2) Diharapkan dapat memberikan landasan dalam mengembangkan ilmu mengenai etika bisnis Islam.

### b. Bagi Institusi

- 1) Diharapkan dapat menjadi salah satu sumber referensi bagi Kampus UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dan bagi mahasiswa dalam pengembangan wawasan mengenai penerapan etika bisnis Islam untuk meningkatkan jual beli.
- 2) Diharapkan juga dapat menjadi salah satu penyokong dan bahan bacaan dalam proses pembelajaran pada Kampus UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

### c. Bagi Masyarakat

- 1) Diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai etika bisnis Islam yang dapat diterapkan dalam pelaku usaha untuk meningkatkan jual beli.

- 2) Diharapkan dapat menjadi sebagai salah satu sumber referensi bagi masyarakat yang akan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai penerapan etika bisnis.

## E. Definisi Istilah

### 1. Implementasi

Implementasi adalah suatu aktivitas yang dilakukan dengan melakukan proses perencanaan terlebih dahulu dan berlandaskan pada aturan tertentu dalam mencapai suatu tujuan kegiatan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kata implementasi memiliki arti penerapan atau pelaksanaan.<sup>15</sup>

Kata implementasi juga dapat diartikan sebagai kegiatan yang saling menyesuaikan antara satu dengan yang lainnya. Selain itu, implementasi memiliki arti sebagai suatu pelaksanaan atau tindakan dari suatu yang telah direncanakan secara matang. Sehingga implementasi merupakan suatu kegiatan atau pelaksanaan dari sebuah rencana yang sudah disusun secara terperinci dalam mencapai suatu tujuan.

### 2. Etika Bisnis Islam

Kata “etika” berasal dari bahasa Yunani yaitu “ethos” yang artinya adat, cara bertindak, dan kebiasaan.<sup>16</sup> Sedangkan kata “bisnis” dapat diartikan sebagai suatu aktivitas yang manusia lakukan untuk memperoleh penghasilan atau pendapatan dalam memenuhi kebutuhan

<sup>15</sup> “Implementasi Menurut KBBI”, 03 November 2023, <https://www.google.com/implementasi/menurut/kbbi/>.

<sup>16</sup> Nurul Tari Rahmawati, Mulyadi Kosim, and Sutisna, ‘Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional: Studi Kasus Pasar Leuwiliang, Kab. Bogor’, *El-Mal Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4.4 (2023), 894–907.

yang menyesuaikan dengan target dan tujuan yang diinginkan di beberapa bidang, baik waktu maupun jumlahnya.<sup>17</sup>

Etika merupakan studi tentang prinsip-prinsip, norma-norma, dan nilai-nilai yang dapat mengatur tingkah laku atau perilaku manusia dalam berinteraksi dengan sesama.<sup>18</sup>

Dalam Islam, etika merupakan nilai dasar yang jadi satu dengan nilai dasar Islam lainnya, yaitu syariah dan aqidah. Sedangkan bisnis memiliki arti sebagai suatu usaha manusia dengan bertujuan menggapai ridho dari Allah SWT. Dengan demikian, etika bisnis Islam merupakan akhlak dalam melakukan suatu bisnis dengan berpegang teguh pada nilai-nilai Islam.

Nilai etika dalam bisnis merujuk kepada prinsip-prinsip moral yang dapat memberikan arah terhadap perilaku dan tindakan manusia dalam suatu kegiatan bisnis yang dilakukan. Nilai etika juga dapat membantu dalam pengambilan keputusan menjaga integritas, bertanggung jawab, dan memastikan keseimbangan antara hasil yang didapatkan dalam berbisnis dengan kepentingan masyarakat luas.<sup>19</sup>

### 3. Penjualan

Secara umum penjualan memiliki arti suatu proses kegiatan menjual, yaitu mulai dari penetapan harga jual sampai dengan produk

---

<sup>17</sup> Fatimatu Zahro, *Analisis Strategi Bisnis Syariah Pada Sektor Industri Pada Digital Economy*, (Uin Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2022), 5

<sup>18</sup> Fauzan, Nurul Setianingrum, Nur Ika Mauliya, M.F. Hidayatullah, *Etika Bisnis & Profesi*, (Tangerang: Indigo Media, 2023), 23

<sup>19</sup> Muslich, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Ekosiana, 2004), 30

yang didistribusikan kepada pembeli atau konsumen. Sehingga barang yang sudah diterima oleh pembeli bukan lagi milik dari penjual.<sup>20</sup>

#### 4. Pasar

Pasar ialah suatu wadah yang dapat menjadi tempat pertemuan antara penjual dan pembeli untuk melakukan suatu transaksi secara langsung dengan kesepakatan satu sama lain dengan adanya proses tawar-menawar antara keduanya.<sup>21</sup>

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam sangatlah berperan penting dalam kegiatan berdagang. Apabila seseorang sudah memiliki pengetahuan dan menerapkannya dengan baik, maka kegiatannya akan sesuai dengan apa yang diperintahkan dan dilarang oleh Allah SWT. termasuk dalam kegiatan bisnis.

#### F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Oleh sebab itu, dibuat sistem pembahasan sebagai berikut:

Bab satu pendahuluan. Pada bagian ini memuat beberapa komponen dasar penelitian, mulai dari konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah.

<sup>20</sup> Alwi Musa Muzaiyin, 'Perilaku Pedagang Muslim Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam (Kasus Di Pasar Loak Jagalan Kediri)', *Jurnal Qawanin*, 2.1 (2018), 70-94

<sup>21</sup> Ifdholul Maghfur, Maulidatul K, and Muhammad Fahmul Iltiham, 'Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di Pasar Nongkojajar Kecamatan Tutur Kabupaten Pasuruan', *Jurnal Mu'allim*, 1.2 (2019), 339-358  
<https://doi.org/10.35891/muallim.v1i2.1631> .

Bab dua kajian pustaka. Pada bagian ini berisi tentang kajian-kajian terdahulu yang memiliki keterkaitan dan relevansi dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis, dan pada bagian ini juga menjelaskan tentang kajian teori.

Bab tiga metode penelitian. Pada bagian ini berisi tentang metode-metode yang akan digunakan penulis, meliputi: pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

Bab empat penyajian data dan analisis. Pada bagian ini berisi tentang penguraian data dan hasil penelitian tentang permasalahan yang telah dirumuskan, meliputi: gambaran obyek penelitian, penyajian data dan analisis, dan pembahasan temuan,.

Bab lima penutup. Bagian ini merupakan bagian akhir yang berisikan tentang kesimpulan dan saran.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti memaparkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan, kemudian membuat ringkasannya baik penelitian yang sudah terpublikasikan atau belum terpublikasikan (skripsi, tesis, disertasi, atau artikel yang dimuat pada jurnal ilmiah, dan lain sebagainya).<sup>22</sup>

1. Penelitian yang dilakukan oleh Nurul Tari Rahmawati, Mulyadi Kosim dan Sutisna pada tahun 2023 dengan judul “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional: Studi Kasus Pasar Leuwiliang, Kab. Bogor”.<sup>23</sup> Latar belakang dari penelitian ini adalah minimnya pemahaman masyarakat, terkhusus para pedagang terkait penerapan etika bisnis Islam dalam berdagang. Selain itu penelitian ini memiliki tujuan yaitu ingin mengkaji secara mendalam tentang penerapan etika bisnis Islam yang dilakukan dalam kegiatan transaksi jual beli yang terjadi di pasar. Hasil dari penelitian ini yaitu dominan para pedagang dan pembeli sudah mengetahui terkait dengan etika bisnis Islam, akan tetapi dalam penerapannya terdapat beberapa pedagang yang

---

<sup>22</sup> Institut Agama Islam Negeri Jember, *Pedoman Penelitian Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember, 2020), 46

<sup>23</sup> Nurul Tari Rahmawati, Mulyadi Kosim, and Sutisna, ‘Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional: Studi Kasus Pasar Leuwiliang, Kab. Bogor’, *El-Mal Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, Vol. 4 No. 4 (2023), 894–907. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i4.2213>

melakukan tidak kecuaran. Jadi, belum sepenuhnya etika bisnis Islam diterapkan oleh pedagang di pasar tradisional Leuwiliang.

Persamaan dari penelitian ini adalah metode yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif. Adapun perbedaannya, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli, sedangkan peneliti bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari penerapan etika bisnis Islam dan meningkatkan proses penjualan.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Luciana Septiani Subekti pada tahun 2022 dengan judul “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang Kelontong di Pasar Babatan Kota Bandung”.<sup>24</sup> Latar belakang dari penelitian ini adalah adanya para pedagang kelontong atau pedagang lain yang tidak harus mengetahui tentang pengertian dari etika bisnis Islam. Akan tetapi cara berjualan mereka secara tidak langsung sudah menerapkan etika bisnis Islam itu sendiri. Namun di sisi lain, etika bisnis Islam ini apakah diterapkan juga dalam keseharian mereka. Selain itu penelitian ini memiliki tujuan yaitu ingin mengetahui seberapa besar etika bisnis Islam ini yang telah diimplementasikan pada proses jual beli yang dilakukan oleh pemilik, karyawan toko kelontong dan pembeli di Pasar Babatan Kota Bandung. Hasil dari penelitian ini yaitu para pedagang telah melakukan implementasi etika bisnis Islam dari sisi siddiq, tabligh, fathanah, amanah dan istiqomah. Karyawannya juga dapat memperkuat hal tersebut yang memberikan pendapat bahwa tidak

<sup>24</sup> Luciana Septiani Subekti, *Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Kelontong Di Pasar Babatan Kota Bandung*, *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, (2022), 9–14 <https://doi.org/10.29313/jriev.vi.615> .

ada kebohongan terhadap konsumen oleh pemilik toko selalu memberikan sikap baik ke karyawannya, dan memberikan gaji tepat pada waktu yang telah disepakati. Begitu juga pembeli yang memberikan pendapat bahwa pemilik toko selalu menjadikan keselamatan konsumen sebagai prioritas utama, tidak ada kecurangan dan selalu memberikan ucapan terima kasih.

Adapun persamaan dari penelitian ini adalah pembahasan tentang penerapan etika bisnis Islam di Pasar. Perbedaannya terdapat pada metode yang digunakan, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif, sedangkan peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Hanifah Noor Setyawan dan Amin Wahyudi pada tahun 2022 dengan judul “Tinjauan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Praktik Pemasaran Bawang Merah Di Pasar Malon, Sukorejo, Ponorogo”.<sup>25</sup> Latar belakang dari penelitian ini yaitu belum dilakukannya proses pengkajian aspek dalam pemasaran dari bawang merah dan masih terdapat penyimpangan yang dilakukan oleh pedagang mengenai prinsip etika bisnis Islam dalam proses pemasarannya. Selain itu penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk menganalisis praktik dari pemasaran bawang merah dan meninjau prinsip etika bisnis Islam dalam pemasaran bawang merah di Pasar Malong, Kecamatan Sukorejo,

---

<sup>25</sup> Hanifah Noor Setyawan and Amin Wahyudi, ‘*Tinjauan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Praktik Pemasaran Bawang Merah Di Pasar Malon, Sukorejo, Ponorogo*’, *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, Vol. 2 No. 2 (2022), 305–332 <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v2i2.989>.

Kabupaten Ponorogo. Hasil dari penelitian ini yaitu para pedagang sudah berhasil menerapkan prinsip yang sudah dicontohkan oleh Rasulullah mulai dari shiddiq, fathanah, dan tabligh, akan tetapi masih belum menerapkan dari segi prinsip yang amanah dan tanggung jawab.

Adapun persamaan dengan penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode kualitatif. sedangkan perbedaannya terletak pada prinsip yang digunakan sebagai tolak ukur, penelitian ini menggunakan prinsip tabligh, amanah, tanggung jawab, siddiq dan fathanah. Sedangkan peneliti menggunakan prinsip tauhid, kejujuran, keadilan, amanah dan kebebasan.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Ambar Wati, Arman Paramansyah dan Dessy Damayanthi pada tahun 2021 dengan judul “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli: Studi Kasus Pasar Tradisional Pendopo Empat Lawang, Sumatera Selatan”.<sup>26</sup> Latar belakang pada penelitian ini adalah banyaknya persaingan para pedagang pada pasar tradisional sehingga dapat menimbulkan menurunnya rasa kesadaran tentang kedisiplinan dalam etika berbisnis. Selain itu penelitian ini memiliki tujuan yaitu ingin mengetahui proses penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli di pasar tradisional Pendopo, Empat Lawang, Sumatera Selatan. Hasil dari penelitian ini yaitu belum maksimalnya pemahaman para pedagang mengenai etika bisnis Islam di

---

<sup>26</sup> Ambar Wati and Arman Paramansyah, ‘Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli : Studi Kasus Pasar Tradisional Pendopo Empat Lawang , Sumatera Selatan’, *El-Mal; Jurnal Kajian Ekonomi & Binsis Islam*, Vol. 2 No.2 (2021), 184–200. <https://doi.org/1047467/elmal.v3i3.344>

pasar tradisional Pendopo, selain itu juga kesadaran untuk menaikkan harga barang dengan sistem timbun yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang tinggi oleh para pedagang masih kurang.

Persamaan dari penelitian ini adalah metode yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif. Adapun perbedaannya, penelitian ini lebih berfokus pada pemahaman para pedagang terkait dengan etika bisnis Islam, sedangkan peneliti lebih berfokus pada penerapan dari etika bisnis Islam.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Ihna Nilava dan Ahmad Fauzi pada tahun 2020 dengan judul “Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional Ngronggo Kota Kediri”.<sup>27</sup> Latar belakang dari penelitian ini adalah tingginya persaingan bisnis yang mengakibatkan para pelaku bisnis menggunakan cara apa saja untuk mendapatkan laba yang lebih dan etika bisnis Islam pun sering diabaikan dalam melakukan bisnisnya. Selain itu penelitian ini memiliki tujuan yaitu ingin mengkaji mengenai etika bisnis Islam yang diterapkan dalam transaksi jual beli di Pasar Tradisional Ngronggo Kota Kediwi. Hasil dari penelitian ini yaitu mayoritas pedagang sudah menjalankan dan menerapkan etika bisnis Islam, meskipun masih ada beberapa yang belum menerapkannya.

Persamaan dari penelitian ini adalah metode yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif. Adapun perbedaannya, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli dari sisi honesty, loyalitas, disiplin dan reability. Sedangkan peneliti bertujuan

---

<sup>27</sup> Nilava and Fauzi, "Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional Ngronggo Kota Kediri", *Jurnal At-Tamwil Kajian Ekonomi Syariah*, Vol. 2 No. 2 (2020), 139-152. <https://doi.org/10.33367/at.v2i2.1338>

untuk mengetahui penerapan etika bisnis Islam dari sisi prinsip tauhid, kejujuran, keadilan, amanah dan kebebasan.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Haris Pratama, Nanik Eprianti, dan Intan Nurrachmi pada tahun 2020 dengan judul “Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Praktik Jual Beli Anak Ayam Warna-Warni”.<sup>28</sup> Latar belakang dari penelitian ini adalah salah satu cara bisnis yang dijalankan oleh pedagang ayam warna-warni tersebut yaitu dengan cara mewarnai anak ayam menggunakan pewarna makanan supaya terlihat menarik banyak pembeli. Selain itu penelitian ini memiliki tujuan yaitu ingin mengetahui praktik jual beli pedagang ayam warna-warni di pasar Kotakarang Bandar Lampung dan etika bisnis Islam yang diterapkan dalam jualannya. Hasil dari penelitian ini yaitu praktik jual beli yang dilakukan oleh pedagang ayam warna-warni adanya pertentangan dengan kaidah kesejahteraan para hewan dengan cara memberikan pewarna pada ayam dan tindakan tersebut termasuk perbuatan yang tidak sesuai dengan syariat dan dzalim sehingga tidak sesuai seperti apa yang sudah dicontohkan oleh Rasulullah dalam etika bisnis Islam.

Persamaannya dengan penelitian ini terletak pada metode yang digunakan yaitu metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Adapun perbedaan dari penelitian ini yaitu penggunaan prinsip dasar keseimbangan, tanggung jawab, kebebasan, kesatuan dan

---

<sup>28</sup> Ahmad Haris Pratama, Nanik Eprianti, and Intan Nurrachmi, ‘*Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Jual Beli Anak Ayam Warna-Warni*’, *Prosiding Hukum Ekonomi Islam*, Vol. 7 No. 2, (2020), 377–381 <http://dx.doi.org/10.29313/syariah.v0i0.28677>.

kebenaran. Sedangkan prinsip yang digunakan peneliti adalah tauhid, kejujuran, keadilan, amanah dan kebebasan.

7. Penelitian yang dilakukan oleh Kataruddin Tiakoly, Abdul Wahab dan Syaharuddin pada tahun 2019 dengan judul “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Pedagang Barang Campuran di Pasar Tradisional Gamalama”.<sup>29</sup> Latar belakang pada penelitian ini adalah aktivitas para pedagang yang memburuk akibat ulah dari tangan yang tidak punya moral yang patut dicontoh ketika berbisnis yang mengakibatkan banyaknya pedagang yang belum mampu untuk menerapkan etika bisnis Islam yang baik. Selain itu penelitian ini memiliki tujuan yaitu ingin mengetahui konsep dan bentuk penerapan dari etika bisnis Islam oleh para pedagang di pasar tradisional Gamala Kota Ternate. Hasil dari penelitian ini yaitu para pedagang di pasar tradisional Gamalam Kota Ternate telah menerapkan nilai-nilai Islam seperti *siddiq*, *tablig*, *fatanah*, dan *amanah*.

Adapun persamaan dari penelitian ini adalah metode yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif. Perbedaannya, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konsep etika bisnis yang sudah dicontohkan pada zaman Rasulullah, sedangkan peneliti bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari penerapan etika bisnis Islam.

8. Penelitian yang dilakukan oleh Ifdholul Maghfur, Maulidatul K, dan Muhammad Fahmul Iltiham pada tahun 2019 dengan judul “Penerapan

<sup>29</sup> Kataruddin Tiakoly, Abdul Wahab, dan syaharuddin, ‘Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Pedagang Barang Campuran di Pasar Tradisional Gamalama’, *Jurnal Iqtisaduna*, Vol. 5 No. 1, (2019), 102-123 <https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v5i1.10812>.

Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di Pasar Nongkojajar Kecamatan Tukur Kabupaten Pasuruan”.<sup>30</sup> Latar belakang dari penelitian ini adalah perkembangan zaman yang semakin pesat dan ditandai dengan tingginya persaingan dalam melakukan bisnis. Selain itu penelitian ini memiliki tujuan yaitu ingin mengetahui bagaimana etika bisnis yang diterapkan oleh pedagang di Pasar Tradisional Nongkojajar dan sudah seberapa jauh etika penerapannya dalam peningkatan loyalitas pelanggan. Hasil dari penelitian ini yaitu dilihat dari prinsip umum etika bisnis sudah diterapkan oleh pedagang dan karyawan secara baik, akan tetapi pada saat melakukan transaksi, akadnya masih belum terlaksana dengan baik. Jadi, belum sepenuhnya etika bisnis Islam diterapkan dengan baik.

Adapun persamaan dari penelitian ini adalah pembahasan tentang penerapan etika bisnis Islam di Pasar. Perbedaanannya terletak pada tujuannya yakni penelitian ini lebih berfokus pada peningkatan loyalitas pelanggan, sedangkan peneliti lebih berfokus pada peningkatan jual beli.

9. Penelitian yang dilakukan Nine Haryanti dan Trisna Wijaya pada tahun 2019 dengan judul “Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pasar Tradisional Pancasila Tasikmalaya”.<sup>31</sup> Latar belakang dari penelitian ini adalah beberapa pedagang masih belum

---

<sup>30</sup> Ifdholul Maghfur, Maulidatul K, and Muhammad Fahmul Iltiham, ‘Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di Pasar Nongkojajar Kecamatan Tukur Kabupaten Pasuruan’, *Jurnal Mu'allim*, Vol. 1 No. 2 (2019), 339–358 <https://doi.org/10.35891/muallim.v1i2.1631>

<sup>31</sup> Nine Haryanti and Trisna Wijaya, ‘Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pd Pasar Tradisional Pancasila Tasikmalaya’, *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 4 No. 2 (2019), 122–129 <https://doi.org/10.37058/jes.v4i2.1156> .

memperhatikan etika bisnis dan aturan-aturan yang sudah ditetapkan masih diabaikan. Selain itu penelitian ini memiliki tujuan yaitu ingin mengetahui bagaimana para pedagang menerapkan prinsip etika bisnis Islam di Pasar Tradisional Pancasila Tasikmalaya. Hasil dari penelitian ini yaitu para pedagang di Pasar Tradisional Pancasila Tasikmalaya belum sepenuhnya menerapkan prinsip etika bisnis Islam.

Adapun persamaan dalam penelitian ini yaitu metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Perbedaannya terletak pada prinsip yang digunakan sebagai tolak ukur, penelitian ini menggunakan prinsip, keseimbangan, tanggung jawab, kehendak bebas, tauhid dan ihsan. Sedangkan peneliti menggunakan prinsip tauhid, kejujuran, keadilan, amanah dan kebebasan.

10. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Firdaus pada tahun 2019 dengan judul “Penerapan Etika Bisnis dalam Melakukan Transaksi Penjualan di Pasar Tradisional Kota Langsa Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam”.<sup>32</sup> Latar belakang dari penelitian ini adalah kebiasaan para pedagang di pasar dalam menerapkan etika bisnis dalam Islam yang menekankan pada etika ketika berdagang. Selain itu penelitian ini memiliki tujuan yaitu ingin mengetahui gambaran objektif pada penerapan etika bisnis pada saat proses transaksi pedagang dan pembeli di Pasar Tradisional Kota Langsa dan bagaimana pandangan Islam terkait

---

<sup>32</sup> Muhammad Firdaus, "Penerapan Etika Bisnis dalam Melakukan Transaksi Penjualan di Pasar Tradisional Kota Langsa Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam", *Al--Muamalat: Jurnal Hukum & Ekonomi Syariah*, Vol. 4 No. 1, (2019), 76-100. <https://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/muamalat/article/view/1376>

dalam penerapan etika bisnis ketika transaksi berlangsung. Hasil dari penelitian ini yaitu pelaksanaan proses transaksi yang dilakukan oleh pedagang sudah terlaksana dengan baik. Sebagai penguat penerapan etika bisnis yang dilakukan oleh para pedagang adalah warisan secara turun-temurun dari orang tua (nasihat orang tua).

Persamaan dengan penelitian ini adalah pembahasan tentang penerapan etika bisnis Islam di Pasar. Adapun perbedaannya terletak pada prinsipnya yaitu peneliti menggunakan prinsip tauhid, kejujuran, keadilan, amanah dan kebebasan.

**Tabel 2.1**  
**Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan yang akan dilakukan Peneliti**

No	Nama dan Tahun	Persamaan	Perbedaan
1.	Nurul Tari Rahmawati, Mulyadi Kosim dan Sutisna, 2023	Metode penelitian kualitatif	Fokus penelitian tentang pemahaman etika bisnis Islam
2.	Luciana Septiani Subekti, 2022	Topik penelitian tentang etika bisnis Islam	Metode penelitian kuantitatif
3.	Hanifah Noor Setyawan dan Amin Wahyudi, 2022	Metode penelitian kualitatif	Prinsip tolak ukur penelitian
4.	Ambar Wati, Arman Paramansyah dan Dessy Damayanthi, 2021	Metode penelitian kualitatif	Fokus penelitian tentang pemahaman etika bisnis Islam
5.	Ihna Nilava dan Ahmad Fauzi, 2020	Metode penelitian kualitatif	Prinsip tolak ukur penelitian
6.	Ahmad Haris Pratama, Nanik Eprianti, dan Intan Nurrachmi, 2020	Metode penelitian kualitatif	Prinsip tolak ukur penelitian
7.	Kataruddin Tiakoly, Abdul Wahab dan Syaharuddin, 2019	Metode penelitian kualitatif	Fokus penelitian tentang pemahaman etika bisnis Islam
8.	Ifdholul Maghfur, Maulidatul K, dan Muhammad Fahmul Iltiham, 2019	Topik penelitian tentang etika bisnis islam	Fokus penelitian tentang pemahaman etika bisnis Islam

No	Nama dan Tahun	Persamaan	Perbedaan
9.	Nine Haryanti dan Trisna Wijaya, 2019	Metode penelitian kualitatif	Prinsip penelitian
10.	Muhammad Firdaus, 2019	Topik penelitian tentang etika bisnis Islam	Prinsip penelitian

*Sumber: Data penelitian terdahulu dari tahun 2019-2023*

Perbedaan dasar yang dapat dilihat dari penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah prinsip yang digunakan sebagai tolak ukur penerapan etika bisnis Islam. Sudahkah prinsip tauhid, kejujuran, keadilan, amanah dan kebebasan diterapkan dengan baik oleh para pedagang dalam peningkatan jual beli di pasar. Obyek yang digunakan dalam penelitian ini adalah implementasi etika bisnis Islam oleh pedagang. Berdasarkan penemuan peneliti, implementasi etika bisnis Islam yang sudah dilakukan oleh pedagang masih belum maksimal..

Dari beberapa teori yang diuraikan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa masih banyak pedagang di pasar tradisional yang belum memiliki pengetahuan luas mengenai etika bisnis Islam. Selain itu, meskipun ada beberapa pedagang yang sudah mengetahui tentang etika bisnis Islam namun belum menerapkannya secara maksimal dalam kegiatan bisnisnya.

Jadi, Kerangka teori yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah implementasi etika bisnis Islam untuk meningkatkan pendapatan di pasar. Penelitian ini menggunakan prinsip tauhid, kejujuran, keadilan, amanah dan kebebasan belum pernah dilakukan oleh peneliti

sebelumnya. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini untuk memberikan wawasan dan pengetahuan terhadap masyarakat.

## B. Kajian Teori

Pada bagian ini, peneliti memaparkan beberapa teori yang dijadikan sebagai perspektif dalam melakukan penelitian. Pemaparan teori yang secara luas dan mendalam dapat memperluas wawasan peneliti dalam mengkasi masalah yang akan dipecahkan sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang tertuang.

### 1 Etika Binis Islam

Etika bisnis dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilaksanakan dengan berdasarkan metode dan pemikiran yang baik, dan sesuai dengan estetika dan logika yang berkembang di masyarakat.<sup>33</sup>

Dalam Islam, etika bisnis Islam merupakan akhlak atau perilaku yang digunakan dalam menjalankan kegiatan bisnis yang berlandaskan pada nilai-nilai Islam, sehingga tidak ada rasa khawatir dalam menjalankan bisnisnya karena sudah yakin bahwa apapun kegiatannya yang dilakukan dengan berlandaskan nilai Islam pasti baik dan benar.

Pada dasarnya, setiap orang boleh saja memiliki pandangan sendiri terkait dengan nilai, akan tetapi pandangan yang mengendalikan dan mengarahkan perilaku orang Islam hanyalah Al-Quran dan hadis. Kedua landasan tersebut dijadikan sebagai pedoman oleh orang Islam dalam

<sup>33</sup> Nurul Widyaaati Islami Rahayu, Khamdan Rifa'i dan Abdul Rokhim, "Komunikasi Etika Bisnis Dalam Keberagaman Agama Di Kabupaten Jember", *Indonesian Journal of Islamic Communication*, Vol. 4 No. 2 (2021), 39-63. <https://doi.org/10.35719/ijic.v4i2.1617>

berkehidupan sehari-hari tidak terkecuali dalam berbisnis.<sup>34</sup> Islam memiliki arti tersendiri terkait dengan etika bisnis. Etika merupakan nilai dasar yang jadi satu dengan nilai dasar Islam lainnya, yaitu syariah dan aqidah. Sedangkan bisnis memiliki arti sebagai suatu usaha manusia dengan bertujuan menggapai ridho dari Allah SWT. Dengan demikian, etika bisnis Islam merupakan akhlak dalam melakukan suatu bisnis dengan berpegang teguh pada nilai-nilai Islam.

Selain itu, nilai etika dalam bisnis merujuk kepada prinsip-prinsip moral yang dapat memberikan arah terhadap perilaku dan tindakan manusia dalam suatu kegiatan bisnis yang dilakukan.<sup>35</sup> Nilai etika juga dapat membantu dalam pengambilan keputusan menjaga integritas, bertanggung jawab, dan memastikan keseimbangan antara hasil yang didapatkan dalam berbisnis dengan kepentingan masyarakat luas.

Pada umumnya prinsip etika bisnis adalah karakter pebisnis yang nantinya akan menentukan bisnis tersebut sukses atau tidak yang harus dimiliki oleh setiap pebisnis muslim yang mengharapkan kesuksesan dalam menjalankan bisnis.<sup>36</sup> Prinsip-prinsip yang dijadikan sebagai landasan dalam etika bisnis Islam antara lain:

---

<sup>34</sup> Novita Ambarsari and Luhur Prasetyo, 'Perilaku Pedagang Di Pasar Wisata Plaosan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam', *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, Vol. 2 No. 1 (2022), 121–138. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v2i1.732> .

<sup>35</sup> Fauzan, Nurul Setianingrum, Nur Ika Mauliya, M.F. Hidayatullah, *Etika Bisnis & Profesi*, (Tangerang: Indigo Media, 2023), 23

<sup>36</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 35.

a. Prinsip Tauhid

Prinsip tauhid merupakan prinsip yang memiliki garis vertikal dalam Islam. Prinsip ini berlandaskan pada keridhoan dari Allah SWT dan tata cara penerapannya harus sesuai dengan syariah Islam. Dari konsep ini, maka Islam memberikan penawaran kepada setiap pengusaha muslim dalam beraktivitas untuk selalu memperhatikan kegiatannya, mulai dari tidak adanya rasa terpaksa dalam melakukan kegiatan bisnisnya sesuai nilai-nilai Islam, tetap melaksanakan kewajibannya dalam beribadah kepada Allah SWT, tidak melakukan aktivitas bisnis yang melanggar aturan Islam, dan tidak serakah dalam mencari kekayaan yang itu semua merupakan amanah dari Allah SWT. Semua aktivitas bisnis dan pendistribusian dikaitkan dengan prinsip-prinsip dan tujuan ilahiyah.<sup>37</sup>

b. Prinsip Kejujuran

Prinsip kejujuran merupakan keselarasan atau kesesuaian antara yang disampaikan atau diucapkan dengan kenyataan atau yang dilakukan. Pada dasarnya, kejujuran memiliki arti kecocokan dengan kenyataan yang ada. Perilaku jujur ini merupakan salah satu fadhilah yang dapat menjadikan perorangan atau masyarakat menjadi maju.<sup>38</sup>

<sup>37</sup> Wahyu Sri Bintang Romadona and Izzani Ulfi, 'Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako Di Desa Jumbleng Indramayu', *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6.3 (2021), 65–72 <http://ejournal.uniska-kediri.ac.id/indec.php/ManajemenKewirausahaan> .

<sup>38</sup> Muhammad Saifullah, 'Etika Bisnis Islami Dalam Praktek Bisnis Rasulullah', *Jurnal Ekonomi Islam*, 19.1 (2011), 127–156 <https://doi.org/10.21580/ws.19.1.215> .

Prinsip ini juga termasuk salah satu kemaslahatan dalam hubungan antarmanusia. Oleh karena itu, kejujuran merupakan sifat terpenting yang diridhai Allah kepada pedagang. Sebab, ridha Allah merupakan sumber keberkahan bagi pedagang muslim. Dalam hadis HR. Muttafaq ‘alaih dari Hakim bin Hizam bebunyi “Pembeli dan penjual memiliki hak dalam menentukan pilihan selama belum saling terpisah. Apabila masing-masing berperilaku jujur dalam proses transaksi maka diberkahlah transaksi mereka. Akan tetapi, apabila mereka saling berdusta satu sama lain maka keduanya mendapatkan keuntungan saja tetapi tidak dengan keberkahannya”.

c. Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan merupakan prinsip yang menggambarkan kehidupan yang bersifat horizontal. Prinsip ini disebabkan karena banyaknya hubungan dengan sesama manusia lainnya. Dalam kegiatan bisnis prinsip keadilan sangat menentukan bagaimana perilaku pedagang dalam memberikan kebijakan kepada pembeli. Adanya prinsip keadilan ini mengharuskan pedagang tidak melakukan pengurangan timbangan atau takaran dan harus sesuai dengan prinsip kebenaran, serta pedagang harus dapat menyajikan produk yang berkualitas dan bermutu.<sup>39</sup>

<sup>39</sup> Jubaedi, Ahmad Sobari, and Syarifah Gustiawati, ‘Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Mahasiswa Universitas Ibn Khaldun Bogor’, *EKLETIK: Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1.1 (2018), 11–20. <http://dx.doi.org/10.24014/ekl.v1i1.4897>.

d. Prinsip Amanah

Prinsip amanah dapat diartikan sebagai prinsip kepercayaan. Dalam berbisnis, prinsip amanah ini sangat dibutuhkan antara pedagang dan pembeli dengan tujuan supaya bisnisnya dapat berjalan dengan baik.<sup>40</sup> Tumbuhnya rasa percaya seorang pembeli kepada pedagang disebabkan oleh adanya rasa tanggung jawab yang dipegang teguh dalam berbisnis untuk memenuhi sesuai yang telah disepakati sebelumnya antara pedagang dan pembeli supaya tidak adanya rasa kecewa atau dirugikan dari salah satu pihak.

e. Prinsip Kebebasan

Prinsip kebebasan merupakan salah satu etika prinsip penting dalam melakukan etika bisnis Islam. Akan tetapi, jangan sampai prinsip kebebasan merugikan atau mengganggu kepentingan bersama atau yang lainnya. Islam memperbolehkan umatnya dalam berinovasi dalam kebaikan khususnya dalam aktivitas bisnis atau berdagang. Islam juga menganjurkan untuk saling menghormati antara pembeli dan pedagang serta tidak mematok harga dibawah standar untuk menarik minat pembeli. Namun, islam sangat tidak memperbolehkan umatnya untuk melanggar aturan-aturan yang sudah ditetapkan dalam Al-Quran dan hadis.<sup>41</sup>

<sup>40</sup> Rismayanti Lubis, M Kholil Nawawi, and Hilman Hakiem, 'Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Wirausaha Muslim : Studi Pada Wirausaha Muslim Di Desa Laladon', *El-Mal Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5.1 (2022), 257–266 <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i3.622> .

<sup>41</sup> Intan Devi Orlita Sari and Lilik Rahmawati, 'Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam UMKM Olahan Laut', *AL-IQTISHOD: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 10.2 (2022), 55–68 <https://doi.org/10.37812/aliqtishod> .

## 2 Penjualan

Penjualan merupakan suatu kegiatan pelengkap dari pembelian, untuk terjadi adanya transaksi. Kegiatan penjualan dan pembelian adalah satu kesatuan yang dapat menjadikan terlaksananya suatu transaksi.<sup>42</sup> Oleh sebab itu, kegiatan penjualan sama halnya dengan kegiatan pembelian yang terdiri dari beberapa kegiatan seperti adanya permintaan, negosiasi harga, dan lain-lain.

Dalam melakukan sebuah bisnis, pelaku bisnis harus memiliki adab dalam menjalankan aktivitasnya. Adapun beberapa adab yang harus diperhatikan dalam melakukan penjualan, antara lain:

- a. Tidak menjual barang yang haram, sesuatu yang haram seperti majalah porno, nomor undian, khamr dan lain-lain tidak boleh diperjual belikan. Penjualan barang tersebut hukumnya termasuk haram.
- b. Tidak menggunakan sistem terlarang, sesuai dengan sabda Rasulullah saw. yang berbunyi: *“Jangan engkau menjual sesuatu yang tidak engkau miliki”*

Seperti menjual barang yang kepemilikan dan keberadaannya belum memiliki kejelasan.

- c. Tidak berlebihan dalam mengambil keuntungan, sesuai dengan yang dicontohkan Rasulullah, beliau tidak melarang pedagang untuk

---

<sup>42</sup> Nurfitriani, 'Analisis Penerapan Etika Bisnis Di Pasar Inpres Palu', *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, Vol. 6 No. 2 (2020), 20–27.  
<https://ejournal.iainbengkulu.ac.id/index.php/Al-Intaj>

mengambil untung akan tetapi jangan juga berlebihan yang dapat merugikan orang lain.

- d. Tidak terbiasa mengucapkan kata sumpah dalam berdagang, sesuai dengan sabda Rasulullah saw. yang berbunyi: *“Jangalah kalian banyak bersumpah ketika berdagang sebab cara seperti itu melariskan dagangan lalu menghilangkan keberkahannya”*

Seperti bersumpah demi menutupi kekurangan barang dagangnya saja.

- e. Tidak mengurangi timbangan, sesuai dengan firman Allah SWT dalam QS. Al-Muthaffifiin ayat 1-3 yang artinya:

*Celakalah orang yang melakukan tindak kecurangan (menimbang dan menakar) (1) orang yang meminta dipenuhi ketika menerima takaran dari orang lain (2) dan mereka mengurangi takaran apabila menakar atau menimbang untuk orang lain (3)*

Maknanya adalah kecurangan dalam mencari keuntungan yang besar adalah salah satu jenis pelanggaran yang dilakukan terhadap etika bisnis Islam.

- f. Memiliki sifat pemaaf, lemah lembut, dan mempermudah dalam jual beli, sesuai sabda Rasulullah saw. yang berbunyi: *“Allah memasukkan ke dalam surga orang yang mudah dalam membeli, menjual, melunasi dan ketika meminta haknya.”*
- g. Tidak ada sifat yang memicu timbulnya dendam dan permusuhan, seperti membeli dengan harga yang lebih tinggi dari pada harga yang ditawarkan oleh pembeli pertama.

- h. Pedagang dan pembeli boleh memilih selama masih di tempat kecuali sistem *khiyaar*, sistem *khiyaar* merupakan kesepakatan antara pedagang dan pembeli dengan apa yang disepakati (dibolehkan mengembalikan barang yang sudah dibeli meskipun sudah pisah tempat) sebagai syarat sempurnanya transaksi jual beli.
- i. Tidak menimbun barang dagangan, sesuai dengan sabda Rasulullah saw. yang berbunyi: “*tidaklah seseorang menimbun barang, melainkan pelaku maksiat.*”<sup>43</sup>

### 3 Pasar

Pasar merupakan wadah atau tempat bertemunya antara pedagang dan pembeli untuk melakukan proses transaksi barang atau jasa. Transaksi adalah kesepakatan yang disepakati antara pedagang dan pembeli. Adapun syarat terjadinya transaksi yaitu adanya barang yang dijual, pedagang, pembeli, dan kesepakatan mengenai harga barang yang dijual serta tidak ada unsur keterpaksaan diantara keduanya. Proses transaksi akan berjalan secara lancar apabila kesepakatan antara pedagang dan pembeli sudah bertemu langsung dan menentukan harga yang disepakati untuk perpindahan suatu barang. Barang tersebut berpindah ketika pembeli memberikan sejumlah nominal uang kepada pedagang dan pedagang memberikan barang tersebut kepada pembeli. Ketika transaksi tersebut selesai, maka ketika pedagang dan pembeli berpisah sudah tidak memiliki

<sup>43</sup> Rahmawati, ‘Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Makanan (Studi Kasus Di Keude Blang Jreum, Aceh)’, *Jurnal JESKape*, 1.1 (2017), 109–136  
<https://media.neliti.com/media/publications/326568-etika-bisnis-islam-pada-pedagang-makanan-533a5db0.pdf> .

hubungan transaksi lagi. Akan tetapi, ketika pembeli mengajukan syarat lain kepada pedagang saat sedang berlangsung, maka hal tersebut dikecualikan dalam berakhirnya proses transaksi. Dengan kata lain, transaksi masih saja bisa berlangsung sesuai dengan syarat yang diajukan oleh pembeli kepada pedagang.<sup>44</sup>

Menurut kegiatannya, jenis pasar terbagi menjadi dua yaitu pasar tidak nyata dan pasar nyata. Pasar tidak nyata adalah pasar yang pedagang dan pembelinya tidak melakukan transaksi secara langsung. Akan tetapi pedagang dan pembeli melakukan transaksi menggunakan surat dagangannya saja, seperti pasar saham, pasar valuta asing, pasar *online*, dan pasar modal. Sedangkan pasar nyata adalah pasar yang pedagang dan pembelinya dapat melakukan transaksi secara langsung atau tatap muka di lokasi. Oleh karena itu, pasar nyata juga dapat disebut sebagai pasar *riil*. Jadi, pembeli tidak memiliki rasa was-was pada keadaan barangnya karena dapat diperiksa secara langsung oleh pembeli, seperti pasar swalayan dan pasar tradisional.<sup>45</sup>

Pasar juga dapat dibedakan menjadi dua menurut cara transaksinya, yaitu pasar modern dan pasar tradisional. Pasar modern merupakan pasar yang memiliki sifat modern, dimana barang yang dijual memiliki harga pas dan tidak bisa ditawar serta memiliki pelayanan tersendiri. Biasanya

<sup>44</sup> Alwi Musa Muzaiyin, 'Perilaku Pedagang Muslim Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam (Kasus Di Pasar Loak Jagalan Kediri)', *Jurnal Qawanin*, Vol. 2 No. 1 (2018), 70-94 <https://doi.org/10.30762/q.v2i1.1048>.

<sup>45</sup> Ira Puspitasari, 'Analisis Praktik Etika Bisnis Syariah (Studi Kasus Pasar Leuwiliang)', *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 3.1 (2019), 41-51 <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v3i1.4125>

pasar modern seperti ini bertempat di plaza, mall dan tempat yang modern lainnya. Harga yang sudah dipatok pada pasar modern biasanya jauh lebih mahal dibandingkan pasar tradisional. Hal itu dikarenakan adanya PPN dari barang yang memiliki nilai tinggi daripada barang di pasar tradisional. Pasar modern memiliki keuntungan tersendiri, seperti tempatnya bersih, nyaman dalam berbelanja, kebanyakan tempatnya memakai AC. Sedangkan pasar tradisional merupakan pasar yang memiliki sifat tradisional dalam menjual barangnya dimana pedagang dan pembeli dapat melakukan proses tawar-menawar terlebih dahulu sebelum adanya harga yang disepakati antara keduanya. Pada pasar tradisional, barang yang dijual merupakan barang yang termasuk dalam kebutuhan pokok atau kebutuhan sehari-hari. Biasanya pasar tradisional lebih sering dikunjungi oleh kalangan masyarakat yang memiliki ekonomi menengah ke bawah. Tempat pasar tradisional biasanya lebih murah dibandingkan pasar yang memiliki sifat modern.

Adapun pasar loak merupakan pasar yang memiliki jenis pasar yang didalamnya berisi pedagang yang berjualan barang mulai dari barang yang memiliki kualitas rendah sampai dengan barang yang memiliki kualitas tinggi dengan menggunakan diskon atau potongan harga. Pada pasar loak juga menawarkan daging dan sayuran yang masih segar di lapaknya. Biasanya pasar ini memiliki tempat yang luas, dan memiliki atap yang tidak permanen. Pasar loak juga diadakannya berkala, seperti pasar mingguan, dan pasar senin.

Adanya sebuah pasar dalam suatu daerah diharapkan dapat memberikan peluang bagi masyarakat sekitar dalam mengembangkan sebuah bisnis. Masyarakat sekitar dapat memanfaatkan pasar sebagai suatu wadah yang dapat digunakan untuk meningkatkan perekonomiannya supaya dapat menghidupi keluarga.<sup>46</sup>

#### 4 Perilaku penjual

Perilaku pedagang merupakan tanggapan atau respon yang berupa suatu tindakan secara tidak langsung atau pun langsung oleh penjual atau pedagang mengenai semua peristiwa di sekitar lingkungannya. Perilaku dapat dipengaruhi oleh sikap, dan sikap itu sendiri terbentuk oleh sistem pengetahuan dan nilai yang dimiliki manusia. Oleh karena itu, segala kegiatan yang dilakukan setiap manusia kebanyakan selalu dilatarbelakangi oleh kepercayaan dan pengetahuan pikirannya.<sup>47</sup> Dalam setiap individu memiliki factor-faktor penting yang mampu mempengaruhi suatu perilaku.

Ada 2 faktor yang dapat mempengaruhi perilaku pedagang, yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor-faktor tersebut memiliki pengaruh yang penting dalam berbisnis, berikut penjelasannya:

##### a. Faktor Internal

Faktor internal merupakan faktor yang tumbuh dari dalam diri seorang wirausaha dalam bentuk sifat personal, kemauan, kemampuan

---

<sup>46</sup> Nikmatul Masruroh dan Faikatul Ummah, "Upaya Pengembangan Corporate Sosial Responsibility Perpektif Ekonomi Islam", *Jurnal Iqtisaduna*, Vol. 4 No. 1, (2018), 46-61, <https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v4i1.5039>

<sup>47</sup> Daniel Cervone, *Kepribadian Teori dan Penelitian Edisi 20 Buku 1*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2011), 229.

dan sikap individu. Sehingga dapat menimbulkan semangat yang tinggi setiap individu dalam berwirausaha.<sup>48</sup>

Beberapa faktor internal yang dapat digunakan untuk mengembangkan bisnis, antara lain:

### 1) Motivasi

Semangat beraktivitas dalam bekerja dibutuhkan berbagai motif yang dapat mendorong dalam mencapai tujuan usaha. Motif tersebut dapat berupa motif inovatif dan kreatifitas yang berfungsi untuk memberikan motivasi bagi setiap individu dalam menyampaikan isi pikirannya secara spontan untuk menghadapi suatu perubahan yang berbeda dari orang lain.

### 2) Kepribadian

Kepribadian merupakan suatu ciri khas dari seseorang dalam berperilaku, merasakan dan berpikir yang dapat diperkirakan dan relatif stabil. Kepribadian tersebut dapat berupa segala sifat dan perilaku yang khas dan mampu diperkirakan dalam setiap individu, yang berfungsi untuk beradaptasi terhadap rangsangan dan berinteraksi. Sehingga tingkah laku tersebut dapat menjadi satu kesatuan yang khas pada setiap individu.

### 3) Pengalaman

Pengalaman merupakan sesuatu yang pernah dialami seseorang baik kejadian yang baru saja atau pun yang sudah lama

<sup>48</sup> Novita Ambarsari and Luhur Prasetyo, 'Perilaku Pedagang Di Pasar Wisata Plaosan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam', *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, Vol. 2 No. 1 (2022), 121–138. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v2i1.732>.

terjadi. Pengalaman tersebut dapat dijadikan sebagai pembelajaran dan pedoman hidup bagi setiap individu yang mengalaminya. Pengalaman dibutuhkan sebagai sesuatu yang harus didapatkan sebanyak-banyaknya. Kurangnya pengalaman dalam berbisnis merupakan suatu kewajaran, akan tetapi harus tetap diperbanyak. Pengalaman juga merupakan suatu guru terbaik, kompetensi yang hanya dapat dicapai dalam waktu yang panjang.

b. Faktor eksternal

Faktor eksternal merupakan berbagai faktor dari luar diri individu yang bisa mempengaruhi pilihan dalam berusaha mengenai tindakan dan arah, yang pada ujungnya juga dapat mempengaruhi struktur organisasi. Sehingga dapat mempengaruhi aktivitas pada lingkungan tempat usaha.<sup>49</sup>

Beberapa faktor eksternal yang dapat digunakan dalam mengembangkan bisnis, antara lain:

1) Pemasok

Dalam melakukan aktivitas bisnis tentunya membutuhkan pemasok yang efisiensi dan bermutu yang bisa dipertahankan, dikarenakan perkembangan pemasok dapat berpengaruh penting terhadap aktivitas wirausaha.

---

<sup>49</sup> Novita Ambarsari and Luhur Prasetyo, 'Perilaku Pedagang Di Pasar Wisata Plaosan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam', *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, Vol. 2 No. 1 (2022), 121–138. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v2i1.732>.

## 2) Ancaman adanya pesaing atau pedagang baru

Adanya pesaing dapat membuat lingkungan usaha uamg ada manjadi lebih efisien dan efektif serta saling belajar dalam bersaing di lingkungan yang baru. Dengan adanya pedagang baru, kemungkinan dapat menyebabkan dua faktor yakni relasi dan hambatan. Apabila hambatan tinggi dan pendatang baru memperoleh relasi yang baik dari pedagang lama, maka pendatang tersebut tidak memiliki suatu potensi ancaman yang serius, dan begitu pula sebaliknya.

## 3) Sosial Ekonomi

Sosial ekonomi memiliki pengaruh dalam menentukan besarnya biaya dan jumlah permintaan produk yang dikeluarkan untuk memperoleh produk yang dijual. Pengaruh lingkungan sosial, kondisi usaha, iklim dan cuaca dapat memperlancar atau pun sebaliknya dalam mencapai tujuan usahanya.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan cara mendeskripsikan data sesuai dengan kenyataan yang terjadi di lapangan dan memaparkan data melalui kalimat yang dijelaskan secara kualitatif serta menjelaskan gejala tersebut dengan kontekstual dengan cara peneliti sebagai bagian alami dalam penelitian ini.<sup>50</sup>

Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dikarenakan subjek penelitian tetap berada di lokasi penelitian dan membuat ringkasan yang berisikan catatan yang memiliki hubungan dengan penelitian yang dilakukan.<sup>51</sup>

#### B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Baru Lumajang yang berlokasi di Jalan Panglima Besar Sudirman, Kelurahan Tompokersan, Kecamatan Lumajang, Kabupaten Lumajang. Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan November sampai selesai.

#### C. Subyek Penelitian

Subyek penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data dari sudut pandang yang relevan. Peneliti menggunakan teknik *purposive*, yaitu pemilihan subyek secara acak dengan pertimbangan tertentu yang berkaitan

---

<sup>50</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2022), 213.

<sup>51</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian*, 215.

dengan penelitian. Subyek yang digunakan sebagai informan oleh peneliti diharapkan dapat memberikan informasi terkait implementasi etika bisnis Islam. Oleh sebab itu, peneliti mengambil beberapa sampel sebagai informan secara langsung.

Beberapa subyek penelitian yang akan dijadikan sebagai sumber informasi dalam penelitian ini, antara lain:

1. Bapak Dadang Arifin Prestiawan, S.STP, M.AP, selaku Kepala Bidang Perdagangan dan Metrologi Legal Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah, Perindustrian dan Perdagangan (DISKOPERINDAG) Kabupaten Lumajang, selaku lembaga yang memiliki tanggung jawab atas kegiatan yang ada di pasar tradisional, salah satunya Pasar Baru Lumajang.
2. Bapak Agung Pribadi, selaku Kepala Pasar Baru Lumajang yang bertanggung jawab atas kegiatan jual beli di pasar.
3. Para pedagang; selaku orang yang menjual barang di pasar, diantaranya:
  - a. Ibu Juma'ati
  - b. Bapak Yunus
  - c. Bapak Fian
  - d. Bapak Rahman
  - e. Ibu Dina
  - f. Ibu Maisaroh
  - g. Bapak Sugeng
  - h. Ibu Yeti
  - i. Ibu Surama

4. Para Pembeli; selaku kusumen atau pelanggan yang membeli barang-barang di pasar, diantaranya:

a. Bapak Ali Wafa

b. Ibu Ain

c. Bapak Fauzi

d. Ibu Mujanifah

e. Bapak Suparman

f. Ibu Lusi

g. Ibu Fatimah

h. Bapak Selamat

i. Ibu Luluk

j. Bapak Suwardi

k. Bapak Arif

#### D. Teknik Pengumpulan Data

##### 1. Observasi

Observasi merupakan metode yang sering digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data-data. Metode ini dilakukan untuk mencari dan mencatat fenomena yang terjadi dan sedang diamati.<sup>52</sup> Proses observasi ini dilakukan untuk memperoleh data yang didapatkan melalui proses pengamatan secara langsung di lokasi yang kemudian dicatat dalam lembaran yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi etika bisnis Islam di Pasar Baru Lumajang.

<sup>52</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian*, 226.

Hasil dari kegiatan observasi peneliti memperoleh beberapa data yang berkaitan dengan Pasar Baru Lumajang, antara lain:

- a. Lokasi dan letak geografis Pasar Baru Lumajang
- b. Sarana dan prasarana Pasar Baru Lumajang
- c. Jenis barang yang diperdagangkan Pasar Baru Lumajang

## 2. Wawancara

Wawancara merupakan proses pemberian informasi yang dilakukan dengan cara pewawancara memberikan pertanyaan dan narasumber atau terwawancara memberikan jawaban atas pertanyaan yang diberikan.<sup>53</sup>

Hasil dari kegiatan wawancara peneliti memperoleh data yang secara langsung dari pembeli yang menyatakan bahwa masih ada tindak kecurangan yang dilakukan oleh pembeli. Selain itu, beberapa pembeli merasa kecewa dengan tindakan tersebut yang mengakibatkan turunnya minat beli.

Disisi lain, pedagang menyatakan bahwa memang belum mengetahui secara luas mengenai etika bisnis Islam yang mengakibatkan belum maksimalnya penerapan etika bisnis Islam dalam kegiatan bisnisnya.

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik penelitian yang digunakan untuk mencari data-data baik secara tertulis maupun langsung yang

---

<sup>53</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian*, 233.

mengandung penjelasan serta keterangan mengenai masalah yang diangkat selaras dengan pustaka yang ditinjau. Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan informasi dengan cara mencari pada buku-buku, internet, penelitian lebih dalam, berkomunikasi dengan pihak yang memiliki pemahaman atas masalah yang diangkat, dan sumber lainnya. Selain itu, penelitian ini mengumpulkan informasi berupa foto-foto atau bukti-bukti yang berkaitan dengan aktivitas bisnis para pedagang. Teknik dokumentasi ini diperlukan peneliti karena berkaitan dengan penelitian implementasi etika bisnis Islam untuk meningkatkan jual beli di Pasar Baru Lumajang.

Dari hasil kegiatan dokumentasi peneliti memperoleh beberapa data, antara lain:

- a. Letak geografis Pasar Baru Lumajang
- b. Profil singkat Pasar Baru Lumajang
- c. Transaksi jual beli di Pasar Baru Lumajang

#### **E. Analisis Data**

Analisis data merupakan suatu proses pengelompokan data dalam urutan ketentuan yang ada untuk menghasilkan data sesuai dengan yang sudah diperoleh.<sup>54</sup> Data yang diperoleh dalam penelitian akan dikelompokkan sesuai dengan urutan yang telah ditentukan. Dalam proses ini terdapat 4 teknik analisis data, antara lain:

---

<sup>54</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian*, 245.

## 1. Pengumpulan Data

Pada proses ini dapat dilakukan dengan bermacam-macam cara dapat melalui kuisioner, observasi, wawancara secara lebih dalam dengan survey documenter, subjek survey, dan diskusi kelompok terfokus.<sup>55</sup>

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti memperoleh beberapa data, antara lain:

- a. Sejarah Pasar Baru Lumajang
- b. Sarana dan prasarana serta jenis barang yang dijual di Pasar Baru Lumajang
- c. Dampak dari penerapan etika bisnis Islam, dan kendala yang dihadapi oleh pedagang dalam kegiatan bisnisnya.

## 2. Kondensasi Data

Redukasi data merupakan salah satu komponen analisis yang berbentuk pembuangan data yang tidak perlu dan menyusun data yang nantinya dapat ditarik kesimpulan dan dapat divalidasi. Fokus dalam penelitian ini terdapat pada bagaimana penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam oleh para pedagang di pasar.

Hasil dalam tahapan ini yaitu peneliti menjadikan tujuan yang akan dicapai sebagai acuannya. Pada penelitian kualitatif tujuan utamanya terletak pada temuan.<sup>56</sup> Oleh sebab itu, apabila pada saat peneliti melakukan penelitian dan menemukan sesuatu yang asing, belum

---

<sup>55</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian*, 245.

<sup>56</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian*, 247.

memiliki pola, tidak dikenal, maka hal itu yang perlu diberikan perhatian lebih peneliti dalam melakukan proses reduksi data.

Berdasarkan data yang telah dilakukan proses kondensasi, peneliti memperoleh beberapa data, yaitu:

- a. Sejarah Pasar Baru Lumajang
- b. Penerapan etika bisnis Islam oleh pedagang Pasar Baru Lumajang
- c. Sarana dan prasarana pasar
- d. Jenis barang yang dijual di pasar
- e. Dampak penerapan etika bisnis Islam oleh para pedagang
- f. Kendala yang dihadapi pedagang pada penerapan etika bisnis Islam

### 3. Penyajian Data

Penyajian data merupakan pemaparan data yang telah diperoleh dari hasil penelitian yang dapat berupa kalimat-kalimat naratif, grafik, matriks, bagan ataupun jaringan yang diperoleh dari data di lapangan. Data yang didapatkan kemudian akan dirangkai menjadi satu kesatuan yang nantinya dapat mempermudah pemahaman.<sup>57</sup>

Berikut beberapa data yang dapat peneliti sajikan dalam penelitian ini, yaitu:

- a. Sejarah Pasar Baru Lumajang
- b. Sarana dan prasarana pasar
- c. Jenis barang yang dijual di pasar
- d. Kendala yang dihadapi pedagang pada penerapan etika bisnis Islam

<sup>57</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian*, 249.

#### 4. Penarikan Kesimpulan

Dalam penelitian kualitatif, penarikan kesimpulan harus dapat memahami masalah yang terjadi. Selama tahap pengolahan data, langkah terakhir harus divalidasi agar bisa dibangun dan dilindungi.<sup>58</sup>

Berdasarkan data yang telah diperoleh, peneliti memiliki kesimpulan bahwa:

- a. Penerapan etika bisnis Islam oleh para pedagang di Pasar Baru Lumajang masih belum maksimal
- b. Terdapat dampak yang mengakibatkan turunnya kepercayaan pembeli kepada pedagang
- c. Kendala yang dialami pedagang tersebut disebabkan karena adanya kurang pemahaman terkait dengan etika bisnis Islam.

#### F. Keabsahan Data

Teknik triangulasi merupakan salah satu teknik yang digunakan dalam menilai data dengan cara melakukan keabsahan atau verifikasi data atau dengan menggunakan cara lain yaitu *trustworthiness* atau kepercayaan dengan memperhatikan faktor lain yang berkaitan dengan permasalahan yang diangkat untuk kepentingan penelitian lebih dalam atau digunakan sebagai tolok ukur dalam perbandingan data yang telah terpublikasikan.<sup>59</sup>

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan 2 teknik triangulasi seperti yang sudah dipaparkan sebelumnya yaitu triangulasi sumber dan teknik.

<sup>58</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian*, 252.

<sup>59</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian*, 273.

Beberapa hal yang dapat dilakukan peneliti pada saat penelitian, sebagai berikut:

1. Melakukan pengujian kredibilitas data dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.
2. Melakukan perbandingan antara data hasil wawancara dengan data hasil observasi sebelumnya. Maksud dari perbandingan data adalah membandingkan hasil wawancara dari beberapa subyek yang telah ditentukan dengan hasil implementasi etika bisnis Islam di lokasi.
3. Melakukan pemilihan kalimat yang tepat dalam menyusun paragraf pada penelitian ini berdasarkan hasil dari wawancara dan hasil dari pengamatan peneliti. Penggunaan bahasa yang tepat dapat memberikan dampak positif yang berkaitan dengan etika bisnis Islam untuk meningkatkan jual beli. Begitu pula sebaliknya, penggunaan bahasa yang kurang tepat dapat memberikan dampak negatif.
4. Melakukan perbandingan dari data hasil wawancara dengan hasil data yang diteliti oleh peneliti sendiri. Pada paragraf ini berisikan tentang inti pembahasan dari informan mengenai implementasi etika bisnis Islam yang diterapkan di pasar dengan hasil pengamatan peneliti mulai dari awal sampai akhir. Kebenaran data dapat dilakukan dengan cara triangulasi melalui cara pemilihan data dari beberapa sumber lain.
5. Melakukan perbandingan sudut pandang dari berbagai sumber. Dasar dari perbandingan ini hanyalah berfokus pada implementasi etika bisnis Islam. Perbandingan sudut pandang yang digunakan dalam hal ini mulai

dari sudut pandang pedagang, pembeli, Kepala Pasar Baru Lumajang dan Kepala Bagian Perdagangan dan Metrologi Legal Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Lumajang.

6. Melakukan penyelarasan dari beberapa dokumen yang relevan dengan hasil wawancara. Tujuan dari penyelarasan ini adalah untuk pemaparan hasil perbandingan dari hasil wawancara dengan dokumen yang relevan dan berisikan informasi terkait dengan etika bisnis Islam.

### **G. Tahap-tahap Penelitian**

Ada beberapa yang dilakukan dalam penelitian ini, antara lain:

#### **1. Tahap pra-lapangan**

Pada tahap ini, peneliti mencari beberapa masalah yang terjadi dan dilanjutkan dengan mencari beberapa referensi yang sesuai dengan masalah yang ditemukan. Peneliti mengangkat permasalahan mengenai etika bisnis Islam dengan judul “Implementasi Etika Bisnis Islam Untuk Meningkatkan Penjualan Di Pasar Baru Lumajang”. Adapun penentuan yang peneliti tentukan dalam penelitian ini, antara lain:

- a. Menentukan lokasi penelitian
- b. Menentukan rancangan penelitian
- c. Menentukan informan penelitian
- d. Melakukan persiapan penelitian lapangan.

#### **2. Tahap pelaksanaan lapangan**

Pada tahap ini, peneliti terjun langsung ke lokasi penelitian guna untuk pencarian data sesuai dengan rumusan masalah yang diangkat dan

tujuan penelitian. Hasil dari tahap ini adalah peneliti sudah menemukan informasi melalui tahap-tahap sebelumnya sesuai dengan apa yang sudah direncanakan sebelumnya. Sehingga, peneliti memiliki sudut pandang yang berbeda mulai dari sudut pandang subyek yang digunakan dengan sudut pandang peneliti sendiri.

### 3. Tahap analisis data

Pada tahap analisis data ini, peneliti melakukan penyesuaian fokus yang dirancang setelah mendapatkan hasil analisis yang didapatkan dari beberapa subyek dan dokumen pada tahap sebelumnya. Setelah itu, peneliti melakukan pemaparan secara umum sesuai dengan kategori yang telah ditentukan, dan dilakukannya analisis tahap selanjutnya. Kemudian, tahap analisis akhir adalah pengecekan keaslian data yang digunakan sebagai bukti bahwa penelitian ini bukan hasil dari penelitian sebelumnya.

Sehingga, penelitian ini dapat dijadikan sebagai laporan penelitian terbaru dalam bentuk narasi.

## BAB IV

### PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

#### A. Gambaran Obyek Penelitian

##### 1 Sejarah Pasar Baru Lumajang

Pasar merupakan salah satu wadah yang sangat penting dalam kegiatan perekonomian. Pasar juga dapat disebut sebagai penggerak dinamika kehidupan dalam ekonomi. Pasar dapat berfungsi sebagai wadah ekonomi yang menggerakkan perekonomian tidak terlepas oleh aktivitas yang dikerjakan oleh pedagang dan pembeli.

Pasar Baru merupakan salah satu pasar pusat dan berkembang pesat di Kabupaten Lumajang. Sejarah Pasar Baru Lumajang tak lepas dari informan yang telah peneliti telusuri bernama Muhammad Ridwan yang memiliki tempat tinggal di sekitar pasar. Muhammad Ridwan yang juga seorang pedagang menceritakan bahwasannya sebelum adanya Pasar Baru, dulunya lokasi disekitar pasar merupakan sawah-sawah yang terdapat banyak sungai kecil, dan masyarakat sekitarnya menempati tempat itu sebagai pasar hewan atau Pasar Patok.

Pemerintahan Kabupaten Lumajang pada tahun 1960 memberikan penegasan dan meresmikan pasar tersebut sebagai salah satu pasar yang ada di Kabupaten Lumajang yaitu Pasar Hewan atau masyarakat yang sering menyebutnya dengan Pasar Patok. Pada tahun 1963, Pasar Patok tersebut oleh masyarakat sekitar tidak hanya digunakan sebagai tempat untuk menjual hewan saja, akan tetapi juga digunakan untuk menjual

berbagai macam sembako. Pada tahun 1991, dipindahkannya Pasar Patok ke jalan patok baru yang berada di swandak timur, dan dialih fungsikan sebagai pasar umum yang sebelumnya berada di dekat dari lokasi awal Pasar Patok tersebut.<sup>60</sup>

Setelah pemindahan lokasi dan pengalihfungsian Pasar Patok menjadi pasar umum, selanjutnya Pemerintah Kabupaten Lumajang meresmikan pasar tersebut dan diberi nama sebagai Pasar baru, karena masyarakat sekitar sering menyebutnya sebagai *pasar anyar* yang memiliki arti pasar baru. Sampai sekarang, Pasar Baru merupakan salah satu pasar umum yang berkembang dan terbesar yang ada di Kabupaten Lumajang dari pasar umum lainnya.

## 2 Letak Geografis Pasar Baru Lumajang

Pasar Baru Lumajang terletak di Jalan Panglima Besar sudirman, Kelurahan Tompokersan, Kecamatan Lumajang, Kabupaten Lumajang. Pasar Baru Lumajang sendiri memiliki lahan seluas 21.090 m<sup>2</sup> dan bangunan seluas 6.438 m<sup>2</sup>. Berikut adalah batasan-batasan dari Pasar Baru Lumajang:

- a. Bagian Utara : Berbatasan dengan Jalan Patimura
- b. Bagian Timur : Berbatasan dengan Jalan Panglima Sudirman
- c. Bagian Selatan : Berbatasan dengan Jalan Fatahillah
- d. Bagian Barat : Berbatasan dengan Jalan Brigjen Katamso

---

<sup>60</sup> Muhammad Ridwan, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 05 Februari 2024.

Dari batasan di atas, dapat diketahui bahwa Pasar Baru Lumajang memiliki tempat yang luas dan pantas dijuluki sebagai pusat pasar yang ada di Kabupaten Lumajang. Selain itu, Pasar Baru Lumajang juga memiliki jam operasi selama 24 jam setiap harinya. Oleh sebab itu, para konsumen tidak perlu khawatir akan barang yang ingin dibeli kepada pedagang yang ada di Pasar Baru Lumajang.<sup>61</sup>

### 3 Sarana Dan Prasarana Pasar Baru Lumajang

Salah satu bentuk pendukung berlangsungnya kegiatan bisnis di suatu pasar adalah sarana dan prasarana. Dengan adanya sarana dan prasarana akan dapat menunjang suatu kegiatan yang ada di pasar. Apabila sarana dan prasarana tersebut tidak ada, maka akan dapat mengganggu kegiatan usaha. Sarana dan Prasarana yang ada di Pasar Baru Lumajang antara lain:

- a. Tempat pembuangan sampah sementara
- b. Toilet umum
- c. Hidran
- d. Tempat paker yang banyak
- e. Tempat berjualan untuk para pedagang

### 4 Jenis Barang Yang Diperdagangkan Pasar Baru Lumajang

Adapun beberapa jenis barang yang diperdagangkan oleh para pedagang yang ada di Pasar Baru Lumajang, diantaranya:

---

<sup>61</sup> Sumber Data, Dokumen Kepala Koordinator Pasar Baru Lumajang

- a. Buah-buahan
- b. Sayur-sayuran
- c. Daging ayam
- d. Daging sapi
- e. Ikan kering
- f. Konveksi
- g. Sembako
- h. Barang klontong
- i. Makanan ringan
- j. Dll.

## **B. Penyajian dan Analisis Data**

### **1 Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam Untuk Meningkatkan Penjualan Di Pasar Baru Lumajang**

Etika bisnis Islam sangatlah berperan penting dalam kegiatan jual beli. Di dalam Hadist dan Al-Quran juga sudah dijelaskan bahwasannya tujuan dari adanya kegiatan jual beli yaitu untuk memperoleh keuntungan dan keberkahan. Akan tetapi, keuntungan yang didapat harus sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam yang tidak ada unsur riba di dalamnya. Dalam kegiatan bisnis, Islam tidak semata-mata hanya menginginkan untuk memperoleh keuntungan yang banyak, tetapi dalam kegiatannya harus ada nilai-nilai dari ajaran Islam. Namun, dalam dunia bisnis sekarang banyak yang terlihat hanya lebih mementingkan dari segi mendapatkan keuntungan yang banyak saja tanpa menghiraukan nilai-

nilai syariah. Kegiatan bisnis mulai dari perdagangan, jual beli, perniagaan, dan lain-lain memanglah sudah dihalalkan oleh Islam. Akan tetapi, dalam Islam juga memiliki aturan supaya segala kegiatan bisnisnya mendapat ridho dari Allah SWT. di dunia maupun di akhirat dengan melaksanakannya sesuai dengan syariat Islam.

a. Prinsip Tauhid

Prinsip ini merupakan prinsip yang dapat menggambarkan tingkat ketaqwaan dan keimanan manusia terhadap Allah SWT. Maka, dalam melakukan kegiatan bisnis haruslah mengikuti perintah-Nya sesuai dengan syariah Islam. Akan tetapi, dalam kenyatannya masih ada para pedagang di Pasar Baru Lumajang ini masih belum menerapkan prinsip tauhid. Hal ini dapat dibuktikan

berdasarkan hasil wawancara, yang menjelaskan bahwasannya banyak pedagang yang masih menunda sholat dan lebih memilih melakukan kegiatan jual belinya dari pada sholat tepat waktu. Selain itu juga, ketika memasuki Bulan Ramadhan beberapa pedagang juga tidak melaksanakan ibadah puasa pada saat melakukan kegiatan jual beli. Tidak hanya para pedagang perempuan yang tidak melaksanakan ibadah puasa, bahkan pedagang laki-laki pun ikut tidak melaksanakan ibadah puasa. Hal ini didukung dengan pernyataan Ibu Juma'ati yang mengatakan bahwa:

Iya mas, disini kalau adzan sudah berkumandang Saya tidak langsung bergegas ke masjid, akan tetapi masih melanjutkan untuk berjulan dan melayani pembeli. nanti sekiranya sudah mulai sepi, barulah ke masjid. Kalau pada saat Bulan

Ramadhan, Saya juga jarang berpuasa mas. Tapi nanti saya ganti di lain hari.<sup>62</sup>

Selain itu juga, hal ini didukung oleh pernyataan Bapak Yunus yang mengatakan bahwa “Saya tetap di tempat jualan mas, meskipun sudah terdengar suara adzan. Kalau sudah sekitar jam 2 baru Saya Sholat. Waktu Bulan Ramadhan Saya puasa terus mas, tapi kalau Saya sudah tidak kuat, saya makan saja mas dari pada pingsan.”<sup>63</sup>

Penyataan yang serupa dengan pernyataan diatas, juga dikatakan oleh bapak fian bahwa:

Kalau sudah ada suara adzan, selagi belum ada pembeli, Saya ke masjid dulu mas. Tapi kalau sudah ada pembeli, Saya layanin dulu pembelinya, kalau sudah selesai dan masih pujian di masjid Saya ke masjid mas, kalau sudah telat Saya sholat nanti saja mas. Kalau saat bulan puasa, Saya jarang-jarang puasa mas, tapi nanti Saya ganti pada lain hari.<sup>64</sup>

Ada juga pernyataan yang mendukung dari para pembeli yang melakukan transaksi di pasar, yaitu Bapak Ali Wafa yang menyatakan bahwa:

Kalau dari yang Saya lihat ya mas, para pedagang disini ketika adzan sudah dikumandangkan masih tetap santai dan seperti biasa saja. Kalau pada saat bulan puasa, mungkin ada beberapa ya mas yang kelihatannya memang tidak makan dan tidak minum, tapi Saya juga melihat ada sebagian juga yang secara terang-terangan makan dan minum di siang hari mas.<sup>65</sup>

Selain itu, ada juga pernyataan yang mendukung dari Ibu Ain yang menyatakan bahwa “Saya melihat pedagang di pasar ini tidak

<sup>62</sup> Juma’ati, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 15 Januari 2024

<sup>63</sup> Yunus, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 15 Januari 2024

<sup>64</sup> Fian, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 15 Januari 2024

<sup>65</sup> Ali Wafa, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 06 Februari 2024

pergi ke masjid saat Adzan berkumandang mas. Saat bulan puasa juga ada beberapa yang tidak berpuasa pedagangnya disini.”<sup>66</sup>

Pernyataan yang sama juga dikatakan oleh Bapak Fauzi yang menyatakan bahwa “Waktu ada adzan, pedagang disini tidak ada yang ke masjid mas. Waktu Bulan Ramdhan banyak juga mas pedagang yang tidak puasa.”<sup>67</sup>

Pernyataan yang mendukung juga disampaikan oleh Bapak Agung Pribadi selaku kepala pasar yang mengatakan bahwa:

Jika yang Saya lihat ya mas, para pedagang di Pasar Baru Lumajang ini kalau untuk sholatnya ya Alhamdulillah tapi memang kebanyakan masih ada yang nunda demi melayani pembeli. Kalau dari segi puasanya juga mungkin ada beberapa yang tidak puasa karena kerjanya berat mas.<sup>68</sup>

Pernyataan yang selaras pun juga dikatakan oleh yang mewakili kepala bagian perdagangan yaitu Bapak Rudi

Ketika Saya lagi ngecek keadaan Pasar Baru Lumajang, memang lebih banyak yang tidak sholat pada saat ada adzan mas. Mungkin ditunda dulu oleh pedagangnya mas. Kalau saat bulan puasa, kebanyakan kalau di pasar memang tidak puasa mas. Tapi ada beberapa yang tetap melaksanakan puasa.<sup>69</sup>

Hasil yang diperoleh dari kegiatan ini membuktikan bahwa masih banyak pedagang di Pasar Baru Lumajang yang belum melaksanakan prinsip tauhid secara menyeluruh. Hal itu didukung dengan adanya para pedagang yang masih belum tepat waktu dalam menjalankan kewajiban ibadahnya , seperti sholat dan puasa.

<sup>66</sup> Ain, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 06 Februari 2024

<sup>67</sup> Fauzi, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 06 Februari 2024

<sup>68</sup> Agung Pribadi, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 20 Februari 2024

<sup>69</sup> Rudi, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 22 Februari 2024

## b. Prinsip Kejujuran

Prinsip ini merupakan prinsip yang perbuatannya dapat memberikan manfaat kepada orang lain. Tanpa adanya aturan yang mewajibkan orang lain untuk jujur, apabila orang tersebut sudah menanamkan sifat jujur sejak dini maka akan dipraktikannya dalam kehidupan sehari-hari. Karena siapa pun, kapan pun dan dimana pun yang berbuat baik akan tetap dicatat sebagai amal kebaikan oleh Allah SWT.

Dalam praktiknya, beberapa pedagang masih tidak melaksanakan prinsip kejujuran ini. Seperti tidak jujur mengenai kualitas atau kuantitas barang. Hal ini didukung berdasarkan hasil wawancara kepada Ibu Mujanifah selaku pembeli di pasar yang mengatakan bahwa “Saya pernah beli sayur kol 5kg, kata pedagangnya ini sudah pas 5kg, tapi ketika saya timbang lagi di rumah ternyata tidak sampai 5kg, Cuma 4,7kg. Kemudian Saya pindah tidak mau ke pedagang itu lagi.”<sup>70</sup>

Adapun juga dari Bapak Suparman pun memberikan pernyataan yang serupa yang menyatakan bahwa “Saya waktu itu sudah pesen buah mangka minta yang bagus-bagus. Tapi waktu dikirim ke rumah Saya lihat lagi buahnya kok banyak yang kecil-kecil dan masih hijau warnanya tidak kuning seperti biasanya.”<sup>71</sup>

<sup>70</sup> Mujanifah, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 06 Februari 2024

<sup>71</sup> Suparman, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 06 Februari 2024

Apabila dari sudut pandang pedagang yaitu Bapak Rahman yang mengatakan bahwa “Biasanya lebih ke percampuran kualitas produk, produk lama Saya campur dengan produk baru mas, satu atau dua produk.”<sup>72</sup>

Selain itu pernyataan dari Ibu Dina juga menyatakan bahwa “Kadang kalau lagi harga tinggi, timbangannya sedikit Saya tambahkan berat mas, agar mendapatkan untung yang lebih besar.”<sup>73</sup>

Namun, disisi lain masih terdapat pedagang yang memiliki sifat jujur. Hal ini didukung berdasarkan hasil wawancara kepada Ibu Lusi yang mengatakan bahwa “Di pasar ini Alhamdulillah pedagangnya jujur kok mas, iya mungkin ada sebagian yang tidak jujur, tapi selama Saya belanja tidak mendapatkan kecurangan apapun.”<sup>74</sup> Pernyataan yang serupa juga dikatakan oleh dan Ibu

Fatimah yang menyatakan bahwa “Saya sering belanja mas, jadi Saya sering diberi tambahan buah dan diberikan yang bagus-bagus buahnya. Saya juga sering diberi harga lebih murah dari yang lain mas, soalnya Saya sudah berlangganan”.<sup>75</sup>

Pernyataan yang mendukung juga disampaikan oleh Bapak Agung Pribadi selaku kepala pasar yang mengatakan bahwa “Kalau terkait dengan kejujuran, mungkin ada beberapa mas yang kurang

---

<sup>72</sup> Rahman, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 15 Januari 2024

<sup>73</sup> Dina, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 15 Januari 2024

<sup>74</sup> Lusi, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 06 Februari 2024

<sup>75</sup> Fatimah, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 06 Februari 2024

jujur di pasar ini. Akan tetapi InsyaAllah kebanyakan yang jujur mas”.<sup>76</sup>

Adapun juga pernyataan oleh yang mewakili kepala bagian perdagangan yaitu Bapak Rudi menyatakan bahwa “Namanya juga pasar mas ya, cakupannya terlalu luas kalau mengenai kejujuran. Sebagian mungkin ada yang tidak jujur, tapi ada yang Saya lihat kebanyakan jujur pedagangnya”.<sup>77</sup>

Hasil yang diperoleh dari kegiatan ini membuktikan bahwa masih banyak pedagang yang masih melakukan tindak kecurangan dalam melakukan kegiatan bisnisnya. Akan tetapi, ada beberapa pedagang yang sudah menerapkan prinsip kejujuran dengan baik. Jadi terkait dengan prinsip kejujuran di Pasar Baru Lumajang belum diterapkan secara maksimal.

#### c. Prinsip Keadilan

Prinsip ini merupakan prinsip yang dapat menggambarkan kepribadian yang memiliki sifat horizontal. Karena pada dasarnya prinsip keadilan ini berhubungan dengan sesama manusia. Dalam kegiatan bisnis, prinsip ini juga berperan penting dan dapat menentukan kebijakan seseorang dalam berbisnis. Prinsip keadilan harus dapat menyajikan produk yang berkualitas dan memiliki mutu yang bagus, mulai dari ukuran, kuantitas dan kualitas, serta takaran

<sup>76</sup> Agung Pribadi, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 20 Februari 2024

<sup>77</sup> Rudi, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 22 Februari 2024

timbangan yang pas adalah salah satu kunci dalam prinsip ini. Timbangan harus sesuai dan sama dengan prinsip kebenaran.

Dalam kenyataannya, para pedagang masih saja ada yang melakukan permainan dalam takaran timbangan. Hal ini didukung berdasarkan hasil wawancara kepada Bapak Selamat yang mengatakan bahwa “Rata-rata pedagang di pasar ini sebenarnya jujur mas dalam timbangan, tapi mungkin ada beberapa yang tidak jujur, Saya tidak tau tapi pasti ada.”<sup>78</sup>

Adapun pernyataan yang serupa oleh Ibu Luluk yang menyatakan bahwa “Kadang ada yang sesuai mas, kadang ada yang tidak sesuai. Kadang itu ya mas, beratnya tidak sama dengan apa yang Saya pesan. Tapi ada juga yang sesuai pesanan Saya mas.”<sup>79</sup>

Namun, dari segi pedagang ada yang sudah menerapkan sifat keadilan dalam takaran timbangan. Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara kepada Ibu Maisaroh yang mengatakan bahwa “Saya kalau tentang timbangan, selalu Saya beritahu pembeli Saya mas, ini ya pas, jadi Saya tidak mau curang kalau soal timbangan mas.”<sup>80</sup>

Pernyataan dari Bapak Sugeng juga serupa yang menyatakan bahwa “InsyaAllah Saya adil dalam melakukan takaran timbangan mas, kalau ada yang beli buah 5kg Saya beri 5kg mas, kalau sudah berlangganan lama Saya beri tambahan buah mas.”<sup>81</sup>

<sup>78</sup> Selamat, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 06 Februari 2024

<sup>79</sup> Luluk, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 06 Februari 2024

<sup>80</sup> Maisaroh, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 15 Januari 2024

<sup>81</sup> Sugeng, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 15 Januari 2024

Pernyataan yang mendukung hal diatas juga disampaikan oleh Bapak Agung Pribadi selaku kepala pasar yang mengatakan bahwa ‘Kalau terkait dengan keadilan timbangan ya mas, InsyaAllah para pedagang di pasar ini adil mas, ya mungkin ada beberapa yang tidak adil, tapi Saya yakin kebanyakan adil mas, soalnya ada pengecekan timbangan dari pusat setiap tahunnya’.<sup>82</sup>

Adapun pernyataan yang serupa disampaikan oleh yang mewakili kepala bagian perdagangan yaitu Bapak Rudi yang menyatakan bahwa:

Mengenai timbangan mas, dinas sudah melakukan pengecekan timbangan setiap tahunnya agar pedagang dan pembeli merasakan keadilan mas. Memang ada beberapa pedagang yang tidak mau melakukan pengecekan, akan tetapi ini sudah aturan untuk pedagang di pasar, jadi harus dilaksanakan mas.<sup>83</sup>

Hasil yang diperoleh dari kegiatan ini membuktikan bahwa ada beberapa pedagang yang masih melakukan kecurangan dalam hal timbangan. Akan tetapi, ada juga sebagian yang tidak melakukan pengurangan atau penambahan dalam takaran timbangan. Jadi terkait dengan prinsip keadilan para pedagang di Pasar Baru Lumajang belum diterapkan secara maksimal.

#### d. Prinsip Amanah

Prinsip ini merupakan prinsip yang menekankan pada konsep tanggung jawab dan dapat dipercaya. Dalam hal ini, berarti bahwa yang diperbolehkan dalam Islam adalah kebebasan yang dapat

<sup>82</sup> Agung Pribadi, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 20 Februari 2024

<sup>83</sup> Rudi, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 22 Februari 2024

dipertanggung jawabkan tindakannya. Manusia harus memiliki keberanian dalam mempertanggung jawabkan apa yang sudah dilakukan dihadapan manusia bahkan dihadapan Allah SWT. Manusia bisa saja melepaskan tanggung jawab kepada sesama manusia karena kelalaiannya, namun tidak dengan tanggung jawab kepada Allah SWT yang memiliki zat Maha Melihat dan Maha Mengetahui.

Dalam praktiknya, prinsip amanah ini belum semua pedagang menerapkannya. Ada beberapa pedagang yang masih melakukan dalam prinsip ini. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Yeti yang mengatakan bahwa “Kalau ada yang titip barang ya Saya jual lebih mas, namanya juga jualan ya cari untung mas, siapa yang mau rugi mas, sama-sama cape.”<sup>84</sup>

Ada juga pernyataan yang serupa oleh Ibu Surama yang menyatakan bahwa “Barang yang sudah dibeli tidak bisa dikembalikan disini mas, soalnya Saya tidak mau rugi. Jadi kalau ada orang yang beli ke Saya, ya sudah tidak boleh dikembalikan atau ditukarkan lagi barang yang sudah dibeli.”<sup>85</sup>

Selain itu, dari segi pembeli juga memiliki sudut pandang bahwa pedagang di pasar ini kurang akan prinsip amanahnya. Hal itu dibuktikan berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Suwardi yang mengatakan bahwa:

---

<sup>84</sup> Yeti, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 15 Januari 2024

<sup>85</sup> Surama, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 15 Januari 2024

Kalau pedagang sini mungkin ada beberapa mas yang kurang amanah, Saya pernah pesan sayuran mas, pedagangnya bilang bisa diantarkan ke rumah Saya jam sekian. Setelah saya tunggu lama, kok belum diantar juga, ternyata telat satu jam mas. Jadi Saya merasa dibohongi mas.<sup>86</sup>

Pernyataan diatas diperkuat lagi oleh Bapak Arif yang menyatakan bahwa:

Saya pernah pesan buah yang mas, disalah satu pedagang di pasar ini, dan waktu itu buah yang Saya pesan ternyata ada beberapa yang tidak bagus. Kemudian besoknya Saya ke pasar lagi, dan ternyata buahnya tidak boleh dikembalikan serta tidak mengembalikan uang Saya, dan pedagangnya mengatakan bahwa buah tersebut kemarin masih bagus sehingga bukan tanggung jawab penjual.<sup>87</sup>

Pernyataan yang mendukung juga disampaikan oleh Bapak Agung Pribadi selaku kepala pasar yang mengatakan bahwa “Kalau mengenai amanah atau tanggung jawab, InsyaAllah amanah semua pedagang di pasar ini mas. Tapi tidak dapat dipungkiri juga ada sebagian yang masih belum amanah.”<sup>88</sup>

Pernyataan diatas juga serupa dengan yang disampaikan oleh yang mewakili kepala bagian perdagangan yaitu Bapak Rudi yang menyatakan bahwa “Pedagang di Pasar Baru Lumajang kebanyakan amanah kok mas. Pembeli juga tetap banyak yang berbelanja di situ. Mungkin ada sebagian kecil yang tidak amanah mas.”<sup>89</sup>

Hasil yang diperoleh dalam kegiatan ini membuktikan bahwa para pedagang masih belum menerapkan secara maksimal terkait

<sup>86</sup> Suwardi, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 06 Februari 2024

<sup>87</sup> Arif, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 06 Februari 2024

<sup>88</sup> Agung Pribadi, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 20 Februari 2024

<sup>89</sup> Rudi, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 22 Februari 2024

dengan prinsip amanah. Ada beberapa pedagang yang masih melakukan kecurangan dalam prinsip ini.

e. Prinsip Kebebasan

Prinsip ini merupakan prinsip yang dalam Islam sudah memiliki tempat tersendiri, karena prinsip ini sudah dimiliki oleh manusia sejak mereka dilahirkan. Akan tetapi, prinsip kebebasan ini memiliki keterbatasan pada manusia, sedangkan kebebasan yang tidak memiliki batas hanyalah milik Allah SWT. Prinsip ini sering ditunjukkan dengan sesama manusia lainnya, mulai dari saling menghormati, menghargai dan tidak memberikan rasa keterpaksaan.

Dalam kenyataannya, di Pasar Baru Lumajang ternyata sudah diterapkan oleh para pedagang kepada pembeli maupun kepada pedagang lainnya. Seperti kebebasan memilih barang yang diberikan oleh pedagang kepada pembeli. Pembeli dibebaskan memilih barang apapun yang mereka suka atau yang mereka butuhkan. Pembeli juga dibebaskan untuk memilih ingin bertransaksi jual beli dengan pedagang siapa saja. Pembeli diberikan kebebasan juga untuk menawar harga barang yang akan dibelinya. Selain itu juga, pedagang memberikan kebebasan kepada pembeli untuk melakukan transaksi jual beli dengan cara apapun sesuai dengan kesepakatan.

Dalam sudut pandang pedagang pun diberikan kebebasan untuk menentukan harga sesuai dengan keuntungan yang diinginkan, akan tetapi tidak memberatkan bagi pembeli. Penjual juga memberikan

kebebasan dalam memilih tempat jualan dimana saja dan diberikan kebebasan ingin berjualan kapan saja serta penjual dibebaskan dalam penentuan pelayanan pembeli. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Juma'ati yang mengatakan bahwa:

Iya mas. Saya selalu memberikan kebebasan kepada pembeli yang ingin membeli dagangan Saya. Apapun yang ingin dibeli, silahkan. Berapapun yang ingin dibeli silahkan. Apabila ingin menawar berapapun juga silahkan. Asalkan tidak menurunkan harga pasaran saja mas.<sup>90</sup>

Pernyataan tersebut juga diperkuat oleh Bapak Yunus yang menyatakan bahwa:

Bebas mas, Saya diberikan kebebasan untuk memilih tempat jualan dimana saja, dan Saya juga diberikan kebebasan untuk melakukan jualan kapan saja. Selain itu, Saya juga membebaskan pembeli untuk memilih barang apa saja yang ingin dibelinya. Saya tidak pernah memaksa pembeli untuk memilih suatu barang mas.<sup>91</sup>

Selain itu, dari sudut pandang pembeli juga dapat dijadikan sebagai bukti pendukung. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil wawancara kepada Bapak Ali Wafa yang mengatakan bahwa “Iya mas, Saya diberikan kebebasan dalam memilih barang apa saja yang ingin Saya beli. Saya juga dibebaskan dalam menentukan bertransaksi dengan cara apa saja sesuai dengan kesepakatan”.<sup>92</sup>

Hal diatas juga diperkuat oleh pernyataan dari Ibu Ain yang menyatakan bahwa:

Saya diberikan kebebasan dalam memilih barang mas. Tidak hanya itu, Saya juga diberikan kebebasan untuk menawar barang

<sup>90</sup> Juma'ati, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 15 Januari 2024

<sup>91</sup> Yunus, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 15 Januari 2024

<sup>92</sup> Ali Wafa, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 06 Februari 2024

mas, tapi Saya tidak mau menawarnya terlalu rendah mas, namanya juga jualan mas ya untuk menghidupi keluarga, jadi Saya menawarnya dengan diturunkan sedikit harganya.<sup>93</sup>

Pernyataan yang mendukung juga disampaikan oleh Bapak Agung Pribadi selaku kepala pasar yang mengatakan bahwa:

Kalau mengenai kebebasan, memang pedagang di Pasar Baru Lumajang ini diberikan kebebasan mas dalam berdagang. Akan tetapi, tidak serta merta kebebasan itu kami berikan kepada pedagang. Di pasar ini sudah ada aturan dan kebijakannya sendiri mas yang diberikan kepada pedagang yang ada di Pasar Baru Lumajang.<sup>94</sup>

Pernyataan yang serupa oleh yang mewakili kepala bagian perdagangan yaitu Bapak Rudi yang menyatakan bahwa:

Iya mas, kebebasan memang kami berikan kepada para pedagang yang ada di Pasar Baru Lumajang. Akan tetapi, kami tetap memberikan aturan mas untuk pedagangnya agar tidak terlalu bebas. Soalnya, apabila terlalu bebas bisa jadi semenah-menah mas.<sup>95</sup>

Hasil yang diperoleh dalam kegiatan ini membuktikan bahwa para pedagang sudah menerapkan terkait dengan prinsip kebebasan secara maksimal dan menyeluruh.

Berdasarkan data diatas, maka dapat disimpulkan bahwa beberapa prinsip etika bisnis Islam sebenarnya sudah diterapkan oleh sebagian pedagang. Akan tetapi, masih ada juga pedagang yang melakukan kegiatan bisnisnya tidak sesuai dengan etika bisnis islam. Oleh sebab itu, para pedagang perlu melakukan penerapan etika bisnis Islam secara lebih baik lagi supaya kegiatan bisnisnya

<sup>93</sup> Ain, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 06 Februari 2024

<sup>94</sup> Agung Pribadi, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 20 Februari 2024

<sup>95</sup> Rudi, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 22 Februari 2024

memeiliki tingkat penjualan yang lebih banyak lagi serta mendapatkan keberkahan dari kegiatan bisnisnya, untuk itulah para pedagang di Pasar Baru Lumajang menerapkan etika bisnis Islam dalam meningkatkan penjualannya.

## 2 Dampak Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam Untuk Meningkatkan Penjualan Di Pasar Baru Lumajang

Setiap para pelaku bisnis pastinya ingin memperoleh keuntungan yang lebih besar dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. Sama halnya dengan para pedagang yang ada di Pasar Baru Lumajang, yang pastinya ingin memperoleh keuntungan yang lebih banyak. Oleh karena itu, pedagang memiliki penerapan tersendiri dalam meningkatkan penjualannya di pasar supaya mendapatkan keuntungan sesuai apa yang diinginkan.

Penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam mempunyai peran penting dalam meningkatkan penjualan. Hal ini dikuatkan dengan hasil wawancara dengan Bapak Fian yang mengatakan bahwa:

Dalam meningkatkan penjualan barang, kita tidak boleh berfokus dengan satu pembeli, akan tetapi kita harus dapat memiliki skala prioritas dalam melakukan pelayanan. Selain itu, kualitas dan kuantitas barang juga dapat menentukan tingkat penjualan, mulai dari kualitas barang yang bagus, sedang, dan biasa. Saya selalu berusaha supaya para pelanggan yang sudah lama membeli produk Saya tetap dilayani dengan sebaik-baiknya.<sup>96</sup>

Hal serupa juga disampaikan oleh Bapak Rahman yang menyatakan bahwa:

<sup>96</sup> Fian, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 15 Januari 2024

Untuk meningkatkan penjualan, Saya dapat bermain dengan harga mas. Harga dapat Saya turunkan sedikit akan tetapi tidak merusak harga pasar, yang terpenting para pelanggan selalu datang ke Saya. Selain itu, dengan cara menyapa pembeli yang sedang lewat terlebih dahulu supaya dapat tertarik dengan dagangan Saya. Berjualan secara online pun Saya lakukan mas untuk meningkatkan penjualan barang Saya.<sup>97</sup>

Pernyataan diatas juga diperkuat oleh Ibu Dina yang mengatakan bahwa “Apabila pembeli tersebut merupakan pembeli biasa, Saya berikan harga pas mas. Akan tetapi apabila pembeli tersebut sudah berlangganan sama Saya, Saya berikan harga miring atau diturunkan sedikit harganya.”<sup>98</sup>

Adapun pernyataan yang mendukung disampaikan oleh Ibu Maisaroh yang menyatakan bahwa “Cara untuk meningkatkan penjualan Saya biasanya dengan melakukan cara online terlebih dahulu mas, Saya buat status *WhatsApp* dan nanti yang pesan bisa langsung Saya siapkan pesannya.”<sup>99</sup>

Selain itu juga, dari Bapak Sugeng juga mengatakan bahwa “Karena di pasar ini banyak sekali yang berjualan ya mas, jadi Saya menggunakan sistem diskon kepada pelanggan atau pembeli untuk memberikan nilai lebih kepada Saya agar lebih sering membeli dagangan Saya mas.”<sup>100</sup>

Adapun pernyataan yang mendukung dari Ibu Yeti yang menyatakan bahwa “Untuk meningkatkan penjualan di pasar ini, Saya selalu memberikan produk yang berkualitas dan selalu memberikan harga yang

<sup>97</sup> Rahman, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 15 Januari 2024

<sup>98</sup> Dina, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 15 Januari 2024

<sup>99</sup> Maisaroh, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 15 Januari 2024

<sup>100</sup> Sugeng, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 15 Januari 2024

lebih turun sedikit kepada pembeli supaya keesokan harinya pembeli tersebut dapat datang lagi.”<sup>101</sup>

Ibu Surama juga memiliki pernyataan yang dapat memperkuat, beliau mengatakan bahwa “Saya ketika mau mulai berjualan di pasar selalu membaca Surah Al-Fatihah 3x, surah Al-Ikhlâs 3x, Al-Falaq 3x, An-nas 3x. Saya yakin mas dengan membacakan surah-surah tersebut, InsyAllah dagangan Saya selalu laris manis.”<sup>102</sup>

Dengan menerapkan etika bisnis Islam yang baik dapat memiliki dampak yang sangat luar biasa dalam meningkatkan penjualan para pedagang. Akan tetapi, ketika dalam penerapan etika bisnis Islam tidak sesuai dengan nilai-nilai Islam, maka dampak yang didapatkan bukanlah dampak positif melainkan dampak negatif. Faktanya, masih banyak pedagang yang melakukan tindak kecurangan dalam melakukan transaksi jual belinya. Hal ini dibuktikan dari hasil wawancara beberapa pembeli yang menerima pelayanan yang kurang baik di Pasar Baru Lumajang. Dampak dari tindakan tersebut dapat menurunkan tingkat kepercayaan pembeli kepada pedagang dan dapat menurunkan minat pembeli untuk melakukan transaksi dengan pedagang tersebut.

Berdasarkan hasil dari data diatas, dapat juga disimpulkan bahwa dampak dari penerapan etika bisnis Islam di Pasar Baru Lumajang memiliki nilai yang negatif, hal tersebut dikarenakan banyaknya kejadian kecurangan yang dilakukan oleh pedagang. Sehingga, para pembeli

---

<sup>101</sup> Yeti, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 15 Januari 2024

<sup>102</sup> Surama, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 15 Januari 2024

memiliki sudut pandang bahwa pedagang di Pasar Baru Lumajang dapat merugikan pembeli. Selain itu, para pedagang juga akan mengalami kerugian yang akan didapatinya seperti bangkrut, turunnya pelanggan dan hilangnya simpati pembeli.

### 3 Kendala Pada Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam Untuk Meningkatkan Penjualan Di Pasar Baru Lumajang

Dalam setiap kegiatan usaha pastinya ada yang namanya kendala atau masalah. Hal ini juga terjadi pada pedagang di Pasar Baru Lumajang, banyak para pedagang yang masih memiliki kebingungan terkait dengan penerapan etika bisnis Islam.

Berdasarkan dari hasil wawancara peneliti, hal ini didukung dengan bukti pernyataan oleh Ibu Juma'ati yang mengatakan bahwa "Saya sebenarnya kurang paham mas dengan prinsip etika bisnis Islam. Tapi kalau waktunya sholat Saya ya sholat meskipun lebih nunda sih mas."<sup>103</sup> Pernyataan serupa juga disampaikan oleh Bapak Yunus yang mengatakan bahwa "Tidak tahu mas. Saya baru tahu ini. Kalau jualan Saya ya seperti orang pada umumnya mas."<sup>104</sup>

Hal tersebut selaras dengan pernyataan Bapak Fian yang mengatakan bahwa "Saya pernah dengar mas tentang etika bisnis Islam tapi tidak mengerti prinsipnya. Jadi Saya ya yang peting jualan buat menghidupi keluarga mas."<sup>105</sup> Pernyataan yang mendukung juga disampaikan oleh

<sup>103</sup> Juma'ati, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 15 Januari 2024

<sup>104</sup> Yunus, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 15 Januari 2024

<sup>105</sup> Fian, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 15 Januari 2024

Bapak Rahman yang mengatakan bahwa “Etika bisnis Islam itu gimana ya mas?. Soalnya Saya tidak tahu mas tentang etika bisnis Islam.”<sup>106</sup>

Akan tetapi, ada juga pedagang yang sudah mengetahui tentang etika bisnis Islam, namun masih saja mengabaikannya. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Dina yang mengatakan bahwa “Saya tahu mas tentang prinsip etika bisnis Islam. Saya berjualan ini sudah lama mas. Alhamdulillah, laris terus. Biasanya memang kalau ada yang nitip barang ke Saya, nanti Saya jual dengan harga yang lebih sedikit.”<sup>107</sup>

Adapun pernyataan yang serupa yang disampaikan oleh Ibu Maisaroh yang mengatakan bahwa “Kalau Saya terlalu jujur dengan pembeli, bisa jadi rugi dong mas. Saya tahu tentang prinsip etika bisnis Islam. Tapi yang namanya jualan mas, pengen dapet untung yang banyaklah mas.”<sup>108</sup>

Berdasarkan dari hasil data diatas, dapat disimpulkan bahwa kendala yang dihadapi oleh pedagang di Pasar Baru Lumajang adalah kurangnya pemahaman mengenai etika bisnis Islam oleh sebagian pedagang. Akan tetapi ada beberapa pedagang yang paham mengenai etika bisnis Islam, namun tidak menerapkannya dengan baik. Hal tersebut dapat mengakibatkan terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan. Seperti turunnya tingkat kepercayaan pembeli, turunnya laba yang didapatkan, bahkan

<sup>106</sup> Rahman, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 15 Januari 2024

<sup>107</sup> Dina, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 15 Januari 2024

<sup>108</sup> Maisaroh, diwawancara oleh Penulis, Lumajang, 15 Januari 2024

turunnya minat pembeli untuk melakukan transaksi dengan pedagang yang melakukan kecurangan.

### C. Pembahasan Temuan

Berdasarkan dari hasil studi pustaka, observasi dan wawancara serta analisis data yang sudah dilakukan oleh peneliti dan juga berlandaskan dengan fokus penelitian, maka selanjutnya peneliti akan membahas apa saja yang telah peneliti temukan di lapangan. Dalam hal itu, penerapan etika bisnis Islam untuk meningkatkan penjualan di Pasar Baru Lumajang adalah sebagai berikut:

#### 1 Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam Untuk Meningkatkan Penjualan Di Pasar Baru Lumajang

Berdasarkan dari hasil wawancara yang dilaksanakan pada tanggal 15 Januari dan 06 Februari 2024 serta dari hasil observasi sebelumnya dapat diketahui bahwasannya, pedagang yang berada di Pasar Baru Lumajang belum secara maksimal dalam melakukan penerapan etika bisnis Islam. Karena masih saja terdapat beberapa pedagang yang melakukan tindak kecurangan terhadap pembeli. Mulai dari pengurangan takaran timbangan, ketidak jujuran dalam berjualan, mencampurkan barang yang kualitasnya baik dengan yang rendah. Selain itu juga berdasarkan prinsip tauhid, para pedagang masih banyak yang tetap melakukan kegiatan bisnis dari pada melaksanakan sholat terlebih dahulu. Jadi para pedagang masih lebih mementingkan urusan duniawi dari pada akhirat.

Ada 5 prinsip menurut teori etika bisnis Islam yang ada di Pasar Baru Lumajang, yaitu:

a. Prinsip Tauhid

Berdasarkan hasil observasi peneliti, bahwa masih ada beberapa pedagang yang masih belum tepat waktu atau sering menunda-nunda dalam menjalankan ibadah sholat. Ketika adzan sudah dikumandangkan, beberapa pedagang lebih memilih melakukan jual belinya dari pada bergegas ke masjid untuk melaksanakan sholat. Hal ini selaras dengan penelitian terdahulu dari Nurul Tari Rahmawati pada tahun 2023 yang berjudul “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional: Studi Kasus Pasar Leuwiliang, Kabupaten Bogor”. Jadi, dalam hal ini prinsip tauhid belum dilaksanakan secara menyeluruh.

b. Prinsip Kejujuran

Berdasarkan hasil observasi peneliti, bahwa para pedagang masih banyak yang melakukan ketidakjujuran dalam bertransaksi. Hal tersebut dibuktikan dari adanya beberapa pedagang yang masih melakukan percampuran kualitas dalam barangnya. Namun, beberapa pedagang sudah bersikap jujur dalam kegiatan bisnisnya. Hal ini selaras dengan penelitian terdahulu dari Risma Lubis, M. Kholil Nawawi dan Hilman Hakiem pada tahun 2022 yang berjudul “Penetapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Wirausaha Muslim: Studi Pada Wirausaha Muslim Di Desa Laladon”.

Jadi, dalam hal ini prinsip kejujuran belum diterapkan secara maksimal.

c. Prinsip Keadilan

Berdasarkan hasil observasi peneliti, bahwa masih ada beberapa pedagang yang belum menerapkan prinsip keadilan. Hal tersebut dibuktikan dengan masih adanya kecurangan dalam timbangan. Namun, ada juga beberapa yang sudah menerapkan prinsip keadilan dengan tidak mengurangi atau menambahi takaran dalam timbangan. Hal ini selaras dengan penelitian terdahulu dari Ambok Pangiuk pada tahun 2019 yang berjudul “Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam Penggunaan Timbangan Sembako Dalam Jual Beli (Studi Kasus Di Pasar Mendahara Ilir, Tanjabtim). Jadi, dalam hal ini prinsip keadilan belum diterapkan secara maksimal.

d. Prinsip Amanah

Berdasarkan hasil observasi peneliti, bahwa para pedagang masih belum amanah dalam berbisnis. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya beberapa pembeli yang ingin mengembalikan barangnya yang tidak sesuai dengan pesanan akan tetapi tidak diperbolehkan. Akan tetapi, ada juga beberapa pedagang yang sudah menerapkan prinsip amanah dengan baik. Hal ini selaras dengan penelitian terdahulu dari Wahyu Sri Bintang Romadona pada tahun 2021 yang berjudul “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako Di Desa

Jumbleng Indramayu”. Jadi, dalam hal ini prinsip amanah belum dilaksanakan secara menyeluruh.

e. Prinsip Kebebasan

Berdasarkan hasil obeservasi peneliti, para pedagang sudah menerapkan prinsip kebebasan dengan baik. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya pernyataan dari pembeli bahwa mereka diberikan kebebasan penuh dalam memilih barang yang akan dibeli tanpa ada unsur paksaan. Dalam hal ini selaras dengan penelitian terdahulu dari Nurfitriani pada tahun 2020 yang berjudul “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Di Pasar Inpres Palu”. Jadi, pada prinsip kebeasan ini sudah diterapkan secara maksimal oleh para pedagang.

Berdasarkan tentang teori prinsip etika bisnis Islam, dalam kegiatan bisnis di Pasar Baru Lumajang masih belum sesuai dengan faktanya.

Hasil dari wawancara pada penelitian ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurul Tari Rahmawati, Mulyadi Kosim dan Sutisna pada tahun 2023 dengan judul “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional: Studi Kasus Pasar Leuwiliang, Kab. Bogor” dan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ambar Wati, Arman Paramansyah dan Dessy Damayanthi pada tahun 2021 dengan judul “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli: Studi Kasus Pasar Tradisional Pendopo Empat Lawang, Sumatera Selatan”. Dimana hasil dari penelitian tersebut yaitu para pedagang

belum maksimal dalam penerapan etika bisnis Islam, karena terdapat beberapa pedagang yang melakukan tindak kecurangan.

Dalam prinsip etika bisnis Islam sudah dijelaskan sikap yang harus dimiliki baik oleh pedagang maupun pembeli. Akan tetapi, pada kenyatannya di Pasar Baru Lumajang masih adanya kecurangan yang dilakukan oleh pedagang. Kecurangan tersebut dapat berupa pengurangan dalam takaran timbangan, tidak kesesuaian barang dengan yang dipesan dan adanya percampuran kualitas produk.

Berdasarkan dari hasil wawancara peneliti, masih banyak pedagang yang melakukan tindak kecurangan ketidakjujuran mengenai informasi produk dan tidak amanah dalam transaksi jual beli. Seperti yang dialami oleh beberapa pembeli salah satunya ada Ibu Mujanifah dan Bapak Suparman yang dimana mereka mendapatkan barang yang tidak sesuai dengan apa yang mereka pesan. Hal serupa juga dialami oleh Bapak Suwardi dan Bapak Arif selaku pembeli yang dimana barang yang mereka pesan tidak sesuai dengan kesepakatan pada awalnya. Hal ini sangatlah bertentangan dengan prinsip kejujuran dan prinsip amanah.

Akan tetapi, masih ada para pedagang yang memiliki sikap kejujuran dan keadilan yang ada di Pasar Baru Lumajang. Hal ini dapat dilihat dari cara pemberian diskon pada pembeli dan adanya pedagang yang tidak mengurangi takaran timbangan.

Dalam Al-Quran sudah dijelaskan secara tegas membeci dan tidak membenarkan perilaku orang yang berbuat curang. Hal ini didasarkan dalam Surat Al-Muthaffifin ayat 1-6 yang berbunyi:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾  
وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾ أَلَا يَظُنُّ أُولَٰئِكَ أَنَّهُمْ مَبْعُوثُونَ ﴿٤﴾  
لِيَوْمٍ عَظِيمٍ ﴿٥﴾ يَوْمَ يَقُومُ النَّاسُ لِرَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿٦﴾

Artinya:

*Celakalah orang yang melakukan tindak kecurangan (menimbang dan menakar) (1) orang yang meminta dipenuhi ketika menerima takaran dari orang lain (2) dan mereka mengurangi takaran apabila menakar atau menimbang untuk orang lain (3) tidaklah mereka itu yakin bahwa sesungguhnya nanti akan ada hari kebangkitan (4) pada suatu hari yang amat besar (5) hari dimana manusia berdiri menghadap Tuhan semesta alam? (6.)<sup>109</sup>*

Pada surat ini, sudah dijelaskan dan ditegaskan ancaman Allah SWT. terhadap mereka orang-orang yang mengurangi dalam timbangan hak orang lain, takaran dan ukuran.

Dengan demikian, berdasarkan dari hasil observasi dan wawancara yang telah peneliti lakukan, dapat disimpulkan bahwa implementasi etika bisnis Islam oleh perilaku pedagang di Pasar Baru Lumajang masih belum terlaksanakan secara maksimal.

<sup>109</sup> Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qura'an Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*, (Jakarta Timur: Lajnah Pentashihan mushaf Al-Quran. 2019), 881

## 2 Dampak Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam Untuk Meningkatkan Penjualan Di Pasar Baru Lumajang

Berdasarkan hasil wawancara peneliti pada tanggal 15 Januari dan 06 Februari 2024 masih banyaknya tindak kecurangan yang dilakukan oleh pedagang kepada pembeli. Kecurangan yang dilakukan oleh pedagang dapat menurunkan kredibilitasnya pedagang terhadap pembeli. Dampak yang diperoleh dari tindak kecurangan tersebut yaitu dapat menurunkan bahkan hilangnya rasa kepercayaan pembeli kepada pedagang. Sehingga, hal tersebut dapat menjadikan hilangnya minat pembeli untuk melakukan transaksi pada pedagang tersebut. Apabila kejadian seperti ini masih terus berlanjut, maka hal ini dapat menjadikan penurunan pendapatan oleh para pedagang di Pasar Baru Lumajang dan tidak dipungkiri dapat terjadi kebangkrutan yang akan dialami oleh pedagang.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti kepada beberapa pembeli yang ada di Pasar Baru Lumajang. Setelah mereka mengalami tindak kecurangan, mereka lebih memilih untuk pindah ke pedagang lain dalam melakukan transaksi jual beli. Hal itu disebabkan oleh rasa ketidakpercayaan pembeli terhadap pedagang yang mencurangnya di pasar.

Selain itu, pedagang yang melakukan tindak kecurangan tidak hanya akan merasakan dampak duniawi, tetapi juga akan merasakan dampak di akhirat kelak. Karena sudah dijelaskan oleh Allah SWT. yang mana telah melarang tindak kecurangan dalam mengurangi atau melebihkan takaran

maupun timbangan sesuai dengan yang teera pada surat Al-Muthaffifin ayat 1-6. Dengan adanya larangan yang sudah jelas, harusnya para pedagang sudah tidak ada lagi yang melakkan tindak kecurangan dalam mengurangi atau menambah takaran maupun timbangan serta melakukan percampuran kualitas yang baik dengan yang rendah.

### 3 Kendala Pada Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam Untuk Meningkatkan Penjualan Di Pasar Baru Lumajang

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti sebelumnya, maka dapat dilihat bahwasannya para pedagang di Pasar Baru Lumajang belum memiliki pemahaman yang lebih mengenai etika bisnis Islam. Hal ini dibuktikan bahwa masih banyaknya tindak kecurangan yang terjadi di lapangan. Kecurang tersebut dilakukan oleh sebagian pedagang. Bentuk tindak kecurangan yang dilakukan oleh pedagang yaitu melakukan pengurangan atau melebihi takaran timbangan, selain itu juga pedagang banyak yang mencampurkan kualitas baik dengan yang rendah.

Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ambar Wati, Arman Paramansyah dan Dessy Damayanthi pada tahun 2021 dengan judul “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli: Studi Kasus Pasar Tradisional Pendopo Empat Lawang, Sumatera Selatan” dan penelitian yang dilakukan oleh oleh Ifdholul Maghfur, Maulidatul K, dan Muhammad Fahmul Iltiham pada tahun 2019 dengan judul “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang

Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di Pasar Nongkojajar Kecamatan Tuter Kabupaten Pasuruan”. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa pemahaman terhadap etika bisnis Islam belum sepenuhnya dipahami dan diterapkan oleh para pedagang.

Berdasarkan hasil wawancara pada tanggal 15 Januari dan 06 Februari 2024 dapat disimpulkan bahwasannya kendala yang dihadapi oleh para pedagang di Pasar Baru Lumajang adalah kurangnya pemahaman pedagang terkait dengan etika bisnis Islam. Oleh sebab itu, penerapannya dapat dikatakan belum sepenuhnya maksimal. Hal tersebut dikuatkan oleh pernyataan beberapa pedagang yang menyatakan bahwa mereka mengaku masih belum memiliki pengetahuan yang lebih mengenai etika bisnis Islam. Kurangnya pemahaman para pedagang di Pasar Baru Lumajang ini salah satunya disebabkan oleh minimnya tingkat pendidikan yang dimiliki pedagang. Seharusnya, dalam kegiatan bisnis atau transaksi jual beli menggunakan etika bisnis Islam sebagai dasar dalam pelaksanaan kegiatan tersebut.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Setelah memberikan gambaran dan pengantar yang terpadu serta menganalisis beberapa permasalahan yang terjadi dilapangan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagai berikut:

1. Implementasi etika bisnis Islam untuk meningkatkan penjualan di Pasar Baru Lumajang masih terdapat tindak kecurangan yang dilakkan oleh beberapa pedagang. Kecurangan tersebut berupa permainan dalam takaran timbangan, mencampurkan kualitas barang yang baik dengan yang rendah. Selain itu, pedagang melakukan kecurangan dalam hal tidak amanah atas barang dagangannya. Disisi lain, masih terdapat pedagang yang memiliki sikap jujur dan ada juga pedagang yang memberikan diskon kepada pelanggannya.
2. Dampak yang dapat dirasakan oleh pedagang ketika melakukan tindak kecurangan yaitu dapat menurunkan kredibilitasnya dan hilangnya tingkat kepercayaan serta minat pembeli terhadap pedagang. Hal tersebut diakibatkan karena adanya tindak kecurangan yang dilakukan oleh para pedagang.
3. Adapun kendala yang dihadapi oleh para pedagang dalam penerapan etika bisnis Islam untuk meningkatkan penjualan di Pasar Baru Lumajang yaitu kurangnya pengetahuan pedagang mengenai etika bisnis Islam. Kendala tersebut disebabkan oleh adanya kecurangan yang dilakukan

oleh para pedagang. Salah satu faktor penyebab kurangnya juga pengetahuan pedagang adalah minimnya pendidikan para pedagang yang ada di Pasar Baru Lumajang.

## **B. Saran**

Berdasarkan pembahasan diatas, maka penulis mencoba untuk memberikan saran atau masukan atas pemahaman dari implementasi etika bisnis Islam untuk meningkatkan penjualan di Pasar Baru Lumajang sebagai berikut:

1. Tetap menjaga etika bisnis Islam dan mengurangi tindak kecurangan dalam menjalankan kegiatan jual belinya supaya kredibilitas pedagang tetap baik dan minat pembeli terus meningkat.
2. Untuk meningkatkan pengetahuan pedagang mengenai etika bisnis Islam, dapat dilakukan dengan diadakannya sosialisasi tentang etika bisnis Islam oleh Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, Perindustri dan Perdagangan Kabupaten Lumajang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ambarsari, Novita, dan Luhur Prasetyo, 'Perilaku Pedagang Di Pasar Wisata Plaosan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam', *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 2.1 (2022), <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v2i1.732>
- Aziz, Abdul, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, Bandung: Alfabeta, 2013
- Badron Faisal, *Etika Bisnis Islam*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2015
- Cervone, Daniel, *Kepribadian Teori dan Penelitian Edisi 20 Buku 1*, Jakarta: Salemba Humanika, 2011
- Djakfar, Muhammad, *Etika Bisnis Islami Tataran Teoritis dan Praktis*, Malang: UIN Malang Press, (2008)
- Fatimatu Zahro, *Analisis Strategi Bisnis Syariah Pada Sektor Industri Pada Digital Economy*, (Uin Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2022)
- Fauzan, Nurul Setianingrum, Nur Ika Mauliya, M.F. Hidayatullah, *Etika Bisnis & Profesi*, Tangerang: Indigo Media, (2023)
- Firdaus, Muhammad, 'Penerapan Etika Bisnis Dalam Melakukan Transaksi Penjualan Di Pasar Tradisional Kota Langsa Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam', *Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, Vol. 4.1 (2019)
- Hakim, Muhammad Aziz, *Sistem Operasional Pemasaran Syari'ah*, (Jakarta: Renainsan, 2007)
- Haryanti, Nine, dan Trisna Wijaya, 'Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pd Pasar Tradisional Pancasila Tasikmalaya', *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4.2 (2019), <https://doi.org/10.37058/jes.v4i2.1156>
- Indonesia, Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qura'an Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama Republik, *Al-Quran dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*, Jakarta Timur: Lajnah Pentashihan mushaf Al-Quran. 2019
- Iqbal, 'Etika Bisnis Islam', *Revista Brasileira de Linguística Aplicada*, 5.1 (2016) <https://revistas.ufrj.br/index.php/rce/article/download/1659/1508%0Ahttp://hupatiapress.com/hpjournals/index.php/qre/article/view/1348%5Cnhttp://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09500799708666915%5Cnhttps://mckinseyonsociety.com/downloads/reports/Educa>
- Jember, Institut Agama Islam Negeri, *Pedoman Penelitian Karya Ilmiah*, Jember: IAIN Jember, 2020,
- Jubaedi, Ahmad Sobari, dan Syarifah Gustiawati, 'Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Mahasiswa Universitas Ibn Khaldun Bogor', *EKLEKTIK: Jurnal*

- Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1.1 (2018), <http://dx.doi.org/10.24014/ekl.v1i1.4897>
- Lesmana, Meichio, Siti Nurma Rosmita, dan Andika Rendra Bimantara, ‘Analisis Penerapan Etika Jual Beli Islami Dalam Meminimalisir Distorsi Pasar Pada Pasar Tradisional (Studi Kasus Pada Pasar Induk Giwangan Yogyakarta)’, *Islamic Economics Journal*, 6.2 (2020), <https://doi.org/10.21111/iej.v6i2.4865>
- Lubis, Rismayanti, M Kholil Nawawi, dan Hilman Hakiem, ‘Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Wirausaha Muslim : Studi Pada Wirausaha Muslim Di Desa Laladon’, *El-Mal Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5.1 (2022), <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i3.622>
- Maghfur, Ifdholul, Maulidatul K, dan Muhammad Fahmul Iltiham, ‘Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di Pasar Nongkojajar Kecamatan Tukur Kabupaten Pasuruan’, *Jurnal Mu'allim*, 1.2 (2019) <https://doi.org/10.35891/muallim.v1i2.1631>
- Masruroh, Nikmatul dan Faikatul Ummah, “*Upaya Pengembangan Corporate Sosial Responsibility Perpektif Ekonomi Islam*”, *Jurnal Iqtisaduna*, Vol. 4 No. 1, (2018), <https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v4i1.5039>
- Moch. Endang, Djunaeni, ‘Etika Bisnis Syariah’, *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7.1 (2015) <https://doi.org/10.24235/amwal.v7i1.219>
- Muslich, *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: Ekosiana, 2004
- Muzaiyin, Alwi Musa, ‘Perilaku Pedagang Muslim Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam (Kasus Di Pasar Loak Jagalan Kediri)’, *Jurnal Qawanin*, 2.1 (2018),
- Nilava, Ihna, dan Ahmad Fauzi, ‘Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional Ngronggo Kota Kediri’, *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 2.2 (2020), <http://e-journal.lp2m.uinjambi.ac.id/ojp/index.php/ijoieb>
- Nurfitriani, ‘Analisis Penerapan Etika Bisnis Di Pasar Inpres Palu’, *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6.2 (2020),
- Pangiuk, Ambok, ‘Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam Penggunaan Timbangan Sembako Dalam Jual Beli ( Studi Kasus Di Pasar Mendahara Ilir , Tanjabtim )’, *IJIEB: Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 4.1 (2019), <http://e-journal.lp2m.uinjambi.ac.id/ojp/index.php/ijoieb>
- Pratama, Ahmad Haris, Nanik Eprianti, dan Intan Nurrachmi, ‘Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Jual Beli Anak Ayam Warna-Warni’, *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 7.2 (2021), <http://dx.doi.org/10.29313/syariah.v0i0.28677>

- Puspitasari, Ira, 'Analisis Praktik Etika Bisnis Syariah (Studi Kasus Pasar Leuwiliang)', *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 3.1 (2019), <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v3i1.4125>
- Rahayu, Nurul Widyawati Islami, Khamdan Rifa'i dan Abdul Rokhim, "Komunikasi Etika Bisnis Dalam Keberagaman Agama Di Kabupaten Jember", *Indonesian Journal of Islamic Communication*, Vol. 4 No. 2 (2021), <https://doi.org/10.35719/ijic.v4i2.1617>
- Rahmawati, 'Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Makanan (Studi Kasus Di Keude Blang Ireum, Aceh)', *Jurnal JESKape*, 1.1 (2017), <https://media.neliti.com/media/publications/326568-etika-bisnis-islam-pada-pedagang-makanan-533a5db0.pdf>
- Rahmawati, Nurul Tari, Mulyadi Kosim, dan Sutisna, 'Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional: Studi Kasus Pasar Leuwiliang, Kab. Bogor', *El-Mal Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4.4 (2023),
- Romadona, Wahyu Sri Bintang, dan Izzani Ulfi, 'Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako Di Desa Jumbleng Indramayu', *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 6.3 (2021), <http://ejournal.uniska-kediri.ac.id/indec.php/ManajemenKewirausahaan>
- Saifullah, Muhammad, 'Etika Bisnis Islami Dalam Praktek Bisnis Rasulullah', *Jurnal Ekonomi Islam*, 19.1 (2011), <https://doi.org/10.21580/ws.19.1.215>
- Sari, Intan Devi Orlita, dan Lilik Rahmawati, 'Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam UMKM Olahan Laut', *AL-IQTISHOD: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 10.2 (2022), <https://doi.org/10.37812/aliqtishod>
- Setyawan, Hanifah Noor, dan Wahyudi Amin, 'Tinjauan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Praktik Pemasaran Bawang Merah Di Pasar Malon, Sukorejo, Ponorogo', *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 2.2 (2022), <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v2i2.989>
- Subekti, Luciana Septiani, 'Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Kelontong Di Pasar Babatan Kota Bandung', *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 2022, <https://doi.org/10.29313/jrieb.vi.615>
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2022
- Syahputri, Tyas Fariha, dan Sri Abidah Suryaningsih, 'Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Sembako Di Pasar Kedurus Surabaya', *Jurnal EKONOMIKA Dan Bisnis Islam*, 5.1 (2022),
- Wati, Ambar, dan Arman Paramansyah, 'Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli : Studi Kasus Pasar Tradisional Pendopo Empat Lawang ,

Sumatera Selatan', *El-Mal Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2.2 (2021), <https://doi.org/1047467/elmal.v2i2.344>

Wati, Ambar, Arman Paramansyah, dan Dessy Damayanthi, 'Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli: Studi Kasus Pasar Tradisional Pendopo Empat Lawang, Sumatera Selatan', *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 1.2 (2020), <https://doi.org/10.47467/elmal.v1i2.344>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



## MATRIKS PENELITIAN

Judul	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus Penelitian
Implementasi Etika Bisnis Islam untuk Meningkatkan Penjualan di Pasar Baru Lumajang	1. Etika Bisnis Islam	a. Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam	1) Prinsip tauhid 2) Prinsip keadilan 3) Prinsip kebebasan 4) Prinsip amanah 5) Prinsip kejujuran	1. Primer - Kepala Bidang Perdagangan dan Metrologi Legal Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah, Perindustrian dan Perdagangan (DISKOPERINDAG) Kabupaten Lumajang - Kepala Pasar - Pedagang - Pembeli 2. Sekunder - Kepustakaan	1. Pendekatan dan Jenis Penelitian: Kualitatif dan Kualitatif Deskriptif 2. Lokasi Penelitian: Pasar Baru Lumajang 3. Subjek Penelitian: a. Pedagang b. Pembeli c. Kepala Pasar d. Kepala Bidang Perdagangan dan Metrologi Legal 4. Teknik Pengumpulan Data: a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi 5. Analisis Data: Pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan 6. Keabsahan Data: Triangulasi sumber dan teknik 7. Tahap-tahap Penelitian: a. Tahap pra-lapangan b. Tahap pelaksanaan lapangan c. Tahap analisis data	1. Bagaimana penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam di Pasar Baru Lumajang? 2. Bagaimana dampak penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam di Pasar Baru Lumajang? 3. Apa kendala yang dihadapi pada penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam di Pasar Baru Lumajang?
		b. Dampak Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam	1) Tanggung jawab 2) Kejujuran 3) Kepercayaan			
	2. Penjualan	c. Kendala Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam	1) Niat 2) Banyaknya pesaing 3) Minimnya pembeli			
		Penjualan	1) Penjual 2) Pembeli 3) Barang 4) Ijab-qobul			

## PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Ali Sofyan  
NIM : 204105020127  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Jember, 06 Mei 2024  
Saya yang menyatakan



Muhammad Ali Sofyan  
NIM. 204105020127

## **Pedoman Wawancara Penelitian Tentang “Implementasi Etika Bisnis Islam Di Pasar Baru Lumajang”**

### **Kepada Pedagang:**

1. Siapa nama bapak/ibu?
2. Apakah bapak/ibu mengetahui tentang etika bisnis islam?
3. Apakah ketika adzan berkumandang bapak/ibu segera bergegas ke masjid terdekat untuk menunaikan sholat?
4. Apakah ketika bulan puasa bapak/ibu menunaikan ibadah puasa?
5. Apakah ketika ada pembeli yang pesan barang sekian bapak/ibu memberikan barangnya sesuai dengan pesanan?
6. Apakah ketika ada pembeli yang pesan dengan kualitas sedang bapak/ibu memberikan barangnya sesuai dengan pesanan?
7. Apakah ketika ada pembeli yang pesan barang sekian bapak/ibu menakarnya dengan pas?
8. Apakah ketika ada pedagang lain yang menitipkan barang untuk dijual ke bapak/ibu dijual sesuai dengan harga yang diberikan penitip?
9. Apakah ketika ada pembeli yang sudah membeli barang ke bapak/ibu apa boleh dikembalikan?
10. Apakah bapak/ibu pernah memaksa pembeli untuk membeli suatu barang?
11. Apakah bapak/ibu memberikan kebebasan kepada pelanggan dalam memilih barang?
12. Bagaimana cara bapak/ibu dalam melakukan peningkatan penjualan?

### **Kepada Pembeli:**

1. Siapa nama bapak/ibu?
2. Apakah ketika adzan berkumandang pedagang disini segera bergegas ke masjid terdekat untuk menunaikan sholat?
3. Apakah ketika bulan puasa pedagang disini menunaikan ibadah puasa?
4. Apakah ketika ada bapak/ibu yang pesan barang sekian pedagang disini memberikan barangnya sesuai dengan pesanan?
5. Apakah ketika bapak/ibu yang pesan dengan kualitas sedang pedagang disini memberikan barangnya sesuai dengan pesanan?
6. Apakah ketika bapak/ibu yang pesan barang sekian pedagang disini menakarnya dengan pas?
7. Apakah ketika bapak/ibu yang membeli barang untuk diantar ke rumah ke pedagang disini melaksanakannya?
8. Apakah ketika ada bapak/ibu yang sudah membeli barang ke pedagang disini apa boleh dikembalikan?
9. Apakah bapak/ibu pernah dipaksa pedagang disini untuk membeli suatu barang?
10. Apakah bapak/ibu oleh pedagang disini diberikan kebebasan dalam memilih barang?

### **Kepada Kepala Pasar:**

1. Siapa nama bapak/ibu?
2. Apakah ketika adzan berkumandang pedagang disini segera bergegas ke masjid terdekat untuk menunaikan sholat?
3. Apakah ketika bulan puasa pedagang disini menunaikan ibadah puasa?
4. Apakah ketika ada pembeli yang pesan barang sekian pedagang disini memberikan barangnya sesuai dengan pesanan?
5. Apakah ketika pembeli yang pesan dengan kualitas sedang pedagang disini memberikan barangnya sesuai dengan pesanan?
6. Apakah ketika pembeli yang pesan barang sekian pedagang disini menakarnya dengan pas?
7. Apakah ketika pembeli yang membeli barang untuk diantar ke rumah ke pedagang disini melaksanakannya?
8. Apakah ketika ada pembeli yang sudah membeli barang ke pedagang disini apa boleh dikembalikan?
9. Apakah pembeli pernah dipaksa pedagang disini untuk membeli suatu barang?
10. Apakah pembeli oleh pedagang disini diberikan kebebasan dalam memilih barang?
11. Bagaimana kebijakan bapak/ibu selaku kepala pasar dalam pelaksanaan etika bisnis Islam oleh pedagang?

### **Kepada Kepala Bagian Perdagangan:**

1. Siapa nama bapak/ibu?
2. Apakah ketika adzan berkumandang pedagang disini segera bergegas ke masjid terdekat untuk menunaikan sholat?
3. Apakah ketika bulan puasa pedagang disini menunaikan ibadah puasa?
4. Apakah ketika ada pembeli yang pesan barang sekian pedagang disini memberikan barangnya sesuai dengan pesanan?
5. Apakah ketika pembeli yang pesan dengan kualitas sedang pedagang disini memberikan barangnya sesuai dengan pesanan?
6. Apakah ketika pembeli yang pesan barang sekian pedagang disini menakarnya dengan pas?
7. Apakah ketika pembeli yang membeli barang untuk diantar ke rumah ke pedagang disini melaksanakannya?
8. Apakah ketika ada pembeli yang sudah membeli barang ke pedagang disini apa boleh dikembalikan?
9. Apakah pembeli pernah dipaksa pedagang disini untuk membeli suatu barang?
10. Apakah pembeli oleh pedagang disini diberikan kebebasan dalam memilih barang?
11. Bagaimana kebijakan bapak/ibu selaku kepala bagian perdagangan dalam pelaksanaan etika bisnis Islam oleh pedagang?



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136  
Telp. (0331) 487550 Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id  
Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>



Nomor : B-2173/Un.22/7.a/PP.00.9/12/2023  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Ijin Penelitian

19 Desember 2023

Kepada Yth.  
Kepala Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah,  
Perindustrian dan Perdagangan  
Kabupaten Lumajang  
Jl. Letkol Slamet Wardoyo, Citrodiwangsan,  
Kec. Lumajang, Kabupaten Lumajang, Jawa Timur 07312

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Muhammad Ali Sofyan  
NIM : 204105020127  
Semester : VII (Tujuh)  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Prodi : Ekonomi Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Implementasi Etika Bisnis Islam Untuk Meningkatkan Penjualan Di Pasar Baru Lumajang di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

a.n. Dekan  
Wakil Dekan Bidang Akademik,  
  
Nurul Widyawati Islami Rahayu





PEMERINTAH KABUPATEN LUMAJANG  
DINAS KOPERASI, USAHA KECIL MENENGAH,  
PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN  
PASAR BARU LUMAJANG  
Jln. PB. Sudirman No. .... Telp. ....

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN  
Nomor : 930/03/437.54/01/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Agung Pribadi  
NIP : 197409012008011009  
Jabatan : Koordinator Pasar  
Unit Kerja : Pasar Baru Kabupaten Lumajang

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Muhammad Ali Sofyan  
NIM : 204105020127  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah selesai melakukan Penelitian di Wilayah Kerja Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah, Perindustrian dan Perdagangan dari tanggal 28 Desember 2023 s/d 29 Februari 2024 dengan judul "Implementasi Etika Bisnis Islam Untuk Meningkatkan Penjualan Di Pasar Baru Lumajang".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Lumajang, 29 Februari 2024

Koordinator Pasar Baru  
Kabupaten Lumajang



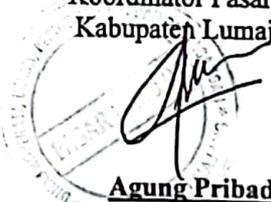
**Agung Pribadi**  
NIP. 197409012008011009

## JURNAL PENELITIAN

### IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DI PASAR BARU LUMAJANG

NO	HARI/TANGGAL	KETERANGAN	PARAF
1.	15 Januari 2024	Wawancara dengan Ibu Juma'ati	<i>Juma'ati</i>
2.	15 Januari 2024	Wawancara dengan Bapak Yunus	<i>Yunus</i>
3.	15 Januari 2024	Wawancara dengan Bapak Fian	<i>Fian</i>
4.	15 Januari 2024	Wawancara dengan Bapak Rahman	<i>Rahman</i>
5.	15 Januari 2024	Wawancara dengan Ibu Dina	<i>Dina</i>
6.	15 Januari 2024	Wawancara dengan Ibu Maisaroh	<i>Maisaroh</i>
7.	15 Januari 2024	Wawancara dengan Bapak Sugeng	<i>Sugeng</i>
8.	15 Januari 2024	Wawancara dengan Ibu Yeti	<i>Yeti</i>
9.	15 Januari 2024	Wawancara dengan Ibu Surama	<i>Surama</i>
10.	06 Februari 2024	Wawancara dengan Bapak Ali Wafa	<i>Ali Wafa</i>
11.	06 Februari 2024	Wawancara dengan Ibu Ain	<i>Ain</i>
12.	06 Februari 2024	Wawancara dengan Bapak Fauzi	<i>Fauzi</i>
13.	06 Februari 2024	Wawancara dengan Ibu Mujanifah	<i>Mujanifah</i>
14.	06 Februari 2024	Wawancara dengan Bapak Suparman	<i>Suparman</i>
15.	06 Februari 2024	Wawancara dengan Ibu Lusi	<i>Lusi</i>
16.	06 Februari 2024	Wawancara dengan Ibu Fatimah	<i>Fatimah</i>
17.	06 Februari 2024	Wawancara dengan Bapak Selamat	<i>Selamat</i>
18.	06 Februari 2024	Wawancara dengan Ibu Luluk	<i>Luluk</i>
19.	06 Februari 2024	Wawancara dengan Bapak Suwardi	<i>Suwardi</i>
20.	06 Februari 2024	Wawancara dengan Bapak Arif	<i>Arif</i>
21.	20 Februari 2024	Wawancara dengan Bapak Agung Pribadi	<i>Agung Pribadi</i>
22.	22 Februari 2024	Wawancara dengan Bapak Dadang Arifin Prestiawan, S.STP, M.AP.	<i>Dadang Arifin Prestiawan</i>

Lumajang, 06 Mei 2024  
Koordinator Pasar Baru  
Kabupaten Lumajang

  
**Agung Pribadi**  
 NIP. 19740901200811009

## DOKUMENTASI PENELITIAN



Wawancara dengan Bapak Sugeng



Wawancara dengan Bapak Ali Wafa



Wawancara dengan Bapak Suwardi



Wawancara dengan Ibu Ain



Wawancara dengan Ibu Lusi



Wawancara dengan Bapak Arif



Wawancara dengan Ibu Mujanifah



Wawancara dengan Bapak Selamat



Wawancara dengan Bapak Suparman



Wawancara dengan Ibu Luluk



Wawancara dengan Bapak Fauzi



Wawancara dengan Ibu fatimah



Wawancara dengan Ibu Surama



Wawancara dengan Bapak Yunus



Wawancara dengan Ibu Juma'ati



Wawancara dengan Ibu Yeti



Wawancara dengan Ibu Maisaroh



Wawancara dengan Bapak Fian





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <http://uinkhas.ac.id>



**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI**

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Muhammad Ali Sofyan  
NIM : 204105020127  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul : Implementasi Etika Bisnis Islam Untuk Meningkatkan Penjualan Di Pasar Baru Lumajang

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 6 Mei 2024

Operator Turnitin

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Luqk Musfiroh



## SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Muhammad Ali Sofyan

NIM : 204105020127

Semester : VIII (Delapan)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 06 Mei 2024  
Koordinator Prodi. Ekonomi Syariah,



Sofiah, M.E

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



## BIODATA PENULIS



### **Biodata Diri :**

Nama : Muhammad Ali Sofyan  
Tempat, Tanggal Lahir : Lumajang, 14 Juni 2001  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Alamat : Dusun Denok Wetan RT 004 RW 005, Desa  
Denok, Kec. Lumajang, Kab, Lumajang  
Agama : Islam  
No. HP : 082232602978  
E-mail : as7780983@gmail.com

### **Riwayat Pendidikan :**

SD/MI : MI Nurul Islam Denok  
SMP/MTs : MTs. Negeri 1 Lumajang  
SMA/MA/SMK : SMK Negeri 1 Lumajang  
Perguruan Tinggi : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember