

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM
DALAM TRANSAKSI JUAL BELI DAGING AYAM
DI PASAR WONOSARI KECAMATAN WONOSARI
KABUPATEN BONDOWOSO**

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 Syari'ah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
Oleh:
Achmad Farisi
NIM. 204105020147
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
APRIL 2025**

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM
DALAM TRANSAKSI JUAL BELI DAGING AYAM
DI PASAR WONOSARI KECAMATAN WONOSARI
KABUPATEN BONDOWOSO**

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 Syari'ah

Oleh:

Achmad Farisi
NIM : 204105020147

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

Disetujui Pembimbing

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ


M. Saiful Anam, S.Ag., M.Ag
NIP. 197111142003121002

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM
DALAM TRANSAKSI JUAL BELI DAGING AYAM
DI PASAR WONOSARI KECAMATAN WONOSARI
KABUPATEN BONDOWOSO**

SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syari'ah

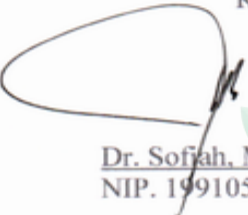
Hari : Rabu

Tanggal : 19 Maret 2025

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris


Dr. Sofiah, M.E.
NIP. 199105152019032005


Ravika Mutiara Savitrah, S.E., M.S.Ak.
NIP. 199204062020122008

Anggota :

1. Dr. H. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I.
2. Muhammad Saiful Anam, S.Ag., M.Ag.

()
()

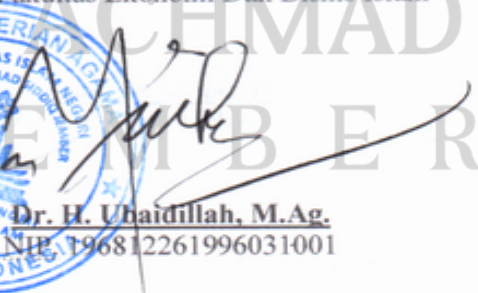
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam




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

MOTTO

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ ۚ لَا تَكْلِفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۚ وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ ۖ وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ۚ ذَٰلِكُمْ
وَصَّاكُم بِهِ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿١٥٢﴾

Artinya: "Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Dan apabila kamu berkata, maka hendaklah kamu berlaku adil, walaupun dia adalah kerabatmu, dan penuhilah janji Allah. Yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat." (QS. Al-An'am: 152) *



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

*Kementrian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Latjah Pentashilan Mushaf Al-Qur'an, 2019), 202.

PERSEMBAHAN

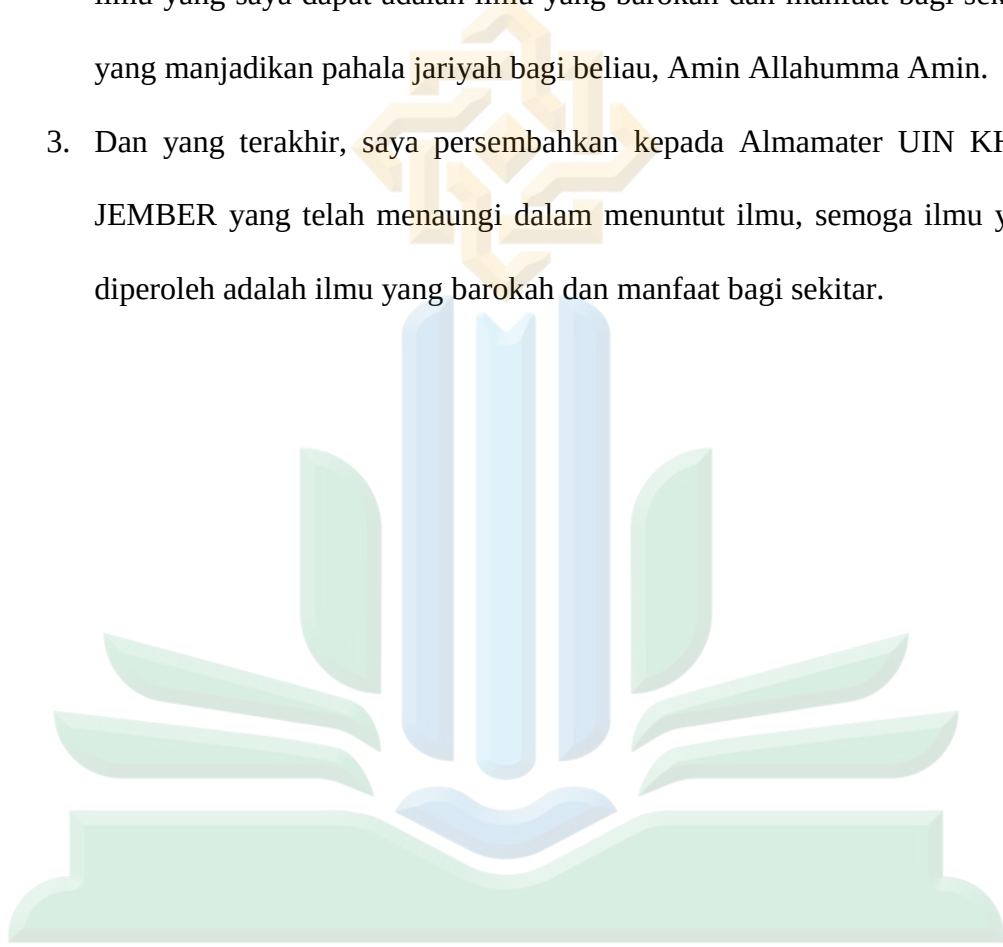
“Harta yang tak pernah habis ialah ilmu pengetahuan dan ilmu yang tak ternilai adalah pendidikan. Orang yang pintar bukanlah orang yang merasa dirinya pintar, namun ia adalah orang yang merasa bodoh, dengan begitu ia tak akan pernah berhenti untuk belajar dan belajar”

Alhamdulillah, dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT, serta Shalawat dan salam untuk Baginda Nabi Muhammad SAW, dan dengan ini skripsi saya persembahkan kepada:

1. Skripsi ini saya persembahkan sepenuhnya kepada dua orang hebat yang paling saya cintai dan hormati, yaitu abah saya yang bernama Samhadi dan ummi saya yang bernama Hasiyati Ningsih, beliau adalah orang paling berharga dalam hidup saya, beliau adalah segalanya bagi saya, saya mengucapkan terimakasih dan apresiasi yang setinggi-tingginya kepada beliau, karena dengan doa serta dukungannya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini, doa orang tua sangatlah dahsyat melebihi kecepatan busur panah bahkan kecepatan petir sekalipun, saya sangat menyayangi abah ummi, sehat selalu abah dan umi, Amin Allahumma Amin.
2. Skripsi ini saya persembahkan kepada guru-guru saya, dari guru TK sampai MAN, dan kepada dosen pembimbing bapak Muhammad Saiful Anam, S.Ag., M.Ag., tanpa bimbingan beliau saya tidak akan mungkin berada diposisi ini, terikasih banyak atas bimbingan dan ilmunya, semoga

ilmu yang saya dapat adalah ilmu yang barokah dan manfaat bagi sekitar,
yang menjadikan pahala jariyah bagi beliau, Amin Allahumma Amin.

3. Dan yang terakhir, saya persembahkan kepada Almamater UIN KHAS
JEMBER yang telah menaungi dalam menuntut ilmu, semoga ilmu yang
diperoleh adalah ilmu yang barokah dan manfaat bagi sekitar.



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

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji hanya milik Allah SWT, yang maha pemberi ilmu dan hikmah, yang telah melimpahkan rahmat serta kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daging Ayam Di Pasar Wonosari Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso” ini tepat pada waktunya. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, teladan dalam akhlak dan muamalah, yang telah mengajarkan nilai-nilai kejujuran, keadilan, dan keberkahan dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis.

Keberhasilan dalam menyelesaikan skripsi ini penulis capai karena dukungan dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis sampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hepni., S.Ag, MM. CPEM. Selaku rector UIN KHAS Jember yang telah memberikan segala fasilitas yang membantu kelancaran atas terselenggaranya skripsi ini.
2. Bapak Dr. H. Ubaidillah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember yang telah memberikan segala fasilitas yang membantu kelancaran atas terselenggaranya skripsi ini.
3. Ibu Dr. H. Nurul Widyawati I.R., S.Sos., M.Si. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Dr. H. Mahmudah, S.Ag., M.E.I. selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

5. Bapak Dr. H. Fauzan, S.Pd., M.Si. selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
6. Bapak Dr. H. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam UIN KHAS Jember.
7. Ibu Dr. Sofiah, M.E. selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah UIN KHAS Jember.
8. Bapak Dr. H. Abdul Wadud Nafis, Lc., M.E.I selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA) UIN KHAS Jember.
9. Bapak Muhammad Saiful Anam, S.Ag., M.Ag selaku Dosen Pembimbing Skripsi ini yang selalu bersedia membantu dan membimbing dengan sabar sejak awal hingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik.
10. Kedua orang tua tercinta, yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dukungan, serta motivasi tanpa henti. Berkat restu dan kesabaran mereka, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Semoga ridho Allah SWT, meyertai ke mana arah kaki melangkah dan dimana langkah berpijak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembacanya. Aamiin, Allahumma Aamiin, Ya Rabbal Alamin.

Jember, 25 Februari 2025

Achmad Farisi
NIM. 204105020147

ABSTRAK

Achmad Farisi, Muhammad Saiful Anam, S.Ag., M.Ag., 2025: Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli Daging Ayam di Pasar Wonosari Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso.

Kata Kunci : Etika Bisnis Islam, Transaksi, Jual Beli.

Transaksi jual beli di pasar tradisional tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga melibatkan nilai-nilai moral dalam interaksi antara pedagang dan konsumen. Etika bisnis Islam menjadi sebuah pedoman dalam menjaga keadilan dan transparansi dalam perdagangan melalui lima prinsip utama, yaitu tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan ihsan. Meskipun mayoritas pedagang di Pasar Wonosari beragama muslim, dalam praktiknya masih terdapat berbagai tantangan dalam penerapan prinsip-prinsip tersebut, seperti fluktuasi harga, perbedaan kualitas barang, dan kurangnya transparansi dalam transaksi.

Fokus penelitian dalam skripsi adalah : 1) Bagaimana transaksi jual beli daging ayam di Pasar Wonosari Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso. 2) Bagaimana tinjauan prinsip-prinsip etika bisnis Islam terhadap transaksi jual beli daging ayam di Pasar Wonosari Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso.

Tujuan penelitian dalam skripsi ini adalah : 1) Untuk mengetahui transaksi jual beli daging ayam di Pasar Wonosari Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso. 2) Untuk mengetahui penerapan prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam terhadap transaksi jual beli daging ayam di Pasar Wonosari Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso.

Metode penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif deskriptif. Penentuan subyek menggunakan teknik *purposive* (bertujuan). Teknik pengumpulan datanya adalah: observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan, dan verifikasi. Sedangkan, keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Adapun hasil dari penelitian ini: 1. Transaksi jual beli di Pasar Wonosari memiliki dua metode yaitu tawar-menawar dan harga tetap. Namun, jika konsumen membeli dalam jumlah banyak akan diberikan diskon. Pembayaran dalam kedua metode ini dilakukan secara tunai (*Cash*) 2. Penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli daging ayam di Pasar Wonosari masih menghadapi beberapa tantangan. Meskipun pedagang berupaya menerapkan prinsip tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan ihsan, dalam praktiknya masih ada beberapa tantangan dalam penerapannya. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan variasi kualitas daging ayam yang dijual oleh sebagian pedagang. Terkadang, terdapat campuran daging ayam dengan kualitas yang berbeda dalam jumlah tertentu. Temuan ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli masih perlu ditingkatkan agar semakin selaras dengan prinsip-prinsip yang berlaku.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Definisi Istilah.....	9
F. Sitematika Pembahasan.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	12
A. Penelitian Terdahulu	12
B. Kajian Teori	21

BAB III METODE PENELITIAN48

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	48
B. Lokasi Penelitian.....	49
C. Subyek Penelitian.....	50
D. Teknik Pengumpulan Data.....	51
E. Analisis Data	53
F. Keabsahan Data.....	55
G. Tahap-Tahap Penelitian	56

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS58

A. Gambaran Obyek Penelitian	58
B. Penyajian Data dan Analisis.....	65
C. Pembahasan Temuan.....	81

BAB V PENUTUP.....95

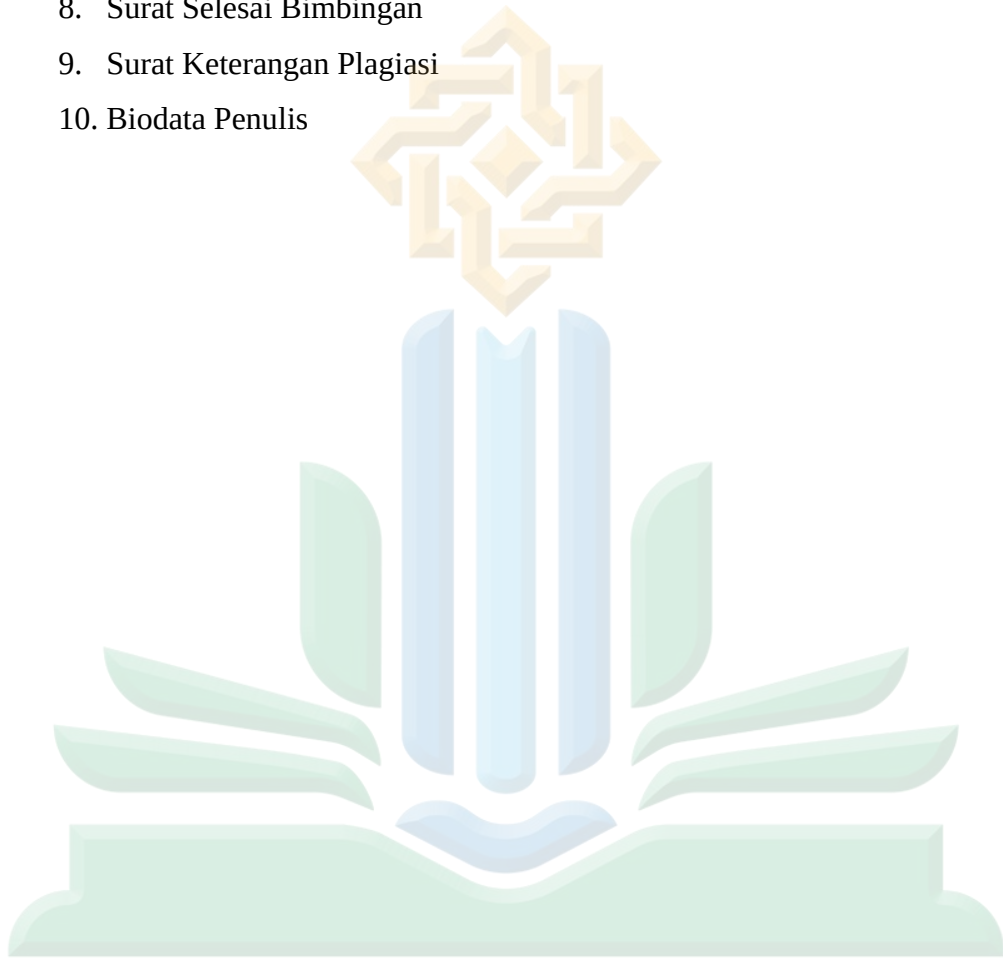
A. Kesimpulan	95
B. Saran.....	96

DAFTAR PUSTAKA.....97

Lampiran-lampiran

1. Keaslian Tulisan
2. Matrik Penelitian
3. Pedoman Wawancara
4. Surat izin Penelitian
5. Surat Selesai Penelitian
6. Jurnal Kegiatan
7. Dokumentasi

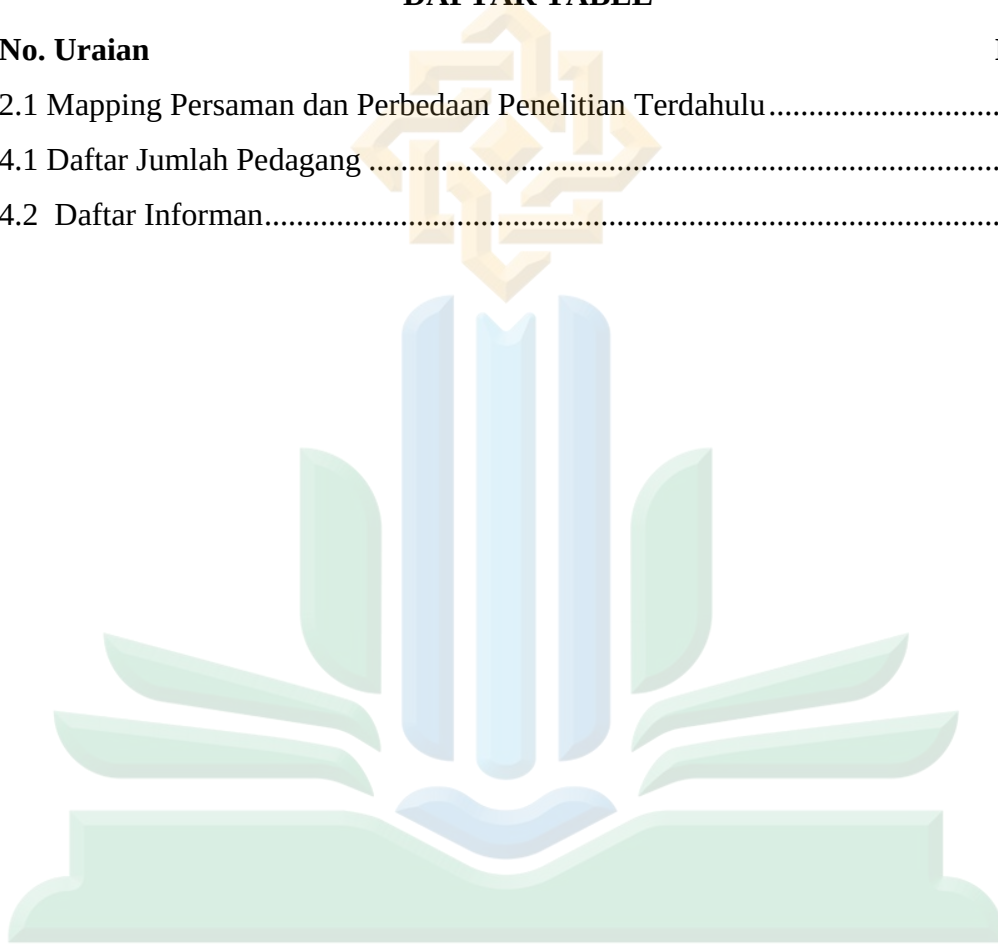
8. Surat Selesai Bimbingan
9. Surat Keterangan Plagiasi
10. Biodata Penulis



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

DAFTAR TABEL

No. Uraian	Hal
2.1 Mapping Persaman dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	23
4.1 Daftar Jumlah Pedagang	64
4.2 Daftar Informan.....	70



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

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia bisnis pada zaman ini sangatlah tumbuh dan berkembang pesat. Hal ini disebabkan dengan adanya berbagai macam jenis barang dan jasa yang ditawarkan oleh masyarakat. Bisnis mempunyai peranan penting bagi perubahan perekonomian dan pembangunan industri. Sebagai aktivitas ekonomi, bisnis dilakukan oleh masyarakat untuk memperoleh pendapatan. Dalam persaingan yang semakin ketat, sebagian pelaku bisnis seringkali mengabaikan nilai etika demi meraih keuntungan tinggi, menganggap bahwa etika bisa menghambat aktivitas bisnis.¹

Islam tidak melarang menjalankan suatu bisnis, seperti kegiatan jual beli. Tapi bagaimana dalam Islam untuk menjalankan suatu bisnisnya untuk mendapatkan keberkahan dari Allah SWT. Untuk memulai dan menjalankan suatu bisnis tentu tidak boleh lepas dari etika, karena etika menentukan ukuran tingkah laku yang baik dan yang buruk, benar dan salah yang bersumber dari ajaran Islam. Pelaku-pelaku bisnis diharapkan bertindak secara etis dalam aktivitasnya, setiap usaha bisnis yang dilakukan oleh umat muslim bisa menjadikan ibadah yang berpahala, apabila dimaksudkan untuk mendapatkan ridha Allah SWT.²

¹ Muhammad Fiki Maulana dan Muhammad Ersya Faraby, "Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Sapi di Pasar Rojokoyo Kediri," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, no. 3 (Tahun 2023): 2.

² Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, (Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada,2012), 5.

Dalam berbisnis akan sangat tidak baik jika mencari keuntungan sebanyak-banyaknya. Berbisnis pada dasarnya merupakan sifat yang membantu antar sesama untuk memenuhi kebutuhan satu sama lain. Mencari keuntungan yang berlebih biasanya akan menimbulkan keinginan untuk menghalalkan segala cara untuk mendapatkan keuntungan. Hal ini tentunya sangat merugikan konsumen. Maka dari itu Islam mengatur bagaimana cara berbisnis yang baik serta tidak menimbulkan kerugian terhadap orang lain.

Banyak para pedagang yang menghiraukan konsep etika dalam berbisnis, pelanggaran etika bisnis tentunya dapat merugikan konsumen, bahkan mengurangi kepercayaan konsumen terhadap para pedagang. Etika dalam bisnis sangatlah perlu diperhatikan karena dalam etika bisnis memiliki peran penting terhadap kepuasan pelanggan. Etika dalam berbisnis memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat antara penjual dan pembeli.³

Etika bisnis dalam Islam merupakan suatu tuntunan terhadap aktivitas bisnis yang berlandaskan nilai-nilai dalam Al-Qur'an, yang didalamnya terdapat nilai luhur dan nilai terpuji. Etika bisnis Islam merupakan kebiasaan yang menghubungkan satu orang dengan orang lainnya dalam suatu kegiatan bermuamalah secara syari'ah dan tidak bertentangan dengan Al-Qur'an dan Sunnah.⁴ Sedangkan Etika bisnis dalam arti lain disebut dengan etika

³ Fauzan dan Ida nuryana, "Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek H. Slamet di Kota Malang," *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, no. 1, (Februari 2014): 39.

⁴ Akhyar Syafa'at dan Ahmad Afif, "Pengaruh Pendekatan Etika Bisnis Islam dan Garasnsi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Handpone di WTC Banyuwangi," *Journal of Islamic Economics and Finance*, no.2, (Desember 2021): 24.

manajemen, etika manajemen adalah standart etika dalam aktivitas bisnis. Etika bisnis merupakan seperangkat nilai benar, salah, benar dan salah dalam dunia bisnis dapat diukur pada prinsip-prinsip etika. Prinsip etika harus dipegang oleh para pelaku bisnis dalam urusan, perilaku dan hubungan mereka dalam mencapai tujuannya untuk menjalankan bisnis mereka sepenuhnya dengan aman.⁵

Etika bisnis Islam harus dapat diimplementasikan dalam semua aspek-aspek ekonomi, termasuk kegiatan transaksi jual beli di Pasar, terutama bagi pedagang-pedagang muslim harus menerapkan etika bisnis Islam, konsep etika bisnis Islam seperti kejujuran harus diterapkan oleh penjual dan juga pembeli dalam melakukan transaksi, penjual dan pembeli melakukan transaksi sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan oleh syara' dan disepakati. Etika-etika ini nantinya akan membuat bisnis dijalankan bukan hanya mengejar dunia saja namun juga mengejar akhiratnya.⁶

Setiap manusia pasti memerlukan harta untuk memenuhi segala kebutuhan hidupnya. Salah satu untuk mendapatkan harta tersebut melalui bekerja dan salah satu dari ragam bekerja yaitu berbisnis. Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggungan untuk bekerja. Bekerja merupakan salah satu cara untuk mendapatkan harta. Allah SWT menerangkan bahwasannya harta merupakan suatu karunia darinya dan memerintahkan kepada manusia untuk bekerja dan berusaha. Allah SWT

⁵ Nurul Widyawati Islami Rahayu, Khamdan Rifa'I dan Abdul Rokhim, "Komunikasi Etika Bisnis dalam Keberagaman Agama di Kabupaten Jember," *Indonesian Journal of Islamic Communication*, no 2, (Desember 2021): 44.

⁶ Kristianto Dwi Estijayandono, Siradjuddin, dan Abdul Wahid Haddade, "Etika Bisnis Jual Beli Online dalam Perspektis Islam," *Jurnal Hukum Ekonomi Syari'ah*, no. 1, (Tahun 2019): 55.

melapangkan bumi serta menyediakan fasilitas untuk dimanfaatkan untuk mencari rizki.

Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-Mulk ayat 15:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ ۚ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ ﴿١٥﴾

Artinya: “Dialah Yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan”. (QS. Al-Mulk: 15).⁷

Maksud ayat diatas adalah Allah SWT memerintahkan manusia untuk memanfaatkan bumi dan segala isinya dengan bekerja dan berusaha, termasuk berdagang, sebagai jalan mencari rezeki yang halal.

Berdagang merupakan suatu kegiatan yang dianjurkan oleh agama Islam. Bahkan Nabi Muhammad SAW menyatakan bahwa sembilan dari sepuluh pintu rezeki dengan melalui perdagangan. Jual beli merupakan salah satu hal yang diperbolehkan, dan salah satu pusat perekonomian dalam jual beli adalah pasar.⁸

Pasar merupakan sebuah mekanisme pertukaran suatu produk baik berupa barang maupun jasa yang alamiah. Islam menempatkan pasar pada kedudukan yang penting dalam sebuah perekonomian. Pasar juga merupakan kegiatan penjual dan pembeli dalam bertansaksi. Pasar dibagi menjadi dua yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional merupakan tempat

⁷ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Latjah Pentashilan Mushaf Al-Qur'an, 2019),830.

⁸ Afish Rizqiyah Harist, Lisa Efrina, dan Estele Elora Akbar. “Strategi Pemasaran Pedagang Pasar Tradisional Dalam Perspektif Ekonomi Islam,” *Journal of Islamic Economics, Management, and Business*, no. 1, (2024): 13.

transaksi antar penjual dan pembeli secara langsung dan adanya proses tawar-menawar, sedangkan pasar modern adalah pasar yang sistem jual belinya menggunakan teknologi dan menawarkan produk-produk yang berkualitas.

Permasalahan yang sering terjadi dalam perekonomian Islam salah satunya ditemukan di Pasar tradisional, di mana praktik penyimpangan etika bisnis masih marak terjadi. Banyak pedagang lebih mengutamakan keuntungan sebesar-besarnya tanpa memperhatikan prinsip etika bisnis Islam. Penyimpangan ini lebih sering dilakukan oleh pedagang daging, yang tingkat kecurangannya lebih tinggi dibandingkan dengan pedagang sayur dan buah.⁹

Salah satu bentuk kecurangan yang sering dilakukan pedagang daging ayam adalah tidak menjaga kualitas barang dagangan serta tidak transparan dalam menyampaikan informasi kepada konsumen. Beberapa pedagang bahkan menyembunyikan kecacatan barang, seperti mencampurkan daging ayam berkualitas baik dengan daging yang berkualitas rendah, kemudian menjualnya tanpa memberikan keterangan yang jelas kepada pembeli. Praktik ini tentu sangat merugikan konsumen dan bertentangan dengan prinsip etika bisnis Islam yang menekankan kejujuran serta tanggung jawab dalam transaksi jual beli.¹⁰

Pasar Wonosari merupakan pasar tradisional yang telah lama bertahan dan memiliki banyak peminat. Salah satu keunggulannya adalah jam

⁹ Gadis Arniyati Athar, "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pasar Tradisional Di Kota Binjai Sumatera Utara," *Jurnal Wahana Inovasi*, no. 1 (2020): 131.

¹⁰ Usdeldi, Nurlia Fufita, dan Nicco bastian, "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daging Ayam Di Pasar Angso Duo Kota Jambi," *Jurnal Ekonomi Syari'ah*, no. 1 (2023): 11.

operasional yang cukup panjang, yaitu dari pukul 02:30 hingga 17:00 WIB setiap hari. Jam operasional yang lama ini memberikan fleksibilitas bagi konsumen untuk berbelanja sesuai waktu yang mereka miliki, baik di pagi hari maupun siang hari. Hal ini memungkinkan konsumen untuk lebih leluasa dalam memilih waktu yang tepat untuk bertransaksi, terutama bagi mereka yang memiliki kesibukan di luar jam operasional pasar pada umumnya. Keberagaman waktu operasional ini juga turut meningkatkan daya tarik pasar bagi masyarakat yang membutuhkan berbagai kebutuhan, mulai dari kebutuhan pokok hingga sekunder.¹¹

Meskipun Pasar Wonosari memiliki jam operasional yang panjang dan menarik banyak konsumen, masih terdapat tantangan dalam transaksi jual beli daging ayam. Berdasarkan temuan penelitian, masih ditemui pedagang yang terkadang terdapat campuran daging ayam berkualitas baik dengan yang mutunya lebih rendah, yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen. Praktik ini menunjukkan bahwa penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, seperti kejujuran, tanggung jawab, dan keseimbangan dalam transaksi, masih perlu ditingkatkan.

Berdasarkan temuan penelitian di Pasar Wonosari, masih terdapat praktik yang belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli daging ayam. Terdapat pedagang terkadang mencampurkan daging ayam berkualitas baik dengan yang mutunya lebih rendah. Kondisi ini

¹¹ Profil Pasar Wonosari (Dokumen Tidak Dipublikasikan)

menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam masih memerlukan perhatian lebih agar dapat sejalan dengan prinsip-prinsip yang ada.

Dalam Islam, etika bisnis memiliki peran penting dalam menciptakan keadilan dan kesejahteraan bagi seluruh pihak yang terlibat dalam transaksi. Prinsip-prinsip tersebut menekankan pentingnya transparansi, kepercayaan, serta tanggung jawab dalam menjaga kualitas barang yang diperjualbelikan.

Dengan latar belakang tersebut, peneliti terinspirasi mengangkat penelitian ini dengan judul **“Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli Daging Ayam di Pasar Wonosari Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso.”**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian pada konteks penelitian diatas maka dapat dirumuskan permasalahan yang hendak diteliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana transaksi jual beli daging ayam di Pasar Wonosari Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso?
2. Bagaimana tinjauan prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam terhadap transaksi jual beli daging ayam di Pasar Wonosari Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso?

C. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui transaksi jual beli daging ayam di Pasar Wonosari Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso.

2. Untuk mengetahui penerapan prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam terhadap transaksi jual beli daging ayam di Pasar Wonosari Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Manfaat dapat berupa manfaat yang bersifat teoritis dan kegunaan praktis, seperti kegunaan bagi penulis, instansi dan masyarakat secara keseluruhan. Kegunaan penelitian harus realistis. Adapun manfaat yang diharapkan dari peneliti ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan dan referensi bagi Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember jika melakukan penelitian lebih lanjut mengenai implementasi etika bisnis islam dalam transaksi jual beli.

- b. Penelitian ini diharapkan memberikan khasanah ilmu pengetahuan dan teknologi khususnya dalam teori ekonomi islam, dalam rangka implementasi etika bisnis islam dalam transaksi jual beli daging ayam.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Pedagang

Diharapkan dapat memberikan masukan bagi para pedagang tentang hal-hal yang berkaitan dengan etika perdagangan dalam islam.

b. Bagi masyarakat

Diharapkan masyarakat pada umumnya dapat mengerti tata cara dalam melakukan transaksi jual beli yang sesuai dengan etika bisnis islam.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah ini berisi pengertian istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti dalam sebuah penelitian. Dengan tujuan supaya tidak terjadi kesalah pahaman makna istilah sebagaimana dimaksud oleh peneliti.

1. Implementasi

Implementasi adalah pelaksanaan atau penerapan.¹² Istilah ini biasanya dikaitkan dengan sebuah kegiatan yang dilaksanakan untuk mencapai tujuan tertentu.

2. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam merupakan suatu kegiatan usaha terkait pertukaran barang atau jasa, ataupun kegiatan produksi dan distribusi, yang dimana kegiatan usaha tersebut dilakukan berlandaskan nilai-nilai Islami. Dengan menerapkan etika bisnis Islam, aktivitas bisnis akan berjalan dengan seimbang, karena dengan menerapkan etika bisnis akan menentukan hasil baik atau buruknya suatu pekerjaan.¹³

¹² *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2016), 582.

¹³ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 35.

3. Jual Beli

Jual beli adalah sebuah perjanjian tukar menukar barang yang memiliki nilai yang sama atau secara sukarela dalam kedua belah pihak, yang satu menerima benda-benda dan pihak lainnya menerima sesuai dengan kesepakatan sebelumnya.¹⁴

4. Pasar

Pasar dalam ilmu ekonomi merupakan proses tarik menarik antara penawaran dan permintaan yang dilakukan oleh penjual dan pembeli menuju suatu keseimbangan antara jumlah dan harga.¹⁵

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan srikpsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Maka dibuat system pembahasan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, bagian ini memuat komponen dasar penelitian, yakni konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah.

Bab II Kajian Kepustakaan, Bagian ini berisi ringkasan kajian terdahulu yang memiliki kaitan atau relevansi dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, pada kajian kepustakaan juga memuat kajian teori.

Bab III Metodologi Penelitian, Bagian ini memuat pembahasan tentang metode yang akan digunakan meliputi: pendekatan dan jenis penelitian, lokasi

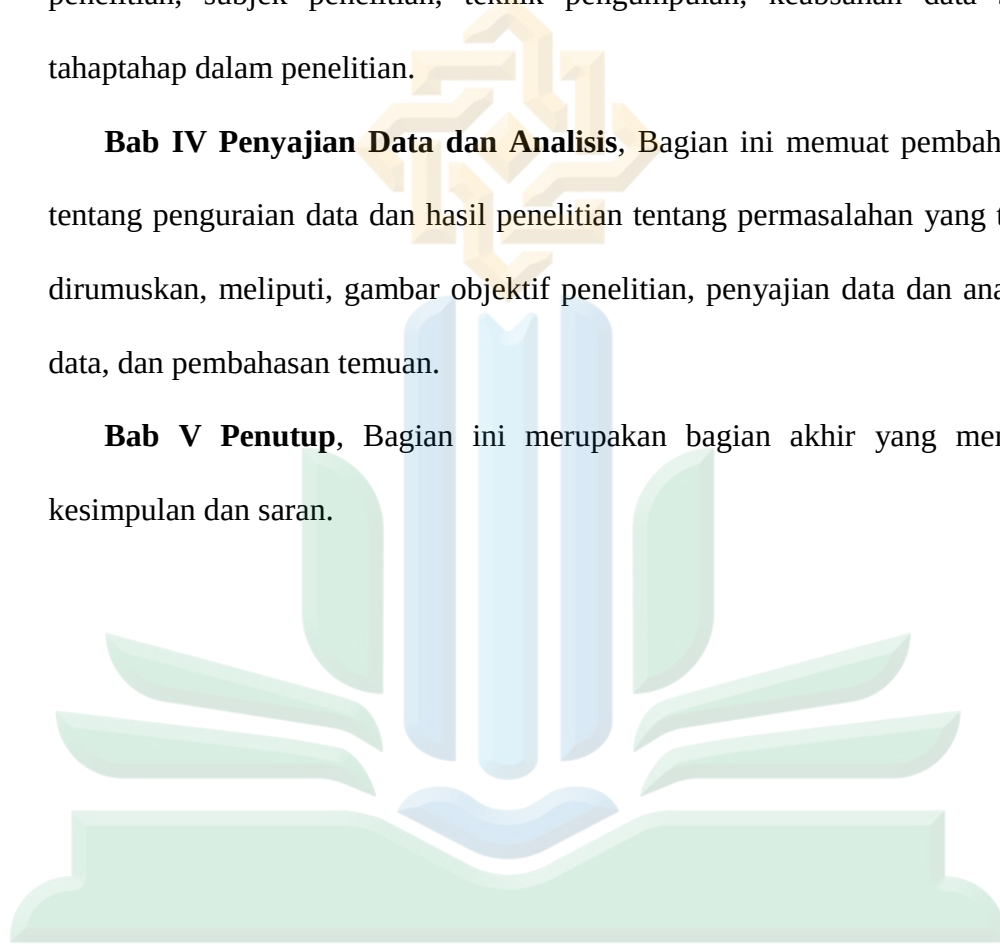
¹⁴ Siti Choiriyah, *Mualah jual beli dan selain jual beli*, (Surakarta: IAIN Surakarta, 2009), 17-18.

¹⁵ Wawan Yuswanto, *Ekonomi Mikro*, (Jawa Barat, Rumah Cemerlang: 2021), 30.

penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan, keabsahan data serta tahaptahap dalam penelitian.

Bab IV Penyajian Data dan Analisis, Bagian ini memuat pembahasan tentang penguraian data dan hasil penelitian tentang permasalahan yang telah dirumuskan, meliputi, gambar objektif penelitian, penyajian data dan analisis data, dan pembahasan temuan.

Bab V Penutup, Bagian ini merupakan bagian akhir yang memuat kesimpulan dan saran.



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

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berisi tentang perbandingan penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti lain dengan penelitian yang peneliti lakukan, dengan bertitik fokus pada relevansi objek penelitian. Dengan cara membuat ringkasannya, baik yang belum terpublikasi maupun yang sudah dipublikasi. Hal tersebut guna sebagai keorisinalitas penelitian yang dilakukan.

1. Alan Aprianto, Anzu Alvia Zahara, dan Ahsan Putra Hafiz “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Ikan Di Pasar Angso Duo Jambi” (2024). Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi¹⁷

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pemahaman pedagang mengenai etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli ikan di Pasar Angso Duo Jambi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masih terdapat pedagang yang melakukan kecurangan seperti mencampur barang berkualitas baik dengan yang buruk, dan tidak bertanggung jawab terhadap barang dagangan mereka. Akan tetapi, terdapat pula pedagang yang jujur dan bahkan sering memberikan kelonggarab kepada pelanggan sebagai sedekah. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan

¹⁷ Alan Aprianto, Anzu Alvia Zahra, dan Ahsan Putra Hafiz “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Ikan Di Pasar Angso Duo Jambi,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, no. 3 (Maret 2024).

penulis yaitu membahas etika bisnis Islam, dan menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaan penelitian ini yaitu berfokus pada pedagang ikan di Pasar Angso Duo Jambi.

2. Usdeldi, Nurlia Fusfita, dan Nicco bastian, “Analisis Penerapan Etik Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daging Ayam Di Pasar Angso Duo Kota Jambi” (2023). Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.¹⁸

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian kualitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam oleh pedagang ayam potong di Pasar Angso Duo Kota Jambi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun pedagang memahami etika bisnis Islam, sebagian masih melakukan kecurangan seperti hanya mendapatkan keuntungan yang banyak tanpa mengharap ridho Allah SWT. Persamaan penelitian ini dengan penelitian

penulis adalah sama-sama membahas penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli ayam di pasar tradisional. Perbedaannya terletak pada lokasi penelitian, dan cakupan kajian, dimana penelitian ini meninjau empat prinsip etika bisnis Islam, sedangkan penelitian penulis meninjau lima prinsip etika bisnis Islam.

¹⁸ Usdeldi, Nurlia Fusfita, dan Nicco bastian, “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daging Ayam Di Pasar Angso Duo Kota Jambi”, *Jurnal Ekonomi Syari’ah*, no. 1 (2023).

3. Gladion Diego Hermika Putra, Arsa, dan Sholihah, “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pasar Tradisional Merlung” (2023). Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.¹⁹

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian kualitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan etika bisnis Islam oleh pedagang di Pasar Tradisional Merlung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang di pasar tersebut telah menerapkan etika bisnis Islam dalam praktik jual beli mereka. Namun, masih terdapat beberapa aspek yang belum sepenuhnya diperhatikan oleh pedagang, seperti ketidakjujuran dalam timbangan, pencampuran barang berkualitas rendah dengan barang berkualitas baik, serta kurangnya keramahan dalam pelayanan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah sama-sama membahas penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli di pasar tradisional.

Perbedaan penelitian ini terletak pada lokasi dan fokus penelitian, di mana penelitian ini menyoroti kondisi spesifik di Pasar Tradisional Merlung.

4. Siti Zubaidah, “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Jeuram Kecamatan Seunagan Kabupaten Raya” (2023). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.²⁰

¹⁹ Gladion Diego Hermika Putra, Arsa, dan Sholihah, “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pasar Tradisional Merlung,” no. 6 (DesesMBER 2023).

²⁰ Siti Zubaidah, “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Jeuram Kecamatan Seunagan Kabupaten Raya” (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2023)

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Tujuan dari peneliti adalah untuk mengetahui penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli di Pasar Jeuram. Hasil menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam terhadap jual beli yang dijalankan di Pasar Jeuram belum sepenuhnya diterapkan, terutama dari segi s, menimbun barang dan tidak mengutamakan kepuasan pelanggan yang masih mementingkan keuntungan semata. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis yaitu membahas mengenai penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli, dan menggunakan penelitian kualitatif. Perbedaan penelitian ini terletak pada subjeknya yaitu membahas pedagang pasar secara lebih menyeluruh.

5. Markha Syarifah Al-Hababa, “Analisis Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada UMKM Tempe Barokah Desa Jambearum Kecamatan Puger kabupaten Jember” (2023). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Khas Jember.²¹

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi etika bisnis islam dalam meningkatkan loyalitas pada pelanggan pada UMKM tempe barokah desa jambearum. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM tempe barokah telah menerapkan prinsip tauhid, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran. Akan tetapi terdapat satu prinsip yang

²¹ Markha Syarifah Al-Hababa, “Analisis Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada UMKM Tempe Barokah Desa Jambearum Kecamatan Puger kabupaten Jember.” (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Khas Jember, 2023)

tidak diimplementasikan yaitu prinsip keseimbangan, karena dalam pembuatan tempe irisan saat proses pencetakan tidak memiliki takaran yang pasti, hanya menggunakan perasaan saja. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis yaitu membahas etika bisnis Islam, dan menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaan penelitian ini yaitu berfokus pada UMKM tempe barokah.

6. Ratu Wida Okti Shafira, “Penerepan Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Kaki Lima (Studi Kasus Pedagang Kaki Lima di Senterland Boulevard Jl. Sawo Rt 03 Rw 10 Parungpanjang Bogor)” (2022). Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Nida El-Adabi, Bogor.²²

Metode penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kualitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pemahaman etika bisnis Islam pada perilaku pedagang kaki lima di Senterland Boulevard. Hasil penelitian ini adalah tidak semua pedagang memahami prinsip etika bisnis Islam, seperti dari prinsip kejujuran, prinsip keadilan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis saat ini adalah membahas etika bisnis Islam, dan menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaan penelitian ini adalah objek penelitiannya berfokus pada pedagang kaki lima (PKL).

²² Ratu Wida Okti Shafira, “Penerapan Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Kaki Lima (Studi Kasus Pedagang Kaki Lima di Senterland Boulevard Jl. Sawo Rt 03 Rw 10 Parungpanjang Bogor)”, (Skripsi, Sekolah Tinggi Agama Islam Nida El-Adabi Bogor, 2022)

7. Ahmad Baidawi, “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Praktik Jual Beli Tahu Di Pasar Sumoroto Kabupaten Ponorogo” (2022). Fakultas Syari’ah, IAIN Ponorogo.²³

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam pada jual beli tahu di Pasar Sumoroto Kabupaten Ponorogo. Hasil penelitian ini bahwa sebagian besar pedagang tahu di Pasar Sumoroto telah memahami perinsip-prinsip etika bisnis Islam, seperti prinsip tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran. Akan tetapi masih terdapat beberapa pedagang tahu yang melanggar prinsip kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran. Sedangkan dalam prinsip ketauhidan dan prinsip keseimbangan telah diterapkan oleh lima pedagang tahu. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah membahas etika bisnis Islam, dan metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif. Perbedaan penelitian ini terletak pada objeknya yaitu berfokus pada pedagang tahu.

8. Nia Rahayu, ”Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Jual Beli Online di Tetty Nymas Grosir Cekok Ponorogo” (2022). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Ponorogo.²⁴

²³ Ahmad Baidawi, “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Praktik Jual Beli Tahu Di Pasar Sumoroto Kabupaten Ponorogo”(Skripsi, Fakultas Syari’ah, IAIN Ponorogo, 2022)

²⁴ Nia Rahayu, “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Jual Beli Online di Tetty Nymas Grosir Cekok Ponorogo” (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Ponorogo, 2022)

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan etika bisnis Islam pada jual beli online di Tetty Nymas Grosir Cekok Ponorogo. Hasil penelitian ini adalah jual beli online di Tetty Nymas Grosir Cekok Ponorogo, belum menerapkan adanya etika bisnis Islam. Hal ini terjadi karena tindakan pelaku usaha yang masih memikirkan kepentingan pribadi dan tidak mempedulikan hak pembeli. Sehingga hal ini sangat berdampak rugi bagi pembeli, karena produk yang diterima tidak sesuai dengan kenyataannya. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah membahas etika bisnis Islam, dan menggunakan metode kualitatif. Perbedaan penelitian ini yaitu berfokus pada jual beli online di Tetty Nymas Grosir Cekok Ponorogo.

9. Widiani Tite Kanaya, “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional Dalam Perspektif Ekonomi Islam” (2021).

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.²⁵

Metode penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi prinsip etika bisnis Islam dalam perilaku pedagang di Pasar Tradisional Mlilir Kecamatan Dolopo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum pedagang di Pasar Mlilir

²⁵ Widiani Tite Kanaya, “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional Dalam Perspektif Ekonomi Islam” (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2022)

telah menerapkan prinsip etika bisnis Islam dalam aktivitas jual beli mereka, terutama dalam aspek tanggung jawab dan keseimbangan. Namun, masih terdapat pedagang yang belum sepenuhnya menerapkan prinsip kejujuran dan ihsan, seperti dalam transparansi harga dan kualitas barang yang dijual kepada konsumen. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah sama-sama membahas etika bisnis Islam dan menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaan penelitian ini berfokus pada pedagang di Pasar Tradisional Mlilir, sementara penelitian penulis membahas penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli daging ayam di Pasar Wonosari.

10. Gadis Arniyati Athar, “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pasar Tradisional Di Kota Binjai Sumatera Utara”, (2020) STAI Abdul Halim Al-Ishlaiyah Binjai.²⁶

Metode penelitian yang digunakan dalam jurnal ini adalah pendekatan kuantitatif deskriptif. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis penerapan etika bisnis Islam di kalangan pedagang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang sayur lebih banyak menerapkan etika bisnis Islam dibandingkan pedagang daging/ikan, yang cenderung kurang transparan dalam menjual barang. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah sama-sama membahas etika bisnis Islam dan menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaannya, penelitian

²⁶ Gadis Arniyati Athar, “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pasar Tradisional Di Kota Binjai Sumatera Utara,” no. 1 (2020)

dalam jurnal ini berfokus pada seluruh pedagang di dua pasar, sedangkan penelitian penulis hanya berfokus pada pedagang daging ayam di Pasar Wonosari.

Tabel 2.1
Tabel Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No.	Nama Pendiri	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Alan Aprianto, Azu Alvia Zahara, dan Ahsan Putra Hafiz (2024)	Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Ikan Di Pasar Angso Duo Jambi.	Membahas etika bisnis Islam, dan metode penelitian kualitatif	Berfokus pada jual beli ikan
2	Usdeldi, Nurlia Fusfita, dan Nicco Bastian (2023)	Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daging Ayam Di Pasar Angso Duo Kota jambi	Membahas etika bisnis Islam di Pasar tradisional	Objek penelitian, dan cakupan kajian
3	Gladion Diego Hermika Putra, Arsa, dan Sholihah (2023)	Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pasar Tradisional Merlung.	Membahas etika bisnis Islam, dan metode penelitian kualitatif	Berfokus kepada Seluruh Pedagang di Pasar
4	Siti Zubaidah (2023)	Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Jeuram Kecamatan Seunagan Kabupaten Raya	Menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif	Berfokus kepada Seluruh Pedagang di Pasar
5	Markha Syarifah Al-Hababa (2023)	Analisis Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada UMKM Tempe Barokah Desa Jambearum Kecamatan Puger kabupaten Jember	Membahas etika bisis Islam, dan menggunakan metode penelitian kualitatif	Fokus penelitian ini menyoroti dampak penerapan etika bisnis Islam terhadap loyalitas pelanggan UMKM Tempe
6	Ratu Wilda Oktii Shafira	Penerapan Etika Bisnis Islam Pada	Membahas etika bisnis	Berfokus pada perilaku

No.	Nama Pendiri	Judul	Persamaan	Perbedaan
	(2022)	Perilaku Pedagang Kaki Lima (Studi Kasus Pedagang Kaki Lima di Senterland Boulevard Jl. Sawo Rt 03 Rw 10 Parung Panjang Bogor)	Islam, dan menggunakan penelitian kualitatif	pedagang kaki lima di Senterland Boulevard
7	Ahmad Baidawi (2022)	Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Praktik Jual Beli Tahu Di Pasar Sumoroto Kabupaten Ponorogo	Membahas etika bisnis Islam, dan menggunakan penelitian kuantitatif	Berfokus pada praktik jua beli tahu
8	Nia Rahayu (2022)	Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Jual Beli Online di Tetty Nymas Grosir Cekok Ponorogo	Membahas etika bisnis Islam, dan menggunakan penelitian kualitatif	Berfokus pada analisis penerapan etika bisnis Islam, dan Objek penelitian berfokus pada jual beli tahu
9	Widi Tite Kanaya (2021)	Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional Dalam Perspektif Ekonomi Islam	Membahas etika bisnis Islam, dan menggunakan penelitian deskriptif kualitatif	Berfokus kepada seluruh Pedagang di Pasar
10	Refila Fatmawati (2021)	Implementasi Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Mlilir Kecamatan Dopolo	Membahas etika bisnis Islam, dan menggunakan penelitian kualitatif	Berfokus kepada seluruh pedagang di Pasar

Sumber: Diolah Dari Data Penelitian Terdahulu

B. Kajian Teori

1. Etika Bisnis Islam

a. Etika Bisnis

Etika secara etimologi berasal dari bahasa yunani yaitu *ethos* yang memiliki arti adat dan kebiasaan atau karakter dalam melakukan

suatu perbuatan.²⁷ Etika merupakan suatu cerminan dari segala perilaku seseorang dalam kelompok tertentu. Sedangkan menurut istilah Etika merupakan suatu cabang filsafat yang berkaitan dengan pilihan-pilihan yang diambil dan tindakan-tindakan yang dilakukan oleh seseorang sekaligus dampaknya bagi masyarakat luas.²⁸

Etika adalah seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dari yang buruk. Etika merupakan sebuah ilmu yang mempunyai sifat normatif karena sangat berperan dalam menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak dilakukan oleh seorang individu.

Etika sering kali dikonosasikan dengan istilah akhlak. Secara bahasa, akhlak berasal dari kata *khuluq* yang berarti sifat bawaan atau tabiat, budi pekerti, kesatriaian dan keprawiraan. Akhlak dalam Islam merupakan sistem moral yang berpijak pada kaidah sesuai dengan Al-Qur'an dan yang diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW.²⁹

Bisnis merupakan sebuah kegiatan atau usaha yang dilakukan untuk memperoleh keuntungan sesuai dengan target yang diinginkan.³⁰

Etika bisnis dapat diartikan sebagai sebuah ilmu pengetahuan tentang tata cara ideal dalam mengatur atau mengelola suatu bisnis dengan

²⁷ An Ras Try Astuti, *Etika Bisnis Islam*, (Sulawesi Selatan: IAIN Parepare Nusantara Press, 2022), 14.

²⁸ Rukiati, L. Andriani Purwastuti dan Haryatmoko, *Etika Pendidikan*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2018), 1.

²⁹ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004), 38.

³⁰ Fatimatu Zahro, "Strategi Bisnis Syariah jangka Pendek dan Panjang", (September, 2022): 245.

memperhatikan norma dan moralitas yang berlaku secara ekonomi, sosial dan universal.³¹

Etika bisnis dalam ilmu ekonomi merupakan suatu organisasi yang menjual barang ataupun jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapat laba.³² Etika bisnis juga merupakan seperangkat nilai dan paduan moral yang digunakan dalam konteks bisnis untuk membimbing perilaku dan pengambilan keputusan yang etis.³³

Etika bisnis diartikan sebagai memaksakan norma-norma agama bagi dunia bisnis, memasang kode-kode etika profesi bisnis, merevisi sistem dan hukum ekonomi, meningkatkan keterampilan memenuhi tuntutan-tuntutan etika pihak-pihak luar untuk mencari aman dan sebagainya. Bisnis beretika adalah bisnis yang memiliki komitmen ketulusan dalam menjaga kontrak sosial yang sudah berjalan.

Dalam kamus bahasa Indonesia, bisnis diartikan sebagai usaha dagang, usaha komersial di dunia perdagangan, dan bidang usaha.³⁴ Etika mengarahkan manusia menuju aktualisasi kapasitas terbaiknya.

Dalam penerapan etika dan kejujuran saat berbisnis akan meningkatkan entitas bisnis itu sendiri. Dengan tingkat persaingan yang semakin tinggi ditambah dengan konsumen yang semakin kritis, maka jika

³¹Budi Prihatiminingtyas, *Etika Bisni Suatu Pendekatan dan Aplikasinya Terhadap Stakeholder*, (Malang: CV IRDH, 2019), 4.

³² Masykuroh Nihayatul, *Etika Bisnis Islam*, (Banten: Media Karya, 2020), 7.

³³ Fauzan, Nur Ika Mauliya, Nurul Setianingrum dan MF Hidayatullah, *Etika Bisnis dan Profesi*, (Tangerang: INDIGO MEDIA, 2023), 160.

³⁴ Kamus bahasa Indonesia, *Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional*, 209.

konsumen tetap dijaga akan menyebabkan suatu usaha akan dapat dipercaya dalam jangka panjang.³⁵

b. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam merupakan suatu norma yang berlandaskan dari Al-Qur'an dan Hadist yang dijadikan pedoman untuk bertindak, bersikap, bertingkah laku dan membedakan antara mana yang baik dengan yang buruk dalam melakukan aktivitas bisnis.³⁶

Dalam ekonomi Islam, bisnis dan etika suatu hal yang dianggap tidak bertentangan, karena bisnis merupakan sebuah simbol dari urusan duniawi juga dianggap sebagai bagian integral dari aktivitas investasi yang tidak hanya bernilai ekonomi, akan tetapi juga memiliki dimensi spiritual dan etika yang selaras dengan ajaran Islam.

Pelaku usaha dituntut untuk menerapkan etika dan moral karena keduanya merupakan kebutuhan yang harus dimiliki. Setiap pelaku usaha bisnis yang dilakukan orang Islam bisa menjadi ibadah yang berpahala jika berbisnis dimaksudkan dengan bertujuan mendapatkan keridhaan Allah SWT. Pelaku usaha atau perusahaan yang ceroboh dan tidak menjaga etika, tidak akan berbisnis secara baik sehingga dapat mengancam hubungan sosial dan merugikan konsumen, bahkan dirinya sendiri.

³⁵ Sri Nawatmi, "Etika Bisnis dalam Perspektif Islam", *Fokus Ekonomi*, no. 1, (Tahun 2010): 51.

³⁶ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, 41.

Etika bisnis islam menjunjung tinggi semangat saling percaya, kejujuran, dan keadilan, sedangkan antara pemilik perusahaan dan karyawan berkembang sangat kekeluargaan.³⁷

Dalam ekonomi Islam, figur yang patut diteladani dan tiada duanya yaitu Rasulullah SAW.³⁸ Rasulullah dalam berbisnis selalu memberikan penjelasan kepada pembelinya dengan etika sopan terkait kelebihan dan kekurangan produk yang dijualnya.³⁹ Rasulullah juga memiliki kepribadian yang mulia yaitu beliau mendapatkan julukan *Shiddiq*, *Amanah*, *Fathanah* dan *Tabligh*.

1) *As-Shiddiq*

Beliau mendapatkan julukan *Shiddiq* karena dikenal memiliki sikap jujur, selalu menepati janji, dan berkomitmen untuk menjaga integritas dalam transaksi. Beliau tidak menutupi cacat pada barang yang dijual, serta menghindari tindakan-tindakan yang berpotensi merugikan konsumen, sehingga mencerminkan prinsip keadilan dan kepercayaan dalam berdagang.

2) *Amanah*

Beliau mendapatkan julukan *Amanah* karena selalu menjaga kepercayaan dalam setiap transaksi bisnis yang dijalankannya. Beliau tidak pernah terlibat dalam praktik penipuan, suap, atau

³⁷ Fakhri Zamzam dan Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis keberkahan*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), 11.

³⁸ Roni Subhan, Nikmatul Masruroh, dan Shinta Riska Diana, "Penerapan Prinsip-Prinsip Koperasi Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam," Vol 4, No. 1 (Oktober 2017):183.

³⁹ Fatimatuzzahro, *Analisis Strategi Bisnis Syariah Pada Sektor Industri Pada Digital Economy*, (Uin Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2022), 5

menerima komisi yang haram. Selain itu, beliau juga menghindari riba, dan tidak pernah melakukan tindakan yang dapat menzholimi konsumen, selalu memastikan bahwa setiap transaksi dilakukan dengan adil dan sesuai dengan prinsip-prinsip etika yang benar, sehingga menciptakan lingkungan bisnis yang transparan dan saling menguntungkan.

3) *Fathanah*

Beliau dijuluki *Fathanah* karena memiliki sifat keahlian luar biasa dalam strategi pemasaran, selalu berpenampilan menarik dan memberi layanan yang sangat memuaskan kepada konsumen. Kemampuan beliau dalam memahami kebutuhan pelanggan serta menciptakan pengalaman positif menjadikan beliau sosok yang dihormati dan dipercaya dalam dunia bisnis.

4) *Tabligh*

Beliau dijuluki *Tabligh* karena beliau memiliki kemampuan luar biasa dalam berkomunikasi dengan cara yang santun, penuh wibawa, dan tidak menyakiti hati orang lain. Setiap kata yang beliau ucapkan mampu menyampaikan pesan yang jelas tanpa menyinggung atau menyakiti hati siapapun.

Berdasarkan 4 sifat mulia tersebut, yaitu *Shiddiq*, *Amanah*, *Fathanah*, dan *Tabligh*, diharapkan kita sebagai umat muslim dapat meneladani dan mampu mengelola bisnis sesuai dengan cara

Rosulullah SAW dalam melakukan bisnis dengan cara yang benar dan sesuai dengan nilai-nilai Islam.⁴⁰

c. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

Ada beberapa prinsip dasar etika bisnis Islam yang harus diimplementasikan dalam kegiatan berbisnis yaitu:

1) Keesaan/Tauhid (*Unity*)

Tauhid merupakan prinsip fundamental dalam Islam yang menggambarkan hubungan vertikal antara umat manusia dan Tuhan. Dalam perspektif bisnis Islam, tauhid mengajarkan bahwa segala aspek kehidupan seorang Muslim, baik dalam ekonomi, politik, agama, maupun masyarakat, harus berlandaskan pada prinsip tauhid atau keesaan Tuhan. Konsep ini menyatukan berbagai dimensi kehidupan menjadi satu kesatuan yang homogen di setiap tindakan dan keputusan yang diambil harus selaras dengan ajaran agama dan menunjukkan konsistensi serta keteraturan dalam menjalani kehidupan sehari-hari.⁴¹

Ketundukan manusia kepada Tuhan juga merupakan suatu bentuk perwujudan nyata dari penerapan tauhid. Sikap ini tidak hanya mengembangkan potensi spiritual seseorang, tetapi juga membebaskannya dari ketergantungan terhadap manusia. Dengan menjadikan nilai-nilai ketuhanan sebagai landasan dalam setiap

⁴⁰ Siti Maro'ah, *Etika dalam Bisnis Berbasis Syari'ah*, 1-2.

⁴¹ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004), 53.

pengambilan keputusan, individu akan lebih berhati-hati dalam bertindak serta berupaya menjaga keseimbangan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam kegiatan usaha.⁴²

2) Keseimbangan (*Equilibrium*)

Keseimbangan dalam Islam mengajarkan pentingnya menjaga keselarasan dalam hubungan antar manusia dengan lingkungan, dan alam semesta secara keseluruhan. Konsep keseimbangan ini tercermin dalam keteraturan alam semesta yang berjalan sesuai dengan hukum yang telah ditetapkan oleh Allah SWT.⁴³

Dalam konteks bisnis dan dunia kerja, Islam diharuskan berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Islam mengajarkan hak sesama manusia, hak lingkungan sosial, hak alam semesta, hak Allah dan Rasulnya harus diperhatikan sebagai bagian dari prinsip keadilan dalam kehidupan. Semua hak tersebut harus ditempatkan sesuai dengan ketentuan syariah, seperti dalam menentukan kuantitas pada setiap takaran maupun timbangan.⁴⁴ Hal ini sesuai dengan firman Alla SWT dalam surah Al-Maidah ayat 8

yang artinya:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ ءَلَّا تَعْدِلُوا ۚ ءَعِدُّوا ۚ هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿٨﴾ ۝

⁴² Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Paradigma Spritualitas dan Kearifan Lokal*, (Malang: UIN MALIKI PRES), 15.

⁴³ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, 55.

⁴⁴ Faisal Badroen dkk., *Etika Bisnis Dalam Islam*, 92.

Artinya: “Hai orang-orang beriman, hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap suatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku adil. Berlaku adillah karena adil itu lebih dekat dengan takwa.”⁴⁵

3) Kehendak Bebas (*Free Will*)

Manusia diberikan kehendak bebas untuk menentukan arah hidupnya ketika Allah SWT menurunkannya ke bumi. Manusia diberikan kemampuan untuk berpikir, membuat keputusan, serta memilih jalan hidup sesuai keinginan mereka mengendalikan kehidupannya, mana kala Allah SWT menurunkannya ke bumi untuk memilih apapun jalan hidup yang dia inginkan. Meskipun manusia diberikan kebebasan, manusia tetap berada di bawah hukum yang ditetapkan oleh Allah. Namun, yang membedakan manusia dengan ciptaan Allah SWT lainnya adalah kemampuan antara perilaku yang etis atau tidak etis.⁴⁶

Dalam konteks bisnis Islam, prinsip kehendak bebas tidak dapat diartikan sebagai kebebasan mutlak tanpa batasan, melainkan kebebasan yang tetap berlandaskan nilai-nilai etika Islam. Prinsip ini menekankan bahwa setiap transaksi harus dilakukan dengan kesadaran penuh dan tanpa adanya paksaan, di mana baik penjual maupun pembeli memiliki hak yang sama untuk menentukan

⁴⁵Kementrian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Jakarta: Latjah Pentashilan Mushaf Al-Qur'an, 2019), 146.

⁴⁶Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, 56.

pilihan mereka. Kebebasan dalam transaksi jual beli juga harus senantiasa memperhatikan aspek kejujuran, keadilan, dan keterbukaan, sehingga tercipta kesepakatan bersama yang adil dan tidak merugikan salah satu pihak. Dengan demikian, kehendak bebas dalam bisnis Islam tetap berada dalam koridor syariat yang mengedepankan kesejahteraan dan kemaslahatan bagi semua pihak yang terlibat.⁴⁷ Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam surah An-Nisa ayat 29 yang artinya:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka diantara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.

4) Tanggung jawab (*Responsibility*)

Tanggung jawab adalah suatu hal yang harus dijalankan, manusia harus bertanggung jawab terhadap segala tindakannya. Dalam Islam, tanggung jawab bukan hanya tentang bisnis, akan tetapi juga terkait dengan keseimbangan hidup, kebebasan berkehendak, dan prinsip moral.⁴⁸

Sebagai seorang muslim, tanggung jawab merupakan suatu aspek yang sangat penting dalam kehidupan yang berkaitan

⁴⁷ Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta Timur: Pustaka Al-Kautsar, 2001), 95.

⁴⁸ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, 67.

langsung dengan Allah tanpa perantara. Nabi Muhammad SAW hanya bertugas untuk menyampaikan wahyu untuk petunjuk umat manusia. Dalam hal ampunan, seorang muslim hanya dapat memohon langsung kepada Allah, karena tidak ada pihak lain yang berwenang memberikan keputusan tersebut. Maka dari itu, setiap muslim harus berpegang teguh pada Al-Qur'an dan Sunnah sebagai pedoman hidup menjalankan tanggung jawabnya kepada Allah.⁴⁹

5) Kebajikan (*Ihsan*)

Kebajikan adalah sebuah tindakan kebaikan terhadap orang lain dilakukan tanpa mengharap imbalan. Dalam etika bisnis Islam, kebajikan dimaksudkan sebagai niat, sikap, dan perilaku benar yang meliputi proses akad transaksi atau mencari keuntungan dengan mengambil keuntungan yang sedikit mungkin.⁵⁰

Dalam hal ini, konsep kebajikan (*Ihsan*) memiliki peran yang sangat penting, karena *Ihsan* mengandung makna melakukan suatu perbuatan baik yang memberikan manfaat bagi orang lain tanpa adanya paksaan atau kewajiban tertentu. Dalam ajaran Islam, *Ihsan* tidak hanya sekadar berbuat baik, tetapi juga mencerminkan tingkat keimanan yang lebih tinggi, di mana seseorang menjalankan kebaikan dengan penuh keikhlasan dan kesadaran bahwa Allah senantiasa mengawasi setiap tindakan yang dilakukan. Dengan demikian, *Ihsan* mendorong individu untuk tidak hanya bertransaksi

⁴⁹ Faisal badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, 100-101.

⁵⁰ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, 53.

secara adil dan jujur, tetapi juga berperilaku dengan penuh tanggung jawab serta memberikan pelayanan yang terbaik kepada sesama, baik dalam kehidupan pribadi maupun dalam praktik bisnis dan ekonomi.⁵¹

d. Fungsi Etika Bisnis Islam

Fungsi dari etika bisnis Islam terdiri dari beberapa komponen yang meliputi:

- 1) Etika bisnis Islam berfungsi berupaya untuk mencari cara menyelaraskan dan menyerasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.
- 2) Etika bisnis Islam memiliki peran penting untuk melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis. Karena etika bisnis Islam menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas.
- 3) Etika bisnis Islam berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern yang kian jauh dari nilai-nilai etika. Dalam artian bahwa bisnis harus benar-benar merujuk pada sumber utama yaitu Al-Qur'an dan Sunnah.⁵²

⁵¹ Faisal Badroen, dkk. *Etika Bisnis Islam*, 102.

⁵² Iwan Aprianto, Muhammad Andriyansyah, dan Muhammad Qodri, *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), 8.

2. Transaksi Jual Beli

a. Pengertian Transaksi

Transaksi berasal dari bahasa Inggris yaitu *transaction*. Dalam bahasa Arabnya yaitu *al-muamalat*. Transaksi adalah persetujuan jual beli dalam perdagangan antara pihak pembeli dan penjual.⁵³ Selain itu transaksi merupakan suatu kejadian ekonomi atau keuangan yang melibatkan paling tidak dua pihak (seseorang dengan seseorang atau beberapa orang lainnya) yang saling melakukan pertukaran, melibatkan diri dalam perserikatan usaha pinjam meminjam dan lain-lain atas dasar suka sama suka ataupun dasar suatu ketetapan hukum/syari'at yang berlaku.⁵⁴

Transaksi atau akad dalam ekonomi syariah merupakan suatu bentuk hubungan muamalah antara sesama manusia yang berkaitan dengan pengelolaan harta kekayaan, pemenuhan hak-hak, serta mekanisme penyelesaian sengketa yang timbul dalam aktivitas ekonomi. Dalam Islam, transaksi atau akad tidak hanya dipandang sebagai aktivitas ekonomi semata, tetapi juga memiliki dimensi ibadah apabila dilakukan sesuai dengan petunjuk dan ketentuan yang telah ditetapkan oleh Allah SWT. Hal ini mencerminkan bahwa setiap aktivitas ekonomi dalam Islam harus berlandaskan prinsip keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab, sehingga transaksi yang dilakukan tidak

⁵⁴ Iwan Aprianto, Muhammad Andriyansyah, dan Muhammad Qodri, *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), 8.

hanya memberikan manfaat duniawi, tetapi juga bernilai ibadah di sisi Allah.⁵⁵

b. Pembentukan Akad

1) Syarat Akad

Mazhab Hanafi menyatakan bahwa ungkapan-ungkapan dalam bahasa Akad dapat diklasifikasikan menjadi tiga kategori utama, yaitu sah (*Sahih*), rusak (*fasid*), dan batal (*bathil*), yang penjelasannya sebagai berikut:

a) Syarat *shahih* merupakan pernyataan yang sepenuhnya sesuai dengan konten Akad, mendukung dan memperkuatnya, serta sejalan dengan praktik yang berlaku dalam komunitas terkait. Contoh yang dapat dijadikan ilustrasi adalah kesepakatan harga jual beli yang jelas antara penjual dan pembeli, adanya hak suara dalam proses transaksi, syarat-syarat yang mencerminkan kebiasaan dan norma yang berlaku di masyarakat, serta adanya jaminan yang dapat dipertanggungjawabkan.

b) Syarat *fasid* merupakan kondisi yang tidak memenuhi salah satu kriteria sahnya akad, yang mengakibatkan akad tersebut menjadi tidak sempurna atau tidak sah. Sebagai contoh yang dapat dijelaskan adalah akad pembelian mobil dengan ketentuan adanya masa percobaan selama satu tahun, yang jelas tidak

⁵⁵ Asih Suyadi, *Hukum Ekonomi Syari'ah*, (Jawa Barat: CV Jejak, 2020), 25.

sesuai dengan ketentuan umum yang berlaku dalam transaksi semacam itu.

- c) Syarat *bathil* merupakan kondisi yang sama sekali tidak memenuhi kriteria sahnya akad dan mengakibatkan akad tersebut tidak memberikan manfaat bagi pihak manapun, bahkan cenderung merugikan salah satu atau kedua belah pihak. Sebagai contoh, dapat disebutkan mengenai ketentuan yang ditetapkan oleh dealer mobil yang mengharuskan pembeli untuk tidak mengendarai mobil yang telah dibelinya, suatu kondisi yang jelas tidak sesuai dan berpotensi merugikan konsumen

2) Rukun Akad

Madzhab Hanafi menyatakan bahwa rukun akad hanya terdiri dari satu, yaitu janji (*ijab qobul*), sementara unsur lainnya dianggap sebagai turunan dari ungkapan (*shighat*) dan objek yang menjadi subjek akad (*ma'qud alaih*). Pandangan ini berbeda dengan pendapat mayoritas ulama atau Jumhur Kiyai, yang berpendapat bahwa rukun akad meliputi pihak-pihak yang terlibat dalam akad (*aqid*), objek akad (*ma'qud alaih*), serta cara pengungkapan akad (*shighat*), disertai dengan kebebasan individu dalam melakukan kontrak. Secara fungsional, *aqid* mencakup penjual dan pembeli, *ma'qud alaih* merujuk pada barang dan harga, sementara tujuan atau

maksud dari akad itu sendiri adalah *ijab qobul*, yang dilaksanakan dengan kebebasan untuk berakad.⁵⁶

c. Pengertian Jual Beli

Jual beli menurut bahasa adalah menukar sesuatu dengan sesuatu, sedangkan menurut syara' adalah menukar harta dengan harta menurut cara-cara tertentu (aqad). Jual beli secara lughawi adalah saling menukar. Jual beli dalam bahasa arab disebut dengan *al-bay'*. Sedangkan secara terminologi adalah suatu transaksi yang dilakukan oleh pihak penjual dan pembeli terhadap sesuatu barang dengan harga yang disepakatinya.⁵⁷

d. Bentuk-bentuk Transaksi Jual Beli

1) Ditinjau dari sisi objek:

a) Ba'i Al-Muqayadhah adalah transaksi jual beli yang dilakukan dengan menukar suatu barang dengan barang lain, tanpa menggunakan alat tukar berupa uang.

b) Ba'I Al-Muthlaq adalah bentuk transaksi jual beli yang dilakukan dengan menukar suatu barang dengan barang lain secara langsung atau dalam bentuk alat tukar tertentu, baik berupa uang maupun barang sejenis, sesuai dengan kesepakatan.

c) Ba'I Al-Sharf adalah transaksi jual beli yang melibatkan pertukaran antar satu alat pembayaran dengan pembayaran

⁵⁶ Sohari Sahrani, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2011), 22.

⁵⁷ Umi Hani, *Fiqh Muamalah*, (Banjarmasin: Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjary, 2021), 43.

lainnya yang memiliki nilai tertentu, seperti menukar rupiah dengan dolar atau mata uang lain yang berlaku secara umum.⁵⁸

2) Ditinjau dari serah terima:

- a) Ba'I Naqd adalah transaksi dengan pembayaran langsung atau tunai.
- b) Ba'I Salam adalah jenis transaksi jual beli dalam Islam yang sistem pembayarannya dilakukan secara penuh dimuka, sementara penyerahan barang dilakukan pada waktu yang disepakati di kemudian hari.

3) Ditinjau dari menetapkan harga:

- a) Bai' Musawamah adalah salah satu jenis transaksi jual beli di mana penjual tidak mengungkapkan harga pokok barang, tetapi menetapkan harga jual tertentu yang dapat dinegosiasikan oleh pembeli melalui proses tawar-menawar. Dalam transaksi ini, kesepakatan harga dicapai berdasarkan negosiasi antara kedua belah pihak tanpa adanya keharusan bagi penjual untuk menginformasikan modal atau harga perolehan barang tersebut.
- b) Bai' Wadhi'ah adalah jenis transaksi jual beli di mana penjual memberikan potongan harga (diskon) kepada pembeli, baik karena pembelian dalam jumlah besar atau sebagai strategi

⁵⁸ Akhmad Farroh Hasan, *Fiqh Muamalah dari klasik hingga kontemporer*, 36.

pemasaran. Dalam Islam, diskon diperbolehkan selama dilakukan secara transparan dan tanpa unsur penipuan.⁵⁹

e. Prinsip-prinsip Transaksi Jual Beli

Prinsip-prinsip transaksi jual beli diantaranya yaitu:

1) Keadilan

Pendapat islam mengenai sifat adil merupakan aturan paling utama dalam semua aspek perekonomian. Salah satu ciri keadilan dalam jual beli adalah tidak memaksa konsumen untuk membeli suatu barang dengan harga tertentu, tidak ada monopoli, dan permainan harga.

2) Suka sama suka

Prinsip ini merupakan dalam melakukan jual beli harus sama-sama rela, kerelaan disini adalah kerelaan dalam mengerjakan sesuatu yang berkaitan dengan jual beli atau muamalat.

3) Bersikap benar, amanah dan jujur

Tanpa kebenaran, agama tidak bakal tegak. Bencana terbesar dalam transaksi jual beli adalah meluasnya tindakan dusta dan bathil, seperti berdusta dalam mempromosikan barang dan menetapkan harga.

Amanah dalam jual beli ialah tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak meminimalisir hak orang lain, baik berupa upah ataupun harga dalam jual beli.

⁵⁹ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syari'ah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2013), 105-106.

Pedagang harus berlaku jujur, dan dilandasi supaya orang lain mendapatkan kebaikan dan kebahagiaan. Salah satu sifat curang ialah melipat gandakan harga terhadap orang yang tidak mengetahui harga pasaran.

4) Tidak Mubadzir (Boros)

Islam mengharuskan untuk tidak boros dalam hal apapun. Islam merupakan agama yang memerangi kekikiran dan kebathilan. Islam tidak mengizinkan tindakan mubazir sebab islam mengajarkan supaya konsumen bersikap sederhana.⁶⁰

f. Dasar Hukum Jual Beli dalam Islam

Terdapat beberapa ayat dan hadis tentang jual beli yaitu:⁶¹

1) Surat Al-Baqoroh Ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۚ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ ۚ وَأَمَّا إِلَى اللَّهِ ۚ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Artinya: "Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri, melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba. Barang siapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya".⁶²

⁶⁰ Akhmad Farroh Hasan, *Fiqh Muamalah dari klasik hingga kontemporer*, (UIN Maliki Press, 2018), 36.

⁶¹ Kurnia, Aprilia Ningsih, *Fiqh Muamalah*, (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2021), 93.

⁶² Kementrian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, 61.

2) Surat Al-Baqarah Ayat 198

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ ﴿١٩٨﴾

Artinya: “Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) dari tuhanmu”.⁶³

g. Jual beli yang dilarang

1) Terlarang sebab ahlihah (ahli akad), para ulama sepakat bahwasannya jual beli dikategorikan sah apabila dilakukan oleh orang yang baligh, berakal. Mereka yang di pandang tidak sah jual belinya sebagai berikut:

a) Jual beli yang dilakukan oleh orang yang diluar sadar seperti mabuk, orang gila dan lain sebagainya.

b) Jual beli yang dilakukan oleh anak kecil belum baligh, menurut imam syafi'i, jual beli yang dilakukan oleh anak yang belum baligh tidak sah karena tidak ada ahliyah. Sedangkan menurut ulama malikiyah, hanafiyah dan hanabilah berbeda pendapat mengenai pandangan ini yaitu jual beli yang dilakukan oleh anak yang belum baligh dianggap sah asalkan diizinkan oleh walinya.

c) Jual beli yang dilakukan oleh orang tidak bisa melihat (buta), menurut ulama syafi'iyah jual beli yang dilakukan oleh orang buta tidak sah sebab tidak dapat membedakan barang yang tidak pantas dan yang pantas.

⁶³ Kementrian Agama Republik Indonesia, 41.

- d) Jual beli karena terpaksa, jual beli ini tidak sah, sebab tidak ada keridhoan ketika berakad.
 - e) Jual beli fudul, jual beli ini merupakan akan jual beli milik orang lain tanpa seizinnya. Menurut ulama Hanafiyah dan Malikiyah, jual beli ini tidak sah.
- 2) Terlarang sebab ma'qud alaih (barang jualan), ma'qud alaih merupakan harta yang di jadikan alat pertukaran oleh orang yang akad, yang biasa disebut mabi' (barang jualan) dan harga.
- a) Jual beli *gharar*

Gharar adalah sesuatu yang tidak diketahui pasti benar atau tidaknya. Dalam arti lain yaitu bisnis *gharar* jual beli yang tidak memenuhi perjanjian dan tidak dapat dipercaya, dalam keadaan bahaya, tidak diketahui harga, barang dan kondisi barangnya.

- b) Jual beli yang tidak ada tempat akad, atau tidak diketahui (ghaib).

3) Terlarang sebab syara'

- a) Jual beli riba

Riba secara literal adalah peningkatan dan penambahan. Secara hukum fikih riba mengandung pengertian yaitu tambahan uang yang diberikan ataupun diambil dimana pertukaran uang tersebut dalam bentuk uang yang sama nilainya.

b) Jual beli waktu ibadah sholat jum'at. Sebagaimana Allah SWT

berfirman QS. Al Jumu'ah ayat 9:⁶⁴

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

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, apabila (seruan) untuk melaksanakan salat pada hari Jumat telah dikumandangkan, segeralah mengingat Allah dan tinggalkanlah jual beli. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui.”⁶⁵

h. Standart Kualitas Daging Ayam dalam Transaksi Jual Beli

Dalam transaksi jual beli, kualitas barang menjadi aspek penting yang harus diperhatikan. Salah satu bentuk kualitas tersebut adalah mutu daging ayam yang diperjualbelikan oleh pedagang. Mutu ini telah diatur secara nasional melalui Standar Nasional Indonesia (SNI) 3924:2023 tentang mutu daging ayam, yaitu sebagai berikut:⁶⁶

1) Warna

a) Daging ayam segar yaitu berwarna putih kekuningan atau merah muda cerah tanpa bercak kehijauan, keabuan, atau sedikit kebiruan.

b) Daging ayam tidak segar yaitu memiliki perubahan warna menjadi pucat, kehijauan, sedikit kebiruan, atau gelap yang menandakan kontaminasi atau penurunan kualitas.

⁶⁴ Umi Hani, *Fiqh Muamalah*, 45-46.

⁶⁵ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, 817.

⁶⁶ <https://babel.bsip.pertanian.go.id/berita/karkas-dan-daging-ayam-ras-sni-3924-2023>, diakses pada 21 Maret 2025.

2) Tekstur

- a) Daging ayam segar yaitu kenyal dan elastis saat ditekan, tidak berlendir, serta tidak meninggalkan bekas cekungan setelah ditekan.
- b) Daging ayam tidak segar yaitu lembek, berlendir, atau meninggalkan bekas cekungan setelah ditekan, yang menunjukkan adanya pembusukan.

3) Aroma

- a) Daging ayam segar yaitu memiliki aroma khas daging ayam tanpa aroma menyengat atau busuk.
- b) Daging ayam tidak segar yaitu berbau busuk, asam, atau menyengat yang menandakan adanya pertumbuhan mikroba.

3. Pasar

a. Pengertian Pasar

Pasar merupakan sebuah tempat bertemunya pedagang dan konsumen untuk melaksanakan transaksi jual beli, sarana interaksi social dan budaya masyarakat. Pasar dalam pengertian lain merupakan sebuah mekanisme yang dapat mempertemukan pihak penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi barang maupun jasa, baik berupa bentuk produksi maupun penentuan harga. Pasar juga merupakan suatu elemen ekonomi yang dapat mewujudkan kemaslahatan dan kesejahteraan hidup manusia.

Pasar berfungsi secara umum sebagai distribusi, organisir produk, penetapan nilai, dan pembentukan harga. Dalam menjalankan fungsi distribusi, pasar merupakan suatu media yang menyalurkan sebuah barang ataupun jasa dari produsen kepada konsumen, serta mendekatkan jarak antara produsen dengan konsumen dalam melaksanakan transaksi. Adapun fungsi pasar sebagai penentu suatu penetapan nilai adalah fungsi pasar yang berkaitan dengan apa yang harus dihasilkan oleh suatu perekonomian sehingga produsen cenderung menghasilkan sebuah barang-barang yang sesuai dengan keinginan masyarakat. Sedangkan fungsi pasar sebagai pembentuk harga bahwa harga yang telah menjadi kesepakatan merupakan hasil perhitungan penjual dan pembeli.⁶⁷

b. Macam-macam Pasar

1) Pasar Tradisional

Pasar Tradisional adalah empat bertemunya antara penjual (pedagang) dan pembeli (konsumen) dan didalamnya terjadi interaksi sosial yang alami, penjual ingin menukarkan barang-barangnya dengan sejumlah uang, sebaliknya pembeli menukarkan sejumlah uang dengan bertujuan untuk memperoleh barang atau jasa yang diinginkannya.

Pasar Tradisional merupakan suatu bentuk usaha ritel yang melibatkan banyak pedagang dengan skala kecil. Bangunan yang

⁶⁷Istijabatul Aliyah, "Pemahaman Konseptual Pasar tradisional di Perkotaan", Vol.18, No.2 (Tahun 2017): 2.

ada di pasar tradisional relative sederhana, yang terdiri dari kios-kios, los dan, juga tenda-tenda untuk berjualan dengan suasana yang relative kurang menyenangkan, seperti kurang menjaga kebersihan, sara parker kurang memadai. Keadaan pasar tradisional kurang berkembang dan cenderung tetap tanpa banyak mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Kesan kurang bersih, becek dan harga yang tidak pasti.

Pasar tradisional menyediakan berbagai macam barang yang diperdagangkan merupakan barang kebutuhan sehari-hari, seperti ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian, barang elektronik, jasa dan lain-lain, serta harganya yang relative lebih murah, dan cara pembeliannya menggunakan sistem tawar menawar. Pasar ini memiliki keunggulan tersendiri dibandingkan dengan pasar modern, yaitu dari segi interaksi dan komunikasi social dimana terjadi keakraban antara penjual dan pembeli, serta mengenal konsumen dengan baik.

2) Pasar Modern

Pasar modern merupakan sebuah pasar yang penjual dan pembelinya tidak bertransaksi secara langsung melainkan melihat table harga yang sudah tercantum. Pasar ini berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri (Swalayan) atau dilayani oleh karyawannya, harganya pas dan tidak ada

transaksi tawar menawar didalamnya, serta memiliki tempat yang nyaman dengan berbagai fasilitas yang memadai.

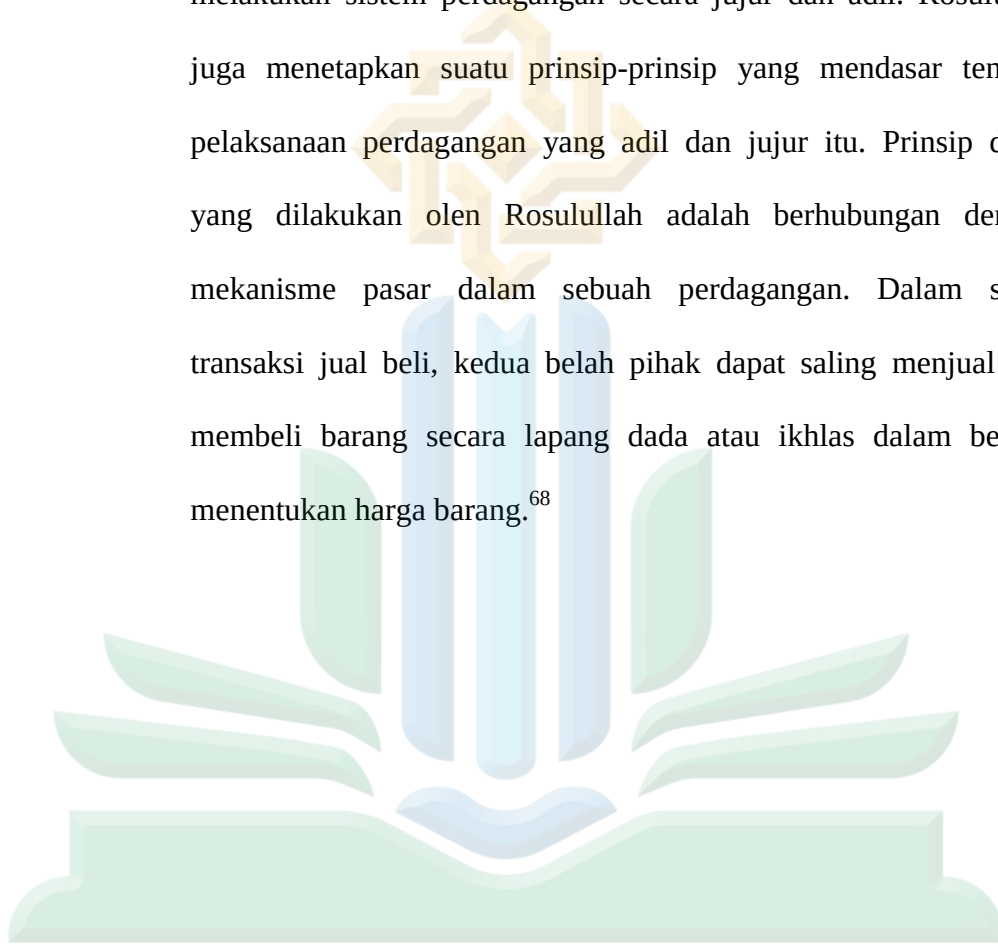
Pasar modern mulai berkembang di Indonesia sejak tahun 1970an, namun pada saat itu terkonsentrasi di kota-kota besar. Namun, pada tahun 1998 perkembangan pasar modern semakin berkembang seiring dengan masuknya investasi asing di sector usaha ritel.

Pasar modern pada umumnya mempunyai persediaan barang di gudang yang telah terukur. Dari segi harganya pasar modern memiliki label harga yang pasti (tercantum harga sebelum dan setelah dikenakan pajak). Barang yang dijualnya memiliki variasi jenis yang beragam. Selain menyediakan barang-barang local, pasar modern juga menyediakan barang impor. Barang yang dijual mempunyai kualitas yang relative lebih mahal dari pada pasar tradisional, dan tentunya kualitas dari barang dagangannya lebih terjamin karena melalui penyeleksian terlebih dahulu secara ketat sehingga barang yang tidak memenuhi persyaratan atau kriteria akan ditolak.

3) Mekanisme Pasar dalam Islam

Islam memandang konsep ekonomi dan perdagangan harus dilandasi oleh nilai-nilai dan etika yang bersumber dari nilai-nilai dasar agama yang menjunjung tinggi tentang suatu kejujuran dan keadilan. Rosulullah SAW telah banyak memberikan contoh dalam

melakukan sistem perdagangan secara jujur dan adil. Rosulullah juga menetapkan suatu prinsip-prinsip yang mendasar tentang pelaksanaan perdagangan yang adil dan jujur itu. Prinsip dasar yang dilakukan oleh Rosulullah adalah berhubungan dengan mekanisme pasar dalam sebuah perdagangan. Dalam suatu transaksi jual beli, kedua belah pihak dapat saling menjual dan membeli barang secara lapang dada atau ikhlas dalam bentuk menentukan harga barang.⁶⁸



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

⁶⁸ Syaparuddin dan Sari Utami, *Islam dan Pasar Tradisional*, (Yogyakarta: Trust Media Center, 2019), 26-32.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini merupakan uraian tentang pendekatan pada penelitian yang dipilih.⁶⁹ Guna membahas permasalahan-permasalahan yang diungkapkan dalam penelitian ini, penting adanya metode yang digunakan dalam pengumpulan data sebagai berikut:

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu penelitian yang dialami oleh subjek, seperti pengamatan dan tindakan lainnya. Dalam bukunya, Sugiyono berpendapat bahwa metode penelitian kualitatif merupakan suatu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dimana peneliti adalah instrument kunci.⁷⁰

Sedangkan jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif.

Penulis memilih jenis penelitian deskriptif untuk memahami yang ada di lapangan dengan menggambarkan, mengungkap kemudian menjelaskan dan menyajikan secara deskriptif. Data dihimpun dengan disertai catatan-catatan hasil wawancara yang mendalam serta hasil analisis dokumen dan catatan. Penelitian kualitatif bersifat deskriptif apabila data sudah terkumpul berbentuk kata-kata atau gambar, selanjutnya dideskripsikan sehingga dapat dipahami oleh orang lain.⁷¹

⁶⁹ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (IAIN JEMBER, 2020), 46.

⁷⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2018), 9.

⁷¹ Sugiyono, 7.

Adapun alasan peneliti memilih metode kualitatif karena bertujuan untuk memahami suatu peristiwa atau fenomena secara lebih holistik/menyeluruh, tidak hanya bagian-bagian dari peristiwa. Untuk dapat menggali makna mendalam itu diperlukan interaksi antara peneliti dengan subjek secara intensif, baik melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Metode penelitian kualitatif menggunakan tiga cara pengumpulan data:

1. Wawancara mendalam.
2. Observasi langsung.
3. Dokumentasi.

Dari interview yang dilakukan oleh peneliti akan diperoleh pernyataan langsung dari informan mengenai pengalaman, pendapat, perasaan, dan pengetahuan seseorang tentang judul yang diangkat oleh peneliti yaitu etika bisnis islam.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian menunjukkan dimana penelitian dilakukan.⁷² Suatu bidang studi biasanya meliputi beberapa tempat yaitu desa, organisasi, peristiwa dan unit analisis.

Penelitian ini dilakukan di Pasar Wonosari, berlokasi di Jl. Situbondo, Kecamatan Wonosari, Kabupaten Bondowoso, Provinsi Jawa Timur. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa pasar ini dipilih karena memiliki jam operasional yang panjang yaitu dimulai dari jam 02:30 dini hari hingga 17:00 WIB. Dengan operasional yang panjang, tentunya

⁷² Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 47.

peneliti memiliki fleksibilitas waktu yang luas dalam proses pengumpulan data, seperti wawancaranya lebih optimal, serta melakukan observasi mendalam terhadap berbagai aktivitas transaksi jual beli yang berlangsung.

Selain faktor jam operasional, pemilihan Pasar Wonosari juga didasarkan pada wawancara pendahuluan yang mengindikasikan adanya praktik jual beli yang belum diterapkan dengan baik. Seperti kurangnya transparansi dalam proses transaksi. Temuan awal ini menjadi suatu faktor dalam menentukan lokasi, karena pasar ini relevan untuk dikaji lebih lanjut.

C. Subyek Penelitian

Adapun yang menjadi obyek penelitian adalah pihak-pihak yang bertanggung jawab dan kompeten dalam memberikan informasi yang dibutuhkan penulis. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive*, yaitu menggunakan sumber data dengan pertimbangan tertentu. Sampel diambil tidak secara acak tetapi ditentukan sendiri oleh peneliti.

Adapun pertimbangan yang akan digunakan sebagai subyek dalam penelitian sebagai berikut:

Ada beberapa informan dalam penelitian ini yaitu:

1. Pedagang daging ayam di Pasar Wonosari Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso
2. Konsumen daging ayam di Pasar Wonosari Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode dalam mengumpulkan data yaitu:

1. Metode Observasi (*pengamatan*)

Dalam metode observasi peneliti tidak hanya mengamati objek penelitian, akan tetapi juga mencatat isi dari objek tersebut. Metode observasi ini merupakan suatu proses pengumpulan data penelitian, dimana peneliti melihat suatu keadaan penelitian guna mencapai tujuan pengamatan. Menurut Young dan Schmidt menyatakan bahwasannya observasi didefinisikan sebagai pengamatan sistematis berkenaan dengan perhatian terhadap fenomena-fenomena yang nampak.⁷³

Dari proses pelaksanaan, proses pengumpulan data, observasi dibedakan menjadi 2 yaitu:

a. Observasi Partisipatif

Dalam observasi ini, peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau digunakan sebagai sumber dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah untuk mendapatkan data penelitian. Sambil melakukan pengamatan peneliti ikut melakukan apa yang dikerjakan oleh sumber data, dan ikut merasakan suka dukanya. Dengan observasi ini, maka data yang

⁷³ Sa'at, Sulaiman dan Sitti Mania, *Pengantar Metode Penelitian*, (Sulawesi Selatan, Pusaka Almada: 2020), 94-95.

diperoleh akan lebih lengkap, dan sampai mengetahui pada tingkat makna dari setiap perilaku yang nampak.

b. Observasi Non Partisipatif

Observasi Non Partisipatif adalah observasi yang dilakukan dimana peneliti mengamati perilaku dari jauh tanpa ada interaksi dengan subjek yang sedang diteliti.⁷⁴

Berdasarkan hal di atas, penelitian ini menggunakan teknik observasi non partisipatif. Dalam hal ini peneliti hanya sebagai pengamat tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut. Adapun data yang ingin diperoleh melalui observasi ini adalah aktivitas dalam pelaksanaan implementasi etika bisnis islam dalam transaksi jual beli daging ayam di Pasar Wonosari Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso.

2. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan masalah yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan wawancara semi terstruktur, dimana dalam pelaksanaannya peneliti mengajukan pertanyaan secara bebas, pokok-pokok pertanyaan yang dirumuskan tidak perlu

⁷⁴ Djam'an Satori, *Metodelogi Penelitian Kualitatif* (Bandung:Alfabeta, 2014), 119.

dipertanyakan secara berurutan dan pemilihan kata-katanya juga tidak baku. Namun, Pertanyaan dapat dimodifikasi saat wawancara berdasarkan situasinya.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, gambar, hasil karya. Dokumen yang diperoleh kemudian dianalisis, dibandingkan dan dipadukan membentuk satu kajian yang sistematis, terpadu dan utuh. Studi dokumentasi ini tidak sekedar mengumpulkan dan menuliskan atau melaporkan dalam bentuk kutipan-kutipan tentang sejumlah dokumen. Hasil penelitian yang dilaporkan adalah hasil analisis terhadap dokumen-dokumen tersebut.⁷⁵

Metode ini digunakan untuk menggali data mengenai:

- a. Profil Pasar Wonosari Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso
- b. Visi dan Misi Pasar Wonosari Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso

E. Analisis Data

Analisis data menurut Bogdan dan Biklen dalam bukunya Moloeng adalah suatu upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satu yang dapat dikelola, mensestensikannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa

⁷⁵ Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya), 250.

yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan terhadap orang lain.⁷⁶

Adapun langkah-langkah dalam teknik analisis data dalam penelitian ini adalah:

1. Reduksi Data

Mereduksi berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulannya data selanjutnya, dan mencarinya jika diperlukan. Dalam reduksi data ini peneliti merangkum data dan memilih hal-hal pokok dan membuang hal-hal yang dianggap tidak sesuai dengan judul penelitian.

2. Penyajian Data

Penyajian data adalah “sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan”. Langkah ini dilakukan dengan menyajikan sekumpulan informasi yang tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Hal ini dilakukan dengan alasan data-data yang diperoleh selama proses penelitian kualitatif biasanya berbentuk narasi sehingga memerlukan penyederhanaan tanpa mengurangi isinya. Penyajian data dilakukan untuk dapat melihat gambaran keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari gambaran keseluruhan. Pada tahap ini peneliti berupaya mengklasifikasikan dan

⁷⁶ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian*, 248.

menyajikan data sesuai dengan pokok permasalahan yang diawali dengan pengkodean pada setiap subpokok permasalahan.

Penelitian dalam hal ini melakukan perubahan dari rekaman menjadi tulisan secara verbatim dengan proses mendengar hasil rekaman berulang-ulang kali sehingga peneliti mengerti hasil dari wawancara, kemudian dianalisis, sehingga didapat gambaran pada hal yang diteliti. Selanjutnya dilakukan interpretasi secara keseluruhan, dimana di dalamnya mencakup mencakup keseluruhan dan kesimpulan dari hasil penelitian.

3. Kesimpulan dan Verifikasi

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan adalah kesimpulan yang kredibel.⁷⁷

F. Keabsahan data

Keabsahan data merupakan suatu aspek krusial yang harus dipastikan supaya hasil penelitian dapat dipercaya dan dipertanggung jawabkan. Untuk mencapai suatu keabsahan tersebut, dilakukan proses pengecekan data dengan

⁷⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 247-252.

metode yang sistematis dan objektif. Salah satu pendekatan yang digunakan adalah triangulasi sumber.

Triangulasi sumber adalah suatu proses untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber data. Data dari berbagai sumber data, akan dideskripsikan, dikategorisasikan, dimana pandangan yang sama, mana yang berbeda, dan mana yang spesifik dari sumber-sumber data tersebut, dan tidak bisa dirata-ratakan seperti yang dilakukan dalam penelitian kualitatif.

Triangulasi sumber data adalah menggali kebenaran mengenai informasi tertentu melalui berbagai sumber perolehan data. Sebagai contoh, selain melakukan wawancara dengan informan, peneliti juga dapat menggunakan observasi langsung (*participant observation*) serta memanfaatkan sumber lain seperti dokumen tertulis, arsip, catatan sejarah, dokumen resmi, tulisan pribadi, atau foto. Setiap metode ini akan menghasilkan perspektif yang berbeda terkait fenomena yang diteliti. Keberagaman perspektif ini membantu memperdalam pemahaman terhadap data, sehingga validitas informasi yang diperoleh menjadi lebih kuat dan dapat dipercaya.⁷⁸

G. Tahapan-tahapan Penelitian

Tahapan-tahapan penelitian ini menguraikan rencana pelaksanaan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti, mulai dari tahap pra lapangan, tahap

⁷⁸ Sapto Haryoko, Bahartiar dan Fajar Awardi, *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, & Prosedur Analisis)*, (Makasar: Badan Penerbit Universitas Negeri Makasar 2020), 414.

enelitian lapangan, dan tahap akhir. Terdapat tahapan penelitian yang akan dilakukan dalam penelitian ini sebagai berikut:⁷⁹

1. Tahap Pra Lapangan
 - a. Menyusun rencana penelitian
 - b. Memilih lapangan penelitian
 - c. Menyusun surat izin peneliti
 - d. Memilih informan
 - e. Menyiapkan perlengkapan penelitian
2. Tahap penelitian lapangan
 - a. Memahami latar belakang dan tujuan penelitian
 - b. Memasuki lokasi penelitian
 - c. Mencari sumber data yang telah ditentukan oleh subjek penelitian
 - d. Pengumpulan data yang belum lengkap
3. Tahap akhir penelitian
 - a. Menganalisa data dengan menggunakan prosedur penelitian yang telah ditetapkan
 - b. Mengurus perizinan selesai penelitian
 - c. Menyajikan hasil data dalam bentuk laporan
 - d. Merevisi laporan yang telah disempurnakan

⁷⁹ Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Makasar: CV. Syakur Media Press, 201), 108.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

Bagian ini akan mendeskripsikan gambaran umum tentang objek penelitian dan diikuti oleh sub-sub bahasan yang telah disesuaikan dengan fokus yang diteliti.

1. Gambaran Umum Pasar Wonosari⁸⁰

Pasar Wonosari adalah salah satu pasar tradisional yang berada di kecamatan Wonosari yang berpotensi melayani kebutuhan, keperluan masyarakat perkotaan maupun pedesaan, khususnya masyarakat kecamatan Wonosari dan masyarakat lainnya. Pasar wonosari merupakan pasar tradisional yang berpotensi melayani keperluan masyarakat lain. Karakteristik Umum Pasar Wonosari berkaitan dengan Jam Operasional yaitu dimulai dari jam 02:30 WIB sampai dengan 17:00 WIB setiap

harinya. Pasar Wonosari terdapat usaha beragam dan menyatu dalam lokasi yang sama. Namun meskipun semua berada pada lokasi yang sama setiap barang dagangannya menjual barang yang berbeda.

Sebagian besar barang yang diperjual belikan adalah berbahan lokal. Barang dagangan yang dijual merupakan hasil bumi yang dihasilkan oleh masyarakat sekitar yang berada tidak jauh dari daerah tersebut seperti Banyuwangi, Situbondo, dan Jember.

⁸⁰ Profil Pasar Wonosari (Dokumen tidak dibuplikasikan), 2.

2. Batas Wilayah Pasar Wonosari⁸¹

Lokasi wilayah Pasar Wonosari berbatasan dengan:

- a. Sebelah Selatan : Pemukiman Warga
- b. Sebelah Utara : Bersebrangan dengan Kantor Kecamatan Wonosari.
- c. Sebelah Timur : Bersebrangan dengan pertokoan dan Pemukiman.
- d. Sebelah Barat : Masjid dan Pemukiman Warga.

3. Luas Wilayah Pasar Wonosari⁸²

Luas 3.384 M² terdiri dari:

- a. Luas Bangunan Lantai satu : 2.064 M²
- b. Luas Bangunan Lantai dua : 1.320 M²

4. Kondisi Pasar Wonosari⁸³

Adapun kondisi Pasar Wonosari adalah sebagai berikut:

- a. Kebersihan Pasar : Kebersihan pasar belum optimal, tidak semua pedagang dan pembeli membuang sampah pada tempatnya.
- b. Fasilitas Umum : Area parkir cukup luas, tetapi tidak memiliki marka yang jelas sehingga terkadang kendaraan parkir tidak beraturan.

⁸¹ Kepala Pasar Wonosari, diwawancara oleh Penulis, Bondowosom 23 November 2024.

⁸² Profil Pasar Wonosari, 3

⁸³ Observasi di Pasar Wonosari, 20 Oktober 2024.

- c. Lantai Pasar : Lantai berkeramik, namun masih terdapat beberapa titik terutama tangganya cukup licin karena terkadang terkena air sisa dagangan.
- d. Dinding Pasar : Fasilitas di Pasar sebagian besar merupakan kios yang meurupakan dinding tembok.

5. Potensi Pasar Wonosari⁸⁴

Pasar Wonosari merupakan pasar tradisional yang sangat berpotensi melayani keperluan, kebutuhan masyarakat Wonosari khususnya. Pasar Wonosari cukup ramai akan pembeli setiap harinya dikarenakan harganya yang sangat terjangkau dan kelengkapan bahan-bahan pokok untuk kebutuhan sehari-hari, akan tetapi sebagian pedagang berhimpitan sehingga mengakibatkan sebagian jalan yang digunakan untuk pejalan kaki menjadi sempit.

6. Jumlah Pedagang⁸⁵

Tabel 4.1
Daftar Jumlah Pedagang Pasar Wonosari

No	Bangunan	Jumlah Pedagang
1	Toko	5 Unit
2	Kios	180 Unit
3	Los	480 Unit
	Jumlah	665 Unit

Sumber: Kantor Pasar Wonosari

⁸⁴ Kepala Pasar, diwawancara oleh Penulis, Bondowoso, 23 November 2024.

⁸⁵ Profil Pasar Wonosari, 4.

7. Jenis Dagangan⁸⁶

Adapun jenis-jenis dagangan yang tersedia di Pasar Wonosari ini yaitu:

- a. Daging ayam
- b. Daging sapi
- c. Sembako
- d. Sayur mayur
- e. Nasi
- f. Barang kelontongan
- g. Ikan kering dan basah
- h. Makanan ringan

8. Sejarah Pasar Wonosari⁸⁷

Pasar Wonosari berdiri kurang lebih sejak tahun 1960 silam, yang mana pada awal berdirinya Pasar Wonosari terdiri dari kios-kios sederhana yang dibangun dari bahan bambu dan kayu, serta kondisi lantai pasar tersebut awalnya hanya berupa tanah.

Seiring berjalannya waktu, Pasar Wonosari menghadapi peristiwa yang menimpa yaitu berupa kebakaran yang tergolong besar pada tahun 2008 yang menghancurkan seluruh isi pasar, yang mana kebakaran tersebut tidak hanya menghancurkan fisik pasar tetapi juga mengguncang ekonomi pedagang yang menggantungkan hidupnya disana.

⁸⁶ Profil Pasar Wonosari, 2.

⁸⁷ Profil Pasar Wonosari, 1.

Kebakaran yang menimpa Pasar Wonosari tentunya membuat para pedagang kebingungan untuk mencari cara supaya bisa tetap berjualan dan memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka. Maka pemerintah sekitar memutuskan sementara waktu untuk mengalokasikan kegiatan jual beli ke area lapangan sebelah timur UPTD Pendidikan Kecamatan Wonosari sebagai tempat darurat untuk menampung para pedagang dan melanjutkan aktivitas perdagangan hingga proses renovasi pasar selesai dilakukan.

Pasar Wonosari berhasil menyelesaikan proses renovasi secara menyeluruh pada tahun 2013, setelah melalui proses pembangunan yang lumayan cukup panjang dan memakan waktu yaitu sekitar 5 tahunan.

Renovasi pasar ini tidak hanya membangun ulang bangunan pasar yang rusak akibat kobaran api, akan tetapi menghadirkan wajah baru bagi Pasar Wonosari dengan desain yang lebih menarik, yang mana awalnya pasar ini hanya memiliki satu lantai, namun sekarang menjadi dua lantai.

Renovasi besar-besaran yang dilakukan di Pasar Wonosari tidak hanya menjadikan pasar dengan dua lantai, namun juga mengubah deretan kios yang dulunya belum tertata rapi, sekarang pasar ini dilengkapi dengan deretan kios yang tertata rapi untuk berbagai jenis dagangan, serta lantai yang dulunya hanya sebatas lantai tanah, namun sekarang sudah diganti dengan lantai keramik, sehingga memudahkan pedagang dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli.

Perubahan ini tidak hanya meningkatkan fungsi pasar sebagai pusat perdagangan, akan tetapi juga memberikan suasana baru yang lebih

profesional dan mendukung aktivitas ekonomi masyarakat di Daerah Wonosari.

9. Visi dan Misi Pasar Wonosari⁸⁸

Dengan adanya visi dan misi yang telah ditetapkan, Pasar Wonosari diharapkan dapat terus berkembang menjadi pusat perdagangan yang tidak hanya memenuhi kebutuhan ekonomi masyarakat, akan tetapi juga menciptakan lingkungan yang nyaman, dan inklusif. Visi dan Misi ini juga menjadi pedoman bagi seluruh pihak yang terlibat dalam pengelolaan pasar, mulai dari pengurus hingga pedagang, untuk bekerja sama dalam menciptakan lingkungan pasar yang ideal. Dengan kolaborasi yang erat, diharapkan Pasar Wonosari dapat menjadi model pasar yang tidak hanya unggul dalam aspek ekonomi, tetapi juga dalam menciptakan keberlanjutan sosial dan kesejahteraan bagi seluruh komunitas yang ada.

Adapun visi dan misinya sebagai berikut:

a. Visi

Menjadikan pasar tradisional sebagai pusat kegiatan ekonomi masyarakat yang modern, bersih, ramah lingkungan, dan berdaya saing tinggi, sekaligus mempertahankan nilai-nilai budaya lokal serta menjadi motor penggerak kesejahteraan sosial dan ekonomi masyarakat.

⁸⁸ Profil Pasar Wonosari, 5.

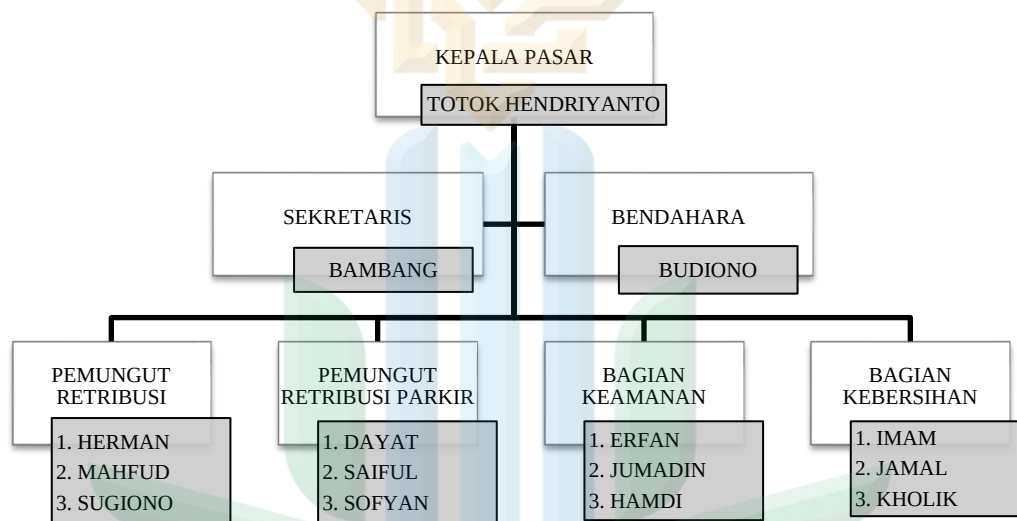
b. Misi

- 1) Mengembangkan fasilitas pasar yang aman, nyaman, dan bersih untuk mendukung aktivitas perdagangan yang efektif.
- 2) Melestarikan nilai-nilai budaya lokal dengan mempertahankan karakter dan tradisi pasar tradisional sebagai bagian dari warisan budaya yang berharga.
- 3) Mengelola pasar dengan prinsip profesionalisme, transparansi, dan akuntabilitas untuk menciptakan kepercayaan antara pedagang dan pembeli.
- 4) Memastikan pasar memiliki standart keamanan yang baik serta mendukung lingkungan yang higienis untuk kegiatan perdagangan.
- 5) Memastikan distribusi barang yang cepat dan aman untuk menjaga kualitas produk di pasar.
- 6) Mewujudkan pelayanan yang baik kepada pengguna fasilitas Pasar baik para pedagang maupun pembeli.

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

10 Strktur Organisasi Pasar Wonosari⁸⁹

Gambar 4.2
Struktur Organisasi Pasar Wonosari



Struktur organisasi Pasar Wonosari disusun berdasarkan sistem yang tercantum dalam Profil Pasar Wonosari. Struktur ini berfungsi untuk mengatur tata kelola pasar secara optimal, memastikan koordinasi yang baik antar pihak terkait, serta mendukung kelancaran operasional sesuai dengan regulasi yang berlaku.

B. Penyajian Data dan Analisis

Penelitian merupakan suatu proses untuk menggali, menemukan dan mendeskripsikan kembali hasil yang sudah didapatkan dalam penelitian sehingga dapat diketahui data yang valid dan dapat menguji teori-teori yang telah dilakukan oleh peneliti. Baik itu berupa laporan hasil observasi, wawancara dan perolehan data dari dokumentasi yang telah didapat peneliti selama melaksanakan penelitian lapangan.

⁸⁹ Profil Pasar Wonosari, 4.

Penyajian data merupakan suatu bagian penting dalam proses memaparkan data yang diberikan dalam penelitian disesuaikan dengan rumusan masalah, adapun penyajian data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Transaksi Jual Beli Daging Ayam di Pasar Wonosari Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso.

Transaksi merupakan proses pertukaran antara penjual dan pembeli yang melibatkan kesepakatan harga, metode pembayaran, serta aspek lain yang mempengaruhi jalannya jual beli. Dalam konteks perdagangan di Pasar Wonosari, transaksi jual beli daging ayam berlangsung dengan dua sistem utama, yaitu sistem tawar-menawar dan sistem harga tetap dengan diskon. Selain itu, metode pembayaran yang paling umum digunakan dalam transaksi ini adalah pembayaran tunai. Masing-masing sistem memiliki karakteristik tersendiri yang mempengaruhi dinamika jual beli di pasar ini.

Di Pasar Wonosari, transaksi jual beli daging ayam diawali dengan interaksi antara pedagang dan pembeli. Konsumen biasanya mendatangi lapak pedagang langganan atau membandingkan harga di beberapa tempat sebelum memutuskan membeli. Setelah itu, mereka akan menanyakan harga dan memilih metode transaksi yang diinginkan. Hal tersebut dijelaskan oleh Pedagang A bahwa:

Biasanya pembeli datang menanyakan harga, saya langsung menjelaskan harga serta kualitasnya dengan senyuman supaya konsumen juga puas dengan pelayanan kita. Jika setuju dengan

harga serta kualitasnya, mereka langsung membayar, dan saya akan memberikan daging sesuai permintaan konsumen.⁹⁰

Dalam transaksinya, pedagang menerapkan sistem tawar-menawar.

Hal tersebut dijelaskan oleh Pedagang B bahwa:

Jika konsumen menawarkan harga daging ayam, tetap saya perbolehkan, tetapi terlebih dahulu melihat harga modalnya. Jika harga yang ditawarkan masih menguntungkan, saya pasti akan memberikannya. Namun, jika harga yang ditawarkan terlalu jauh dari harga modal, saya tidak mungkin menjualnya dengan harga tersebut.⁹¹

Akan tetapi, dalam praktiknya terdapat pedagang yang memilih tidak menerapkan sistem tawar-menawar, dan memilih sistem diskon jika membeli dalam jumlah besar. Hal ini disampaikan oleh Pedagang D bahwa “Saya tidak menerapkan sistem tawar-menawar. Namun, saya memberikan diskon kepada konsumen jika membeli dalam jumlah besar.”⁹²

Lebih lanjut, Pedagang D memberikan simulasi harga diskon yang diberikan bahwa “Apabila konsumen membeli 10-15 kg, maka akan diberikan diskon sekitar 1-3%, dan jika terdapat konsumen membeli lebih dari 20 kg, maka akan diberikan diskon sebesar 4-5%.”⁹³

Pedagang A juga mengatakan bahwa “Saya lebih suka memberikan harga tetap, supaya pembeli tidak perlu menawar lama. Tapi kalau

⁹⁰ Pedagang A, diwawancara oleh Penulis, Bondowoso, 1 November 2024.

⁹¹ Pedagang B, diwawancara oleh Penulis, Bondowoso, 1 November 2024.

⁹² Pedagang D, diwawancara oleh Penulis, Bondowoso, 1 November 2024.

⁹³ Pedagang D, diwawancara oleh Penulis, Bondowoso, 1 November 2024

konsumen membeli beli dalam jumlah banyak, misal 10 kg, saya tetap kasih diskon”⁹⁴

Selain metode transaksi, sistem pembayaran juga menjadi aspek penting dalam jual beli. Pedagang dan pembeli menggunakan sistem pembayaran tunai. Sebagaimana disampaikan oleh Pedagang C bahwa “Sitem pembayaran yang saya lakukan secara tunai, tidak menerapkan sistem berhutang. Kerena jika berhutang, akan susah untuk memutar modal perdagangan mas.”⁹⁵

Pernyataan tersebut didukung oleh Pedagang B bahwa “Pembayaran biasanya memang dilakukan secara langsung mas, sistem ini juga membuat transaksinya lebih mudah. Jika memperbolehkan konsumen berhutang, pedagang akan susah untuk memutar modalnya kembali.”⁹⁶

Meskipun transaksi di Pasar Wonosari umumnya berjalan dengan baik, masih ditemukan praktik yang kurang transparan. Terdapat pedagang yang terkadang mencampurkan daging ayam berkualitas rendah dengan yang lebih baik tanpa sepengetahuan konsumen. Hal ini dikeluhkan oleh Konsumen 1 bahwa “Saya pernah membeli daging ayam kepada Pedagang D yang sekilas terlihat bagus, tapi setelah sampai rumah, ternyata ada bagian satu atau dua potong yang kurang baik, seperti berwarna kebiruan dan berbau menyengat.”⁹⁷

⁹⁴ Pedagang A, diwawancara oleh Penulis, Bondowoso, 1 November 2024.

⁹⁵ Pedagang C, diwawancara oleh Penulis, Bondowoso, 1 November 2024.

⁹⁶ Pedagang B, diwawancara oleh Penulis, Bondowoso, 1 November 2024.

⁹⁷ Konsumen 1, diwawancara oleh Penulis, Bondowoso, 1 November 2024.

Konsumen 2 juga mengatakan bahwa “Saya sekarang lebih berhati-hati dalam memilih daging ayam, karena pernah mengalami kualitas daging yang tidak sesuai dengan yang saya harapkan, yaitu sebagian kecil dagingnya sedikit lengket, serta menimbulkan bau menyengat.”⁹⁸

Dengan demikian, transaksi jual beli daging ayam di Pasar Wonosari mencerminkan dua metode utama, yaitu sistem tawar-menawar dan harga tetap dengan diskon, serta menggunakan metode pembayaran tunai sebagai sistem utama. Meskipun mayoritas transaksi berjalan dengan lancar, terdapat tantangan seperti ketidaktransparanan dalam kualitas barang masih menjadi perhatian bagi sebagian konsumen.

2. Transaksi Jual Beli Daging Ayam di Pasar Wonosari Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso ditinjau etika bisnis Islam.

Dalam melakukan suatu transaksi jual beli para pelaku usaha bisnis khususnya pedagang harus memperhatikan ketentuan syariat Islam yang berlaku dan menerapkan ajaran Islam dalam kegiatan jual belinya. Etika dalam berbisnis sangatlah penting, dikarenakan Rasulullah juga menerapkannya. Tujuan etika bisnis dalam Islam merupakan suatu bentuk mengajarkan manusia untuk menjalin kerja sama, saling tolong menolong, dan menjauhkan diri dari sifat iri dan dengki, yang intinya menjauhkan dari ketidaksesuaian ajaran Islam. Kejujuran merupakan point utama untuk mendapatkan keberkahan dari Allah SWT, oleh karena itu pemahaman

⁹⁸ Konsumen 2, diwawancara oleh Penulis, Bondowoso, 1 November 2024.

mengenai kejujuran harus diterapkan oleh setiap pedagang dalam menjalankan usahanya.

Etika bisnis Islam berperan penting dalam menjaga keadilan, kejujuran, dan keberkahan dalam aktivitas jual beli, termasuk transaksi jual beli daging ayam. Prinsip etika bisnis Islam menjadi dasar dalam aktivitas perdagangan meliputi Tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan ihsan.

Dalam penelitian ini, informan seperti pedagang, dan konsumen menjelaskan bagaimana penerapan prinsip-prinsip tersebut dalam aktivitas jual beli daging ayam di Pasar Wonosari. Berikut adalah prinsip-prinsip yang diterapkan dalam proses transaksi jual beli:

a. Prinsip Tauhid

Prinsip tauhid merupakan pondasi utama dalam etika bisnis Islam. Tauhid menanamkan kesadaran bahwa setiap aktivitas bisnis bukan hanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan, tetapi juga merupakan bagian dari ibadah kepada Allah SWT.

Hasil wawancara dengan Pedagang B menunjukkan bahwa beliau menyadari pentingnya menjaga kejujuran karena merasa diawasi oleh Allah SWT:

Saya tidak begitu mengetahui dengan pasti bagaimana sebenarnya konsep etika bisnis Islam, tapi dalam berdagang ini saya selalu ingat bahwa Allah maha meihat yang kita lakukan. Kalau kita curang, itu sama saja seperti kita merugikan diri sendiri di hadapan Allah, maka dari itu saya selalu bersikap jujur, dan adil.⁹⁹

⁹⁹ Pedagang B, diwawancara oleh Penulis, Bondowoso 1 November 2024.

Pedagang A juga menegaskan dalam berdagang bukan hanya mencari keuntungan, tetapi juga sebagai bentuk ibadah. Sebagaimana disampaikan bahwa “Saya dalam bertransaksi sangat berhati-hati, kalau kita berdagang, itu bukan cuma cari untung, tapi juga ibadah, jika kita curang, nanti rezeki kita tidak berkah.”¹⁰⁰

Pedagang D juga mengatakan bahwa “Saya dalam bertransaksi selalu adil dan jujur, karena saya meyakini setiap transaksi diawasi oleh Allah SWT”¹⁰¹

Meskipun pedagang telah berusaha menjaga kejujuran dalam bisnisnya, masih terdapat praktik yang belum sepenuhnya mencerminkan prinsip tauhid, terutama dalam hal transparansi kualitas daging ayam. Hal ini disampaikan oleh Konsumen 3 bahwa:

Masih terdapat segelintir pedagang kurang teliti dalam menjaga kualitas daging yang dijual. Saat di Pasar, daging yang dibungkus terlihat segar, tetapi setelah sampai di rumah, saya perhatikan sebagian warnanya agak pucat dan mengeluarkan aroma kurang sedap.¹⁰²

Kejadian tersebut dialami oleh Konsumen 3, sekitar empat bulan yang lalu, saat membeli daging ayam di Pasar Wonosari. Beliau baru menyadari kondisi daging yang lebih rendah. Setelah tiba di rumah, yang menguatkan dugaan bahwa pedagang tertentu masih melakukan praktik pencampuran kualitas daging tanpa sepengetahuan pembeli.

¹⁰⁰ Pedagang A, diwawancara oleh Penulis, Bondowoso 1 November 2024.

¹⁰¹ Pedagang D, diwawancara oleh Penulis, Bondowoso 1 November 2024.

¹⁰² Konsumen 3, diwawancara oleh Penulis, Bondowoso 1 November 2024.

Hal ini juga diperkuat oleh pernyataan Konsumen 1 yang mengatakan bahwa:

Sebulan yang lalu, saya mengalami kejadian saat membeli daging ayam dari Pedagang D. Ternyata, terdapat sedikit campuran antara daging yang segar dengan yang lebih rendah. Saat di pasar, daging terlihat baik, tetapi setelah sampai di rumah, baru terlihat kualitasnya mengeluarkan bau menyengat dan sedikit berlendir.¹⁰³

Lebih lanjut, Konsumen 1 mengatakan bahwa “Masih ada beberapa pedagang yang kurang teliti dalam menjaga kualitas dagangannya. Namun, saya paling sering menjumpai bahwa daging yang dijual oleh Pedagang D, sebagian kecil dagingnya kurang segar dan kadang sedikit berlendir.”¹⁰⁴

Hasil dari kegiatan ini membuktikan bahwa terdapat ketidaksesuaian antara pernyataan pedagang dan pengalaman konsumen dalam penerapan prinsip tauhid. Pedagang mengaku melaksanakan kejujuran dan menjaga kehalalan. Namun, konsumen menemukan praktik kecurangan seperti

pencampuran daging yang kurang layak konsumsi oleh beberapa pedagang.

Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kesadaran pedagang dan realitas di lapangan.

b. Prinsip Keseimbangan

Keseimbangan dalam konteks bisnis Islam diharuskan berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Keseimbangan harus diterapkan dari berbagai aspek, seperti kualitas maupun kuantitas pada setiap takaran.

¹⁰³ Konsumen 1, diwawancara oleh Penullis, Bondowoso 1 November 2024.

¹⁰⁴ Konsumen 1, diwawancara oleh Penulis, Bondowoso 1 November 2024.

Dalam praktiknya, pedagang daging ayam di Pasar Wonosari sangat memerhatikan keakuratan timbangan dalam transaksi jual beli. Hal ini disampaikan oleh Pedagang A bahwa:

Saya rutin memeriksakan timbangan agar tetap akurat. Biasanya, saya melakukan kalibrasi sebulan sekali di jasa kalibrasi swasta di Bondowoso. Selain itu, petugas dari Disperindag juga datang secara berkala, biasanya setiap satu atau dua bulan sekali. Dengan timbangan yang akurat, transaksi saya bisa berjalan adil.¹⁰⁵

Pernyataan tersebut, didukung oleh Bapak Totok Hendriyanto selaku Kepala Pasar Wonosari bahwa:

Petugas kalibrasi datang setiap satu atau dua bulan sekali untuk memeriksa timbangan pedagang. Mereka menggunakan alat khusus untuk mengecek keakuratan. Jika ada ketidaksesuaian, timbangan langsung dikalibrasi atau diberi tanda untuk diperbaiki. Pedagang mendukung kegiatan ini karena sadar pentingnya menjaga kejujuran dalam timbangan.¹⁰⁶

Selain itu, pedagang tidak tergesa-gesa dalam menyelesaikan transaksi. Pernyataan ini didukung oleh Pedagang B yang menyatakan bahwa “Saya selalu memastikan timbangan akurat dengan memeriksanya secara detail sebelum menyelesaikan transaksi, karena saya tidak ingin tergesa-gesa karena khawatir timbangannya kurang.”¹⁰⁷

Beberapa pedagang siap menimbang ulang jika konsumen kurang puas akan takaran timbangan. Hal ini disampaikan oleh Pedagang C bahwa “Saya tidak pernah tergesa-gesa dalam menyelesaikan transaksi, kalau ada

¹⁰⁵ Konsumen A, diwawancara oleh Penulis, Bondowoso 1 November 2024.

¹⁰⁶ Totok Hendriyanto (Kepala Pasar), diwawancara oleh Penulis, Bondowoso, 1 November 2024.

¹⁰⁷ Konsumen B, diwawancara oleh Penulis, Bondowoso 1 November 2024.

konsumen yang merasa ada yang kurang dalam timbangan, saya siap menimbang ulang demi kenyamanan konsumen mas.”¹⁰⁸

Pernyataan tersebut didukung oleh Konsumen 5 mengatakan bahwa “Selama saya berbelanja daging ayam di Pasar ini selalu akurat timbangannya, mayoritas pedagang tidak teresa-gesa dalam menyelesaikan transaksinya, serta sangat memerhatikan saat menimbang.”¹⁰⁹

Konsumen 4 juga mendukung pernyataan pedagang bahwa “Terkait takaran daging ayam, sejauh ini selalu akurat. Soalnya saya pernah menimbang ulang, dan hasilnya tetap sama seperti timbangan waktu di Pasar.”¹¹⁰

Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa prinsip keseimbangan dalam aspek takaran sudah berjalan dengan baik. Namun, keseimbangan dalam aspek kualitas masih perlu ditingkatkan. Hal ini karena keseimbangan tidak hanya bergantung pada kuantitas takaran, tetapi juga pada kualitas.

c. Kehendak Bebas

Kehendak bebas tidak berarti kebebasan mutlak, melainkan kebebasan yang tetap berlandaskan nilai-nilai Islam, yaitu dengan kesepakatan bersama dari semua pihak antara penjual dan pembeli. Setiap individu memiliki hak untuk membeli atau tidak, sementara pedagang

¹⁰⁸ Pedagang C, diwawancara oleh Penulis, Bondowoso 1 November 2024.

¹⁰⁹ Konsumen 5, diwawancara oleh Penulis, Bondowoso 1 November 2024.

¹¹⁰ Konsumen 4, diwawancara oleh Penulis, Bondowoso 1 November 2024.

hanya berperan sebagai pihak yang menawarkan barang dengan penuh kejujuran.

Hal ini sebagaimana disampaikan oleh Pedagang B bahwa:

Saya tidak pernah memaksa pembeli untuk membeli di tempat saya. Saya hanya menawarkan dagangan dan memberikan penjelasan sebaik mungkin mengenai kualitas daging ayam yang saya jual. Jika mereka merasa cocok dengan penjelasan dan kualitasnya, mereka akan membeli, namun jika tidak, itu sepenuhnya menjadi hak mereka.¹¹¹

Pernyataan tersebut didukung oleh Konsumen 2 bahwa “Pedagang daging ayam tidak pernah memaksakan kehendak konsumen. Jika konsumen menanyakan daging ayam yang dijual, tetapi tidak jadi membeli, pedagang tidak memaksa untuk membelinya.”¹¹²

Namun, dalam praktiknya, terdapat berbagai cara pedagang dalam memberikan kebebasan memilih kepada konsumen. Sebagian pedagang membiarkan konsumen memilih sendiri daging yang mereka inginkan, sementara sebagian lainnya langsung membungkus daging ayam dalam porsi tertentu agar transaksi lebih cepat dan praktis.

Dalam sistem pembungkusan ini, konsumen bisa langsung mengambil paket daging yang telah disiapkan oleh pedagang. Cara ini dianggap lebih efisien. Namun, juga memiliki keterbatasan karena konsumen tidak dapat memilih satu per satu daging yang mereka inginkan.

Hal ini disampaikan oleh Pedagang A bahwa “Saya membungkus daging ayam dalam porsi tertentu agar lebih memudahkan pembeli. Seperti

¹¹¹ Pedagang B, diwawancara oleh Penulis, Bondowoso 1 November 2024.

¹¹² Konsumen 2, diwawancara oleh Penulis, Bondowoso 1 November 2024.

mengelompokkan berdasarkan bagian dada, paha, atau campuran, sehingga konsumen tinggal memilih sesuai kebutuhan mereka..”¹¹³

Pendapat tersebut juga disampaikan oleh Pedagang D bahwa “Saya siapkan daging ayam yang sudah dibungkus, seperti dada, paha, dan campuran. Jadi pembeli bisa langsung ambil tanpa pilih satu per satu. Transaksi menjadi lebih cepat dan praktis.”¹¹⁴

Akan tetapi, Pedagang C memperbolehkan konsumen memilih barang dagangannya, sebagaimana disampaikan bahwa “Saya memperbolehkan konsumen memilih daging yang di inginkan, supaya konsumen puas dengan kualitasnya”¹¹⁵

Pernyataan tersebut didukung oleh Konsumen 5 menjelaskan bahwa “Pedagang memang ada yang membiarkan konsumen memilih daging ayam sendiri. Tapi, masih ada juga pedagang yang langsung menjual dalam kemasan, seperti Pedagang A dan Pedagang D.”¹¹⁶

Hasil yang diperoleh dari kegiatan ini menunjukkan bahwa pedagang daging ayam dalam menjalankan prinsip kehendak bebas perlu di tingkatkan. Karena dalam praktinya terdapat pedagang yang kurang memberikan kebebasan konsumen memilih daging ayam yang dijualnya.

¹¹³ Pedagang A, diwawancara oleh Penulis, Bondowoso 1 November 2024.

¹¹⁴ Pedagang D, diwawancara oleh Penulis, Bondowoso 1 November 2024.

¹¹⁵ Pedagang C, diwawancara oleh Penulis, Bondowoso 1 November 2014.

¹¹⁶ Konsumen 5, diwawancara oleh Penulis, Bondowoso 1 November 2024.

d. Tanggung Jawab

Tanggung jawab merupakan suatu kewajiban yang harus dijalankan oleh setiap individu, terutama dalam dunia bisnis. Dalam agama Islam, tanggung jawab merupakan suatu aspek yang sangat penting dalam kehidupan yang berkaitan langsung dengan Allah SWT.

Dalam konteks perdagangan, tanggung jawab pedagang harus diutamakan, termasuk kualitas daging ayam yang dijual. Hal ini tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen, tetapi juga sebagai bentuk tanggung jawab agama. Hal tersebut disampaikan oleh Pedagang A bahwa “Menurut saya kualitas daging ayam itu sangat penting, karena Islam juga sangat menekankan pentingnya menjaga kualitas daging ayam, bukan hanya kebutuhan konsumen yang terpenuhi, tapi juga tanggung jawab moral dan agama terlaksana dengan baik.”¹¹⁷

Pernyataan tersebut juga disampaikan oleh Pedagang D bahwa “Kualitas daging ayam penting, karena menyangkut kepuasan konsumen”¹¹⁸

Selain menjaga kualitas, pedagang juga menekankan pentingnya menepati janji dalam memenuhi pesanan daging ayam dalam jumlah besar, terutama pada momen tertentu seperti lebaran atau acara maulid. Hal ini disampaikan oleh Pedagang B bahwa “Kalau ada pemesanan dalam jumlah besar, seperti pada saat lebaran ataupun acara-acara maulid, saya pastikan

¹¹⁷ Pedagang A, diwawancara oleh Penulis, Bondowoso 1 November 2024.

¹¹⁸ Pedagang D, diwawancara oleh Penulis, Bondowoso 1 November 2024.

pesanannya tepat waktu dan tetap menjaga kualitas daging ayam, supaya pelanggan tidak merasa kecewa.”¹¹⁹

Dalam menghadapi keluhan konsumen, pedagang berusaha untuk tetap bersikap tenang dan mendengarkan dengan baik. Hal ini disampaikan oleh Pedagang C bahwa:

Jika ada konsumen yang komplain, saya menanggapi dengan sabar dan mendengarkan tanpa memotong pembicaraan. Bahkan jika mereka emosional, saya tetap berusaha tenang. Jika memang kesalahan dari saya, tentu saya akan menggantinya dengan yang daging baru.”¹²⁰

Pernyataan tersebut didukung oleh Konsumen 3, salah satu konsumen yang menyatakan bahwa “Saya pernah komplain akan kualitas daging ayam yang saya beli kepada Pedagang C, beliau langsung merespon serta meminta maaf atas kelalaiannya, dan segera mengganti dengan daging yang baru.”¹²¹

Adapun pendapat konsumen yang bertentangan dengan apa yang disampaikan oleh pedagang. Hal tersebut dibuktikan pernyataan dari Konsumen 5 bahwa “Masih saja terdapat pedagang yang tekadang barang yang diperjual belikan terdapat sedikit campuran, seperti daging ayam yang segar dengan daging ayam yang sedikit mengeluarkan bau menyengat.”¹²²

Pernyataan tersebut juga didukung oleh Konsumen 2 bahwa:

Saya pernah mengalami dalam transaksinya kurang transparan, seperti Pedagang D yang kualitas daging ayamnya terdapat campuran yang segar dengan yang rendah. Ketika saya komplain

¹¹⁹ Pedagang B, diwawancara oleh Penulis, Bondowoso 1 November 2024.

¹²⁰ Pedagang C, diwawancara oleh Penulis, Bondowoso 1 November 2024.

¹²¹ Konsumen 5, diwawancara oleh Penulis, Bondowoso 1 November 2024.

¹²² Konsumen 5, diwawancara oleh Penulis, Bondowoso 1 November 2024.

pedagang tersebut kurang bertanggung jawab, sehingga saya tidak pernah membeli lagi kepada pedagang tersebut mas.¹²³

Hal ini menunjukkan bahwa sebagian pedagang sudah bertanggung jawab dalam menjaga kualitas dan melayani konsumen, namun masih ada yang kurang transparan dalam penjualan, sehingga prinsip tanggung jawab dalam etika bisnis Islam perlu lebih ditingkatkan.

e. Prinsip Ihsan

Prinsip ihsan dalam konteks etika bisnis Islam, ihsan dimaksudkan sebagai niat, sikap, dan perilaku benar yang meliputi proses akad transaksi atau mencari keuntungan dengan sedikit mungkin.

Dalam praktiknya, pedagang daging ayam memberikan kelonggaran kepada pelanggan yang kekurangan uang dalam jumlah kecil, dan tidak mempersulit konsumen. Hal ini disampaikan oleh Pedagang C bahwa “Terkadang terdapat konsumen yang uangnya tidak mencukupi saat transaksi, misalnya kurang dua ribu ataupun tiga ribu, saya tetap memberikannya kepada konsumen. Saya anggap perbuatan tersebut sebagai sedekah.”¹²⁴

Pedagang juga membantu konsumen dalam memilih barang dagangan dengan memberikan saran dan rekomendasi. Hal ini disampaikan oleh Pedagang B bahwa:

Apabila ada konsumen kebingungan. Misalnya, kalau mau buat sop, saya sarankan bagian dada atau paha. Kalau buat goreng, biasanya suka yang ada kulitnya biar lebih gurih. Saya juga bantu

¹²³ Konsumen 2, diwawancara oleh Penulis, Bondowoso 1 November 2024.

¹²⁴ Pedagang C, diwawancara oleh Penulis, Bondowoso, 1 November 2024.

memperkirakan jumlahnya supaya pas dengan kebutuhan mereka.¹²⁵

Selain itu, pedagang juga memiliki hubungan baik dengan konsumen. Hal ini disampaikan oleh Pedagang A bahwa “Saya selalu berusaha ramah saat pembeli datang, saya menyapa mereka terlebih dahulu, lalu menanyakan jenis daging yang dibutuhkan, saya juga tersenyum dan mengobrol sedikit agar suasana lebih nyaman.”¹²⁶

Adapun pendapat konsumen mengenai sikap pedagang dalam melaksanakan transaksi. Hal ini disampaikan oleh Konsumen 1 bahwa “Saya pernah mengalami kekurangan uang pada saat transaksi, tapi Pedagang C memberikan daging ayam tersebut walaupun uang yang saya bawa tidak mencukupi.”¹²⁷

Hal serupa juga di alami oleh konsumen seperti Konsumen 4 bahwa “Pedagang memberikan kemudahan mas, seperti Pedagang C dan Pedagang B yang pernah membantu saya saat kekurangan jumlah uang sekitar dua ribu saat transaksi. Hal itu sangat membuat saya sangat berterimakasih.”¹²⁸

Pendapat konsumen seperti Konsumen 5 mengatakan bahwa “Sikap pedagang daging ayam mayoritas selain ramah kepada pembeli, juga sering membantu konsumen apabila tidak terlalu paham akan jenis daging daging apa yang akan dibelinya”¹²⁹

¹²⁵ Pedagang B, diwawancara oleh Penulis, Bondowoso 1 November 2024.

¹²⁶ Pedagang A, diwawancara oleh Penulis, Bondowoso 1 November 2024.

¹²⁷ Konsumen1, diwawancara oleh Penulis, Bondowoso 1 November 2024.

¹²⁸ Konsumen 4, diwawancara oleh Penulis, Bondowoso 1 November 2024.

¹²⁹ Konsumen 5, diwawancara oleh Penulis, Bondowoso 1 November 2024.

Berdasarkan hasil wawancara, terdapat perbedaan pandangan antara pedagang dan konsumen terkait penerapan etika bisnis Islam. Pedagang menyatakan bahwa mereka telah menjalankan bisnis dengan jujur dan sesuai dengan prinsip Islam. Namun, konsumen memiliki pengalaman berbeda, di mana mereka menemukan praktik yang tidak sepenuhnya sesuai, seperti pencampuran daging berkualitas rendah. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan antara persepsi pedagang dan realitas yang dirasakan oleh konsumen.

C. Pembahasan Temuan

Pada bagian ini, peneliti membahas hubungan antara temuan dan teori terkait. Data dideskripsikan dalam penelitian ini diperoleh melalui observasi, wawancara, kemudian dianalisis dengan temuan-temuan yang relevan secara teoritis. Pembahasan hasil dari penelitian ini akan disempurnakan sesuai dengan fokus pertanyaan yang teridentifikasi, adapun pembahasannya sebagai berikut:

1. Transaksi Jual Beli Daging Ayam di Pasar Wonosari Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso

a. Transaksi Jual Beli

Transaksi jual beli adalah proses menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Dalam perspektif syariat Islam, transaksi jual beli disebut al-bay', yaitu pertukaran harta atas dasar saling merelakan atau pemindahan hak milik dengan ganti yang dibenarkan. Transaksi jual

beli dianggap sah apabila memenuhi syarat dan rukun yang telah ditentukan dalam hukum Islam.¹³⁰

Proses transaksi jual beli daging ayam di Pasar Wonosari dimulai dengan kedatangan konsumen ke pasar untuk mencari kebutuhan mereka. Konsumen biasanya mendatangi lapak pedagang langganan atau memilih pedagang lain yang di inginkan. Pedagang kemudian menawarkan daging ayam yang dijual, baik secara langsung maupun melalui interaksi dengan pelanggan.

Pada tahap awal transaksi, pembeli menanyakan harga kepada pedagang. Jika pedagang menerapkan sistem tawar-menawar, maka akan terjadi negosiasi antara kedua belah pihak hingga disepakati harga yang sesuai. Sebaliknya, bagi pedagang yang menerapkan sistem harga tetap, pembeli langsung membayar sesuai dengan harga yang telah ditentukan, tetapi tetap memiliki kesempatan mendapatkan diskon jika membeli dalam jumlah besar. Setelah harga disepakati, transaksi berlanjut dengan proses penimbangan daging ayam sesuai dengan permintaan pembeli.

Beberapa pedagang langsung membungkus daging ayam yang telah dipilah berdasarkan bagian tertentu, seperti dada, paha, atau campuran, sehingga pembeli tidak memilih sendiri. Sementara itu, pedagang lain membiarkan daging ayam tetap terbuka, memberi

¹³⁰ Umi Hani, *Fiqh Muamalah*, (Banjarmasin: Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjary , 2021), 43.

kesempatan kepada pembeli untuk memilih bagian yang diinginkan sebelum ditimbang. Setelah proses ini selesai, pedagang akan membungkus daging dalam plastik. Konsumen kemudian menyerahkan pembayaran secara tunai, kemudian pedagang menerima pembayaran tersebut.

Berdasarkan observasi dan wawancara, pedagang telah memenuhi rukun transaksi jual beli menurut Mazhab Hanafi, yang menyatakan bahwa rukun akad hanya terdiri dari satu unsur, yaitu janji (*ijab qabul*), sementara unsur lainnya dianggap sebagai turunan dari ungkapan (*shighat*) dan objek yang menjadi subjek akad (*ma'qud alaih*). Dengan demikian, selama ada *ijab qabul* dan kesepakatan antara kedua belah pihak, maka transaksi dianggap sah.¹³¹

Namun, dalam praktiknya masih ada pedagang yang mencampur daging ayam berkualitas rendah dengan yang baik serta membatasi kebebasan konsumen dalam memilih. Meskipun transaksi secara formal sah, praktik ini kurang mencerminkan prinsip amanah dan transparansi dalam Islam.

Berdasarkan observasi dan wawancara, transaksi jual beli di Pasar Wonosari umumnya memenuhi syarat akad *sahih* menurut Mazhab Hanafi. Namun, masih ditemukan praktik yang mengarah pada syarat *fasid* atau bahkan *batil*, terutama dalam transparansi kualitas barang. Oleh karena itu, pedagang perlu meningkatkan kejujuran agar sesuai

¹³¹ Sohari Sahrani, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2011), 22.

dengan prinsip Islam dan menghindari *gharar* (ketidakpastian) dalam akad jual beli.¹³²

b. Jenis Transaksi Jual Beli

Berdasarkan wawancara dan observasi, terdapat dua jenis transaksi jual beli yang diterapkan oleh pedagang daging ayam, yaitu:¹³³

1) Sistem Tawar-Menawar

Sistem Tawar-Menawar Sistem ini sesuai dengan konsep *ba'i musawamah*, yaitu jual beli yang dilakukan dengan negosiasi harga tanpa mengungkapkan modal awal barang. Sistem ini diterapkan dengan cara bernegosiasi dengan pembeli untuk mencapai kesepakatan harga. Dalam Islam, sistem tawar-menawar diperbolehkan selama tidak ada unsur pemaksaan atau ketidaktahuan dari salah satu pihak. Hal ini mencerminkan prinsip *taradhi* atau suka sama suka dalam transaksi.

2) Sistem Harga Tetap dengan Diskon

Sistem ini juga termasuk dalam *ba'i wadi'ah*, karena transaksi jual belinya tidak dapat dinegosiasikan, tetapi memberikan diskon bagi pembeli yang membeli dalam jumlah besar. Berdasarkan wawancara, diskon diberikan sebesar 1-3% untuk pembelian lebih dari 10-15 kg, dan 4-5% untuk pembelian di atas 20 kg. Sistem ini mencerminkan prinsip keadilan dalam jual beli, yakni memberikan keuntungan yang adil bagi kedua belah pihak.

¹³³ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syari'ah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2013), 105-106.

c. Sistem Pembayaran

Dalam praktik jual beli daging ayam di pasar tradisional, pembayaran dilakukan secara tunai (*Cash*). Setelah harga disepakati, transaksi dilanjutkan dengan pembayaran secara langsung di tempat tanpa adanya penundaan. Sistem pembayaran tunai ini memberikan kepastian bagi kedua belah pihak, di mana penjual menerima uang secara langsung, sementara pembeli memperoleh barang yang diinginkan saat itu juga. Pola transaksi seperti ini termasuk dalam akad ba'i naqd dalam fikih muamalah, yakni transaksi yang dilaksanakan secara kontan dan lunas saat akad terjadi..¹³⁴

d. Kualitas Daging Ayam yang Diperjualbelikan

Berdasarkan observasi dan wawancara di Pasar Wonosari, kualitas daging ayam yang diperjualbelikan memiliki variasi yang cukup beragam. Ada pedagang yang menjual daging ayam segar sesuai dengan kriteria yang ditetapkan dalam SNI 3924:2023, namun ada pula yang tidak sepenuhnya memperhatikan aspek mutu. Berikut ini adalah penjabaran kualitas berdasarkan indikator dalam SNI:

1) Warna

Sebagian besar pedagang menjual daging ayam berwarna merah muda cerah atau putih kekuningan, sesuai kriteria daging segar. Namun, masih ditemukan pedagang yang menjual daging berwarna pucat atau kebiruan, yang menandakan daging tidak segar.

¹³⁴ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syari'ah*, 105-106.

2) Tekstur

Daging ayam yang baik seharusnya bertekstur kenyal dan tidak berlendir. Dalam praktiknya, ditemukan daging yang terasa lembek dan meninggalkan cekungan saat ditekan. Ini menjadi indikasi bahwa sebagian daging yang dijual tidak dalam kondisi segar.

3) Aroma

Daging ayam segar semestinya memiliki aroma khas tanpa bau menyengat. Namun, hasil observasi menunjukkan bahwa ada beberapa pedagang yang tetap menjual daging ayam dengan aroma menyengat.

Kondisi ini menunjukkan bahwa masih ada praktik yang tidak sejalan dengan prinsip kejujuran dan transparansi dalam Islam. Penjual yang tetap menjajakan daging dengan kualitas yang menurun dapat dikategorikan melakukan *tadlis* (penipuan) dan menciptakan *gharar* (ketidakjelasan) dalam akad jual beli.¹³⁵

2. Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Daging Ayam di Pasar Wonosari Kecamatan Wonosari

Kabupaten Bondowoso

Islam memberikan petunjuk atas semua aktivitas manusia termasuk salah satunya ekonomi. Dalam ekonomi Islam, bisnis dan etika tidak harus dipandang sebagai dua hal yang bertentangan, karena bisnis merupakan symbol dari urusan duniawi. Etika bisnis Islam sudah banyak

¹³⁵ Umi Hani, *Fiqh Muamalah*, 45-46.

dibahas dalam berbagai literature dan sumber utamanya adalah Al-Qur'an dan sunnah Rosullullah SAW. Para pelaku bisnis diharapkan untuk bertindak etis dalam segala aktivitasnya. Karena setiap kegiatan maupun usaha yang dilakukan oleh umat muslim bisa menjadi amal ibadah yang berpahala apabila diniatkan karena Allah SWT, maka dari itu bisnis harus sejalan dengan kaidah-kaidah moral yang berlandaskan keimanan kepada akhirat.¹³⁶

Dari hasil penelitian mengenai penerapan etika bisnis Islam pada perilaku pedagang daging ayam di Pasar Tradisional Wonosari Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso, ditemukan bahwa pedagang telah memahami beberapa aspek dasar etika bisnis Islam, seperti kejujuran dan keadilan, tetapi belum memahami secara mendalam konsep lima prinsip etika bisnis Islam secara menyeluruh. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, ditemukan bahwa masih terdapat beberapa pedagang yang melakukan kecurangan terhadap konsumen, seperti mencampurkan daging berkualitas baik dengan yang lebih rendah, menjual daging yang mulai berbau tidak segar.

Ada 5 prinsip menurut teori etika bisnis Islam pada pedagang daging ayam yang ada di Pasar Wonosari, yaitu:

a. Prinsip Tauhid

Prinsip Tauhid merupakan konsep dasar dalam Islam yang menggambarkan hubungan vertikal antara umat manusia dan Tuhan.

¹³⁶ Fakhry Zamzam dan havis Aravik, *Etika Bisnis Islam*, (Sleman: CV Budi Utama, 2020), 8.

Dalam perspektif bisnis Islam, tauhid mengajarkan bahwa segala aspek kehidupan seorang Muslim, baik dalam ekonomi, politik, agama, maupun masyarakat, harus berlandaskan pada prinsip tauhid atau keesaan Tuhan. Konsep ini menyatukan berbagai dimensi kehidupan menjadi satu kesatuan yang homogen di setiap tindakan dan keputusan yang diambil harus selaras dengan ajaran agama dan menunjukkan konsistensi serta keteraturan dalam menjalani kehidupan sehari-hari.¹³⁷

Berdasarkan hasil observasi, sebagian besar pedagang daging ayam di Pasar Wonosari memiliki kesadaran bahwa usaha yang mereka jalankan harus sesuai dengan perintah Allah SWT. Meskipun tidak semua pedagang memahami istilah etika bisnis Islam, mereka meyakini bahwa Allah selalu mengawasi setiap tindakan mereka dalam berdagang. Keyakinan ini tercermin dalam sikap mereka saat melayani pelanggan dengan jujur dan menjaga kebersihan, sebagai bentuk tanggung jawab kepada Allah SWT.

Namun, masih terdapat pedagang yang kurang memperhatikan aspek kejujuran dalam menjelaskan kualitas daging ayam kepada konsumen. Hal ini bertentangan dengan nilai tauhid yang menekankan pentingnya kejujuran dan transparansi dalam setiap aktivitas bisnis. Oleh karena itu, penerapan prinsip tauhid dalam bisnis daging ayam di Pasar Wonosari belum sepenuhnya terlaksana secara menyeluruh. Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu dari Usdeldi, Nurlia

¹³⁷ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004), 53.

Fusfita, dan Nicco bastian pada tahun 2023 yang berjudul “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daging Ayam di Pasar Angso Duo Kota Jambi”. Jadi, belum diterapkan dengan baik, pedagang hanya mementingkan keuntungan semata.¹³⁸

b. Prinsip Keseimbangan

Prinsip keseimbangan dalam Islam mengajarkan pentingnya menjaga keselarasan dalam hubungan antar manusia dengan lingkungan, dan alam semesta secara keseluruhan. Prinsip ini juga berlaku dalam praktik jual beli, dimana keseimbangan harus dijaga dengan baik tidak merugikan pihak manapun.¹³⁹

Dalam dunia bisnis atau perdagangan, keseimbangan diwujudkan melalui keadilan dalam berbagai aspek, termasuk kuantitas dan takaran. Setiap pedagang harus menerapkan prinsip ini secara menyeluruh agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan, sehingga tercipta transaksi yang jujur dan sesuai dengan nilai-nilai Islam.¹⁴⁰

Berdasarkan observasi, penerapan prinsip keseimbangan dalam transaksi jual beli daging ayam di Pasar Wonosari menunjukkan dua sisi yang berbeda. Mayoritas pedagang telah menerapkan keseimbangan dengan baik, dibuktikan dengan tidak mengurangi atau melebihi takaran timbangan agar tidak merugikan pembeli maupun penjual. Selain itu,

¹³⁸ Usdeldi, Nurlia Fusfita, Nicco bastian, “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daging Ayam Di Pasar Angso Duo Kota Jambi”, *Jurnal Ekonomi Syari’ah*, no. 1 (2023).

¹³⁹ Muhammad, *Etika Bisnis islam*, 55.

¹⁴⁰ Faisal Badroen,dkk. *Etika Bisnis dalam Islam*, 92.

pedagang juga tidak tergesa-gesa dalam menyelesaikan timbangan untuk menjaga keakuratan dan memastikan hasil timbangan sesuai.

Meskipun sebagian besar pedagang mengaku menjaga kejujuran dalam berdagang, hasil observasi peneliti menunjukkan masih terdapat segelintir pedagang yang mencampurkan daging ayam dengan kualitas kurang baik tanpa sepengetahuan konsumen. Peneliti melakukan observasi langsung terhadap daging ayam yang telah dibeli oleh salah satu konsumen, yaitu Konsumen 3, di kediamannya setelah transaksi selesai. Berdasarkan pengamatan, ditemukan beberapa potongan daging ayam beraroma kurang segar, bertekstur lembek, berwarna pucat, sedikit kebiruan, serta permukaan berlendir, yang tidak sesuai dengan Standar Nasional Indonesia (SNI) 3924: 2023 tentang mutu daging ayam. Temuan ini menunjukkan adanya praktik yang bertentangan dengan prinsip tauhid dalam etika bisnis Islam, karena pedagang belum sepenuhnya menyadari bahwa setiap transaksi akan dimintai pertanggungjawaban di hadapan Allah SWT.

Dengan demikian, penerapan prinsip keseimbangan dalam transaksi jual beli daging ayam di Pasar Wonosari secara umum sudah berjalan dengan baik, terutama dalam aspek timbangan dan harga. Namun, masih terdapat tantangan dalam menjaga kejujuran terkait kualitas barang, yang perlu mendapat perhatian lebih lanjut supaya prinsip keseimbangan dalam Islam dapat diterapkan secara menyeluruh. Temuan ini sejalan dengan Usdeldi, Nurlia Fusfita, dan Nicco bastian

pada tahun 2023 yang berjudul “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daging Ayam Di Pasar Angso Duo Kota Jambi”. Jadi, pedagang masih mengabaikan keadilan dalam transaksi.¹⁴¹

c. Prinsip Kehendak Bebas

Manusia memiliki kehendak bebas untuk menentukan arah hidupnya, namun tetap dalam batasan hukum Allah SWT.¹⁴² Kebebasan ini harus bertanggung jawab, termasuk dalam bisnis Islam, di mana setiap transaksi harus berlandaskan etika Islam dan kesepakatan bersama.¹⁴³

Berdasarkan observasi, penerapan prinsip kehendak bebas dalam transaksi jual beli daging ayam di Pasar Wonosari berjalan dengan baik. Sebagian besar pedagang memberikan kebebasan kepada konsumen untuk memilih daging ayam yang mereka inginkan, sementara beberapa pedagang membatasi pilihan dengan alasan menjaga bentuk daging, efisiensi transaksi, serta kebersihan. Meskipun ada pembatasan dalam memilih, konsumen tetap memiliki keputusan akhir untuk membeli atau tidak, sehingga transaksi tetap berlangsung atas dasar kesepakatan tanpa paksaan.

Dalam Islam, kehendak bebas bukan kebebasan mutlak, melainkan kebebasan yang tetap berlandaskan nilai-nilai syariat dan

¹⁴¹ Usdeldi, Nurlia Fusfita, Nicco bastian, “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daging Ayam Di Pasar Angso Duo Kota Jambi”, *Jurnal Ekonomi Syari'ah*, no. 1 (2023).

¹⁴² Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, 56.

¹⁴³ Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2001), 95.

keadilan dalam transaksi. Karena konsumen tetap memiliki pilihan untuk menerima atau menolak, maka pembatasan yang dilakukan pedagang tidak dapat dikategorikan sebagai pelanggaran terhadap prinsip kehendak bebas. Oleh karena itu, secara umum prinsip kehendak bebas dalam transaksi jual beli di Pasar Wonosari sudah diterapkan dengan baik, meskipun dalam praktiknya masih terdapat ruang untuk perbaikan agar lebih sesuai dengan prinsip transaksi yang ideal dalam Islam. Temuan ini sejalan dengan Usdeldi, Nurlia Fusfita, dan Nicco bastian pada tahun 2023 yang berjudul “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daging Ayam Di Pasar Angso Duo Kota Jambi”. Jadi, pedagang tidak memaksakan kehendak pembeli.¹⁴⁴

d. Prinsip Tanggung Jawab

Prinsip tanggung jawab dalam Islam menuntut setiap individu, termasuk pelaku bisnis, untuk mempertanggungjawabkan setiap tindakan di hadapan Allah SWT. Tanggung jawab tidak hanya bersifat material, tetapi juga mencakup keseimbangan hidup.¹⁴⁵

Dalam bisnis Islam, tanggung jawab mencakup keadilan dalam transaksi serta pemenuhan hak Allah, sesama manusia, dan masyarakat, sehingga pedagang harus memastikan bahwa transaksi yang dilakukan adil dan tidak merugikan pihak lain.¹⁴⁶

¹⁴⁴ Usdeldi, Nurlia Fusfita, Nicco bastian, “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daging Ayam Di Pasar Angso Duo Kota Jambi”, *Jurnal Ekonomi Syari’ah*, no. 1 (2023).

¹⁴⁵ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, 67.

¹⁴⁶ Faisal Badroen, dkk. *Etika Bisnis dalam Islam*, 100-101.

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti, penerapan prinsip tanggung jawab di Pasar Wonosari menunjukkan dua kategori utama. Mayoritas pedagang telah menerapkannya dengan baik, terlihat dari keterbukaan mereka dalam menjelaskan kualitas daging, menerima keluhan konsumen, dan mengganti barang yang tidak sesuai. Namun, masih terdapat pedagang yang belum sepenuhnya menerapkan prinsip ini. Beberapa konsumen mengeluhkan kualitas daging yang tidak sesuai dengan pesanan, seperti adanya pencampuran daging segar dengan yang kurang layak konsumsi. Bahkan, ada kasus di mana seorang pedagang menolak pengembalian barang dan tidak mengakui bahwa daging tersebut berasal dari lapaknya, meskipun konsumen yakin telah membelinya di tempat tersebut.

Dalam Islam, seorang pedagang bertanggung jawab atas kejujuran dalam bertransaksi dan harus memastikan bahwa barang yang dijual sesuai dengan deskripsi yang diberikan kepada konsumen. Oleh karena itu, meskipun prinsip tanggung jawab telah banyak diterapkan, masih terdapat pedagang yang belum menjalankannya secara menyeluruh.

Temuan ini sejalan dengan Usdeldi, Nurlia Fusfita, dan Nicco bastian pada tahun 2023 yang berjudul “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daging Ayam Di Pasar Angso Duo Kota Jambi”.¹⁴⁷

¹⁴⁷ Usdeldi, Nurlia Fusfita, Nicco bastian, “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daging Ayam Di Pasar Angso Duo Kota Jambi”, *Jurnal Ekonomi Syari’ah*, no. 1 (2023).

e. Prinsip Kebajikan (*Ihsan*)

Prinsip kebajikan merupakan sebuah tindakan kebaikan terhadap orang lain yang dilakukan tanpa mengharap imbalan.¹⁴⁸ Dalam dunia bisnis Islam, kebajikan tidak hanya diterapkan dalam niat baik dan sikap yang benar, tetapi juga dalam praktik akad transaksi. Prinsip ini menekankan agar pedagang tidak mengambil keuntungan yang berlebihan serta tidak merugikan orang lain.¹⁴⁹

Berdasarkan observasi, prinsip ihsan dalam bisnis pedagang daging ayam di Pasar Wonosari tercermin dalam kemudahan transaksi, bantuan kepada konsumen, dan sikap ramah terhadap pembeli. Sebagian pedagang menunjukkan toleransi dengan memberi kelonggaran pembayaran bagi konsumen yang kekurangan uang. Mereka juga memberikan saran terkait bagian daging yang sesuai dengan kebutuhan pembeli, menunjukkan kepedulian terhadap pelanggan. Dari segi interaksi, pedagang umumnya bersikap ramah dan komunikatif, sehingga konsumen merasa nyaman. Namun, masih terdapat pedagang yang kurang transparan dalam menjelaskan kualitas daging, yang bertentangan dengan prinsip ihsan. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan dalam aspek kejujuran dan transparansi agar kepercayaan konsumen tetap terjaga.

¹⁴⁸ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, 53.

¹⁴⁹ Faisal badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, 102.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan temuan penelitian ini, mengenai implementasi etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli daging ayam di Pasar Wonosari dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Transaksi jual beli daging ayam di Pasar Wonosari umumnya dilakukan dengan pembayaran tunai (*Cash*). Metode tawar-menawar sering digunakan untuk menentukan harga, yang disepakati bersama oleh penjual dan pembeli. Namun, tidak semua pedagang menggunakan cara ini, terdapat pedagang menetapkan harga tetap, akantetapi memberikan diskon jika membeli dalam jumlah banyak, menunjukkan adanya perbedaan dalam cara penentuan harga di pasar tersebut.
2. Penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli daging ayam di Pasar Wonosari masih menghadapi beberapa tantangan. Meskipun para pedagang berupaya menjalankan prinsip tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan ihsan, dalam praktiknya masih terdapat hal-hal yang perlu diperbaiki. Sebagian pedagang belum sepenuhnya konsisten dalam menjaga kualitas dagangan, sehingga berpotensi mengurangi kepuasan konsumen. Selain itu, penanganan keluhan konsumen terkait kualitas barang masih dapat ditingkatkan agar tercipta transaksi yang lebih adil dan bertanggung jawab.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan dalam penelitian yang sudah dilaksanakan, maka berikut ini penulis memaparkan saran-saran yang bisa dijadikan pertimbangan untuk membantu terselenggaranya transaksi jual beli yang dilakukan oleh pedagang dan pembeli di Pasar Wonosari Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso yaitu:

Disarankan agar pedagang daging ayam di Pasar Wonosari meningkatkan pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam dalam setiap transaksi jual beli. Hal ini dapat dilakukan melalui pembinaan dan pelatihan rutin yang melibatkan pemerintah, lembaga keagamaan, dan organisasi pasar untuk mendalami prinsip kejujuran, keterbukaan, dan keadilan. Selain itu, pedagang diharapkan memperhatikan aspek halal, kualitas produk, serta transparansi dalam penetapan harga guna menciptakan suasana perdagangan yang lebih adil dan berlandaskan syariah. Dengan dukungan pendidikan dan pengawasan yang berkesinambungan, diharapkan tercipta praktik bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara materi tetapi juga bernilai keberkahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Zuchri. *Metode Penelitian Kualitatif*. Makasar: CV. Syakur Media Press, 2021.
- Ahmad, Mustaq. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta Timur: Pustaka Al-Kautsar, 2001.
- Al-Hababa, Markha Syarifah. "Analisis Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada UMKM Tempe Barokah Desa Jambearum Kecamatan Puger kabupaten Jember." Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Khas Jember, 2023.
- Aliyah, Istijabatul. "Pemahaman Konseptual Pasar tradisional di Perkotaan." *Jurnal Cakra Wisata*, no.2 (2017): 12.
- Aprianto, Alan, Anzu Alvia Zahra, dan Ahsan Putra Hafiz. "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Ikan Di Pasar Angso Duo Jambi." *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*. no. 3 (Maret 2024): 6.
- Aprianto, Iwan, Muhammad Andriyansyah, dan Muhammad Qodri. *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020.
- Aprianto, Iwan, Muhammad Andriyansyah, dan Muhammad Qodri. *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020.
- Arijanto, Agus. *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012.
- Asih Suyadi. *Hukum Ekonomi Syari'ah*. Jawa Barat: CV Jejak, 2020.
- Astuti, An Ras Try. *Etika Bisnis Islam*. Sulawesi Selatan: IAIN Parepare Nusantara Press, 2022.
- Athar, Gadis Arniyati, "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pasar Tradisional Di Kota Binjai Sumatera Utara." *Jurnal Wahana Inovasi*, no. 1 (2020): 131.
- Aziz, Abdul. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Badroen, Faisal, Suhendra, Muhammad Arief Mufraeni, Ahmad Basori. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Choiriyah, Siti. *Mualah Jual Beli dan Selain Jual Beli*. Surakarta: IAIN Surakarta, 2009.

Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis Paradigma Spritualitas dan Kearifan Lokal*. Malang: UIN MALIKI PRES, 2019.

Estijayandono, Kristianto Dwi , Siradjuddin, dan Abdul Wahid Haddade. “*Etika Bisnis Jual Beli Online dalam Perspektis Islam.*” *Jurnal Hukum Ekonomi Syari’ah*, no. 1 (Tahun 2019): 55.

Fatimatuazzahro. *Analisis Strategi Bisnis Syariah Pada Sektor Industri Pada Digital Economy*. Jember: Uin Kiai Haji Achmad Siddiq, 2022.

Fatimatuazzahro. *Manajemen Bisnis Syari’ah*. Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2022.

Fauzan dan Ida nuryana. “Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek H. Slamet di Kota Malang,” no. 1 (Tahun 2014): 24.

Fauzan, Nur Ika Mauliya, Nurul Setianingrum dan MF Hidayatullah. *Etika Bisnis & Profesi*. Tangerang: INDIGO MEDIA, 2023.

Fauziah, Nur Dinah, Muawanah, dan Sundari. *Etika Bisnis Syari’ah*. Malang: Literasi Nusantara, 2019.

Fiki Maulana, Muhammad dan Muhammad Ersya Faraby. “Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Sapi di Pasar Rojokoyo Kediri.” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, no. 3 (Tahun 2023): 2.

Hani, Umi. *Fiqih Muamalah*. Banjarmasin: Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjary, 2021.

Haryoko, Sapto, Bahartiar dan Fajar Awardi. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Makasar: Badan Penerbit Universitas Negeri Makasar, 2020.

Hasan, Akhmad Farroh. *Fiqh Muamalah dari klasik hingga kontemporer*. UIN Maliki Press, 2018.

Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, 2016.

Kurnia, Aprilia Ningsih. *Fiqh Muamalah*. Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2021.

Mardani. *Fiqh Ekonomi Syari’ah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2013.

Maro’ah, Siti. *Etika dalam Bisnis Berbasis Syari’ah*. Surabaya: CV Revka Prima Media, 2019.

Maulana, Muhammad Fiki dan Muhammad Ersya Faraby. "Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Sapi di Pasar Rojokoyo Kediri." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, no 3 (Tahun 2023): 2.

Muhammad. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004.

Nawatmi, Sri. "Etika Bisnis dalam Perspektif Islam." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, no. 1 (Tahun 2010): 4.

Nihayatul, Masykuroh. *Etika Bisnis Islam*. Banten: Media Karya, 2020.

Prihatiningtyas, Budi. *Etika Bisnis*. Malang: CV IRDH, 2019.

Putra, Gladion Diego Hermika, Arsa, dan Sholihah. "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pasar Tradisional Merlung." *Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah*, no. 6 (Desesember 2023): 5.

Rahayu, Nia. "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Jual Beli Online di Tetty Nymas Grosir Cekok Ponorogo." Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Ponorogo, 2022.

Rahayu, Nurul Widyawati Islami, Khamdan Rifa'I dan Abdul Rokhim. "Komunikasi etika bisnis dalam keberagaman agama di kabupaten jembar." no 2 (Desember 2021): 44.

Rukiati, L. Andriani Purwastuti dan Haryatmoko. *Etika Pendidikan*. Yokyakarta: CV Andi offset, 2018.

Saat, Sulaiman dan Sitti Mania. *Pengantar Metode Penelitian*. Sulawesi Selatan: Pusaka Almailda, 2020.

Sohari Sahrani, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2011).

Subhan, Roni, Nikmatul Masruroh, dan Shinta Riska Diana. "Penerapan Prinsip-Prinsip Koperasi Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam." no. 1 (Oktober 2017): 183.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2018.

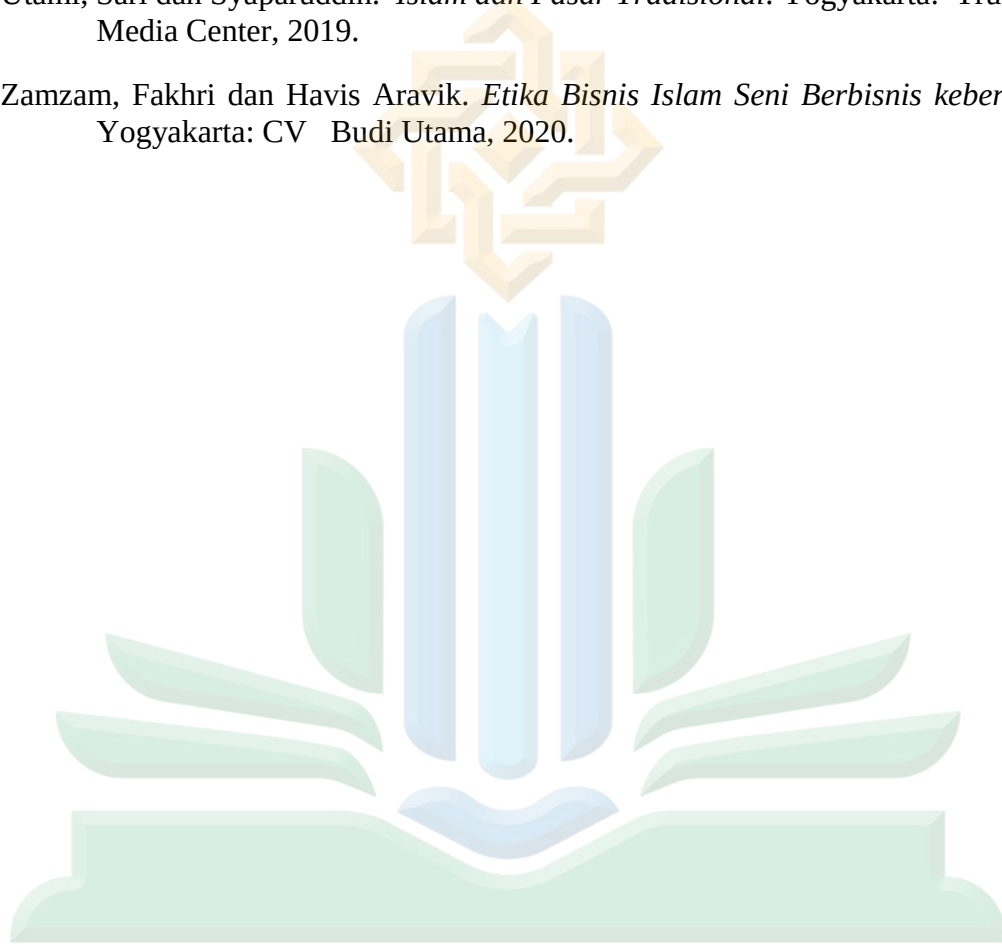
Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2013.

Tim Penyusun. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. IAIN JEMBER, 2020.

Udeldi, Nurlia Fusfita, Nicco bastian. "Analisis Penerapan Etik Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daging Ayam Di Pasar Angso Duo Kota Jambi." *Jurnal Ekonomi Syari'ah*, no. 1 (2023): 5.

Utami, Sari dan Syaparuddin. *Islam dan Pasar Tradisional*. Yogyakarta: Trust Media Center, 2019.

Zamzam, Fakhri dan Havis Aravik. *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis keberkah*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020.



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

SURAT KEASLIAN PENULISAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Achmad Farisi
NIM : 204105020147
Program Studi : Ekonomi Syari'ah
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya 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 terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya akan bersedia untuk diproses sesuai persetujuan perundang-undangan yang berlaku.

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

Bondowoso, 3 Maret 2025

Yang menyatakan



Achmad Farisi

NIM. 204105020147

MATRIX PENELITIAN

JUDUL	VARIABLE	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODOLOGI PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daging Ayam Di Pasar Wonosari Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso	1. Etika Bisnis Islam 2. Pelaksanaan Transaksi Jual Beli Daging Ayam di Pasar Wonosari	1. Prinsip Tauhid 2. Prinsip Keseimbangan 3. Prinsip Kehendak Bebas 4. Prinsip Tanggungjawab 5. Prinsip Kebajikan	1. Informan a. Kepala Pasar b. Pedagang Daging Ayam c. Konsumen 2. Referensi a. Jurnal b. Buku c. E-Book d. Penelitian terdahulu	1. Jenis Penelitian dan Pendekatan A. Penelitian Kualitatif B. Jenis Pendekatan Deskriptif 2. Lokasi Penelitian Pasar Tradisional Wonosari Kabupaten Bondowoso 3. Subyek Penelitian <i>Purposive</i> 4. Teknik Pengumpulan Data: Observasi, wawancara, dokumentasi. 5. Analisis Data: Pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan 6. Keabsahan data: Triangulasi Sumber 7. Tahap-tahap penelitian: Tahapan pra lapangan, tahap penelitian lapangan, tahap akhir penelitian	1. Bagaimana transaksi jual beli di Pasar Wonosari Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso 2. Bagaimana transaksi jual beli di Pasar Wonosari Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso

PEDOMAN WAWANCARA

A. Wawancara Kepada Ketua Pasar

1. Bagaimana sejarah berdirinya pasar wonosari?
2. Bagaimana sarana dan prasarana di pasar wonosari?

B. Wawancara Kepada Pejual

1. Siapakah nama bapak/ Ibuk?
2. Berapa lama Bapak/ Ibu berjualan daging ayam di Pasar Wonosari?
3. Bagaimana pemahaman para pedagang daging ayam tentang etika bisnis islam?
4. Bagaimana pelayanan para pedagang kepada pembeli di pasar wonosari?
5. Bagaimana sistem takaran (timbangan, ukuran dan kualitas) barang dagangan yang dijual?
6. Bagaimana para pedagang daging ayam dalam menjaga kualitas barang dagangan yang diperjual belikan dalam keadaan baik tanpa mencurangi pembeli?
7. Bagaimana respon para pedagang saat ada pembeli yang mengeluhkan kualitas dagangan?

C. Wawancara Kepada Pembeli

1. Siapakah nama Bapak/ Ibu?
2. Berapa lama Bapak/ ibu menjadi pelanggan di Pasar Wonosari?
3. Apakah bapak/ Ibu mengetahui kriteria daging ayam yang dijual oleh penjual?
4. Apakah Bapak/ Ibu mengetahui jual beli yang sesuai dengan etika bisnis Islam?
5. Apakah ada kecurangan yang dilakukan oleh para penjual?

Nomor : B-777/Un.22/7.a/PP.00.9/07/2024
Hal : Permohonan Izin Penelitian

25 Juli 2024

Kepada Yth.

Kepala Pasar Wonosari

Jalan Situbondo, Kec. Wonosari, Kab. Bondowoso, Jawa Timur Kode Pos 68283.

Disampaikan dengan hormat, bahwa dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, mahasiswa berikut :

Nama : Achmad Farisi
NIM : 204105020147
Semester : IX (Sembilan)
Prodi : Ekonomi Syaria'ah

Untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai "Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli Daging Ayam di Pasar Wonosari Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso" di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenannya disampaikan terima kasih.



A.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,

Nurul Widyawati Islami Rahayu

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Totok Hendriyanto
Jabatan : Kepala Pasar Wonosari

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas:

Nama : Achmad Farisi
NIM : 204105020147
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syari'ah
Perguruan Tinggi : UIN KHAS JEMBER

Telah mengadakan penelitian di Pasar Wonosari Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso, dari tanggal 23 November 2024 s/d 26 Februari 2025 untuk mendapatkan data-data sebagai bahan penyusunan skripsi dengan judul **"Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi jual Beli Daging Ayam Di Pasar Wonosari Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso"**

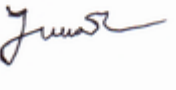
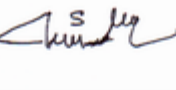
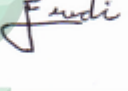
Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan semestinya.

Bondowoso, 26 Februari 2025
Kepala Pasar



Totok Hendriyanto

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

NO	TANGGAL	KETERANGAN	TANDA TANGAN
1.	23 November 2024	Menyerahkan surat izin penelitian dan Wawancara dengan Kepala Pasar Wonosari	
2.	24 November 2024	Wawancara dengan Ibu Sugianti selaku pedagang daging ayam	
3.	24 November 2024	Wawancara dengan Bapak Juahir selaku pedagang daging ayam	
4.	24 November 2024	Wawancara dengan Ibu Has selaku konsumen daging ayam	
5.	24 November 2024	Wawancara dengan Ibu Sum selaku konsumen daging ayam	
6.	12 Desember 2024	Wawancara dengan Ibu Dinda selaku pedagang daging ayam	
7.	12 Desember 2024	Wawancara dengan Mas Ferdi selaku pedagang daging ayam	
8.	12 Desember 2024	Wawancara dengan Bapak Sam selaku konsumen daging ayam	
9.	12 Desember 2024	Wawancara dengan Ibu Tarwiyah selaku konsumen daging ayam	
10.	12 Desember 2024	Wawancara dengan Mbak Nuril selaku konsumen daging ayam	

J E M B E R

Bondowoso, 26 Februari 2025

Kepala Pasar



Totok Hendriyanto

DOKUMENTASI PENELITIAN



Dokumentasi dengan Bapak Totok
(Kepala Pasar)



Dokumentasi dengan Bapak Juahir
(Pedagang daging ayam)



Dokumentasi dengan Ibu Sugianti
(Pedagang daging ayam)



Dokumentasi dengan Ibu Dinda
(Pedagang daging ayam)



Dokumentasi dengan Mas Ferdi
(Pedagang daging ayam)



Dokumentasi dengan Bapak Sam
(Konsumen)



Dokumentasi dengan Ibu Has
(Konsumen)



Dokumentasi dengan Ibu Tarwiyah
(Konsumen)



Dokumentasi dengan Ibu Sum
(Konsumen)



Dokumentasi dengan Mbak Nuril
(Konsumen)

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

SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Achmad Farisi

NIM : 204105020147

Semester : X (Sepuluh)

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

Jember, 5 Maret 2025
Koordinator Prodi. Ekonomi Syariah,

Dr. SOFIAH, M. E.

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

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Achmad Farisi
NIM : 204105020147
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul : Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli Daging Ayam di Pasar Wonosari kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso

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

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 28 Februari 2025

Operator Aplikasi DrillBit
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER


Luluk Musfiroh

BIODATA PENULIS



Nama : Achmad Farisi
Nim : 204105020147
Tempat, Tanggal Lahir : Bondowoso, 16 Maret 2001
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Agama : Islam
Kewarganegaraan : WNI (Warga Negara Indonesia)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Syari'ah

Alamat : Jl. Raya Situbondo, RT 008, RW 009, Desa Traktakan,
Kecamatan Wonosari, Kabupaten Bondowoso,

Email : Faris16032001@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

TK Bhayangkari 25 : 2006-2008
SDN Wonosari 1 : 2008-201
MTsN Bondowoso 1 : 2014-2017
MAN Bondowoso : 2017-2020
UIN KHAS Jember : 2020-Selesai