

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DI KALANGAN
PEDAGANG PADA PASAR TRADISIONAL KOTA
SERBELAWAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program
Studi Manajemen Bisnis Syariah*

Oleh:

ATHALA RANIA INSYRAH

NPM: 1901280064



**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2023**

HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Karya Ilmiah ini dipersembahkan kepada seluruh keluargaku

Ayahandaku Mhd Idris

Ibunda Sri Resna

Abang Dedy Riswandi S.Ak dan Mhd. Rizky Ardiansyah

Seluruh Keluarga Besar

Sahabat-sahabatku terkasih

Tak lekang senantiasa memberikan doa dan dukungandemi
kesuksesan dan keberhasilan bagi diriku

Motto :

Kalau Mimpimu Belum Tercapai, Jangan
Pernah Mengubah Mimpinya Tapi Ubahlah
Strateginya

PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama lengkap : Athala Rania Insyrah

Npm : 1901280064

Jenjang Pendidikan : Strata-1 (S-1)

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Skripsi dengan judul: IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DI KALANGAN PEDAGANG PADA PASAR TRADISIONAL KOTA SERBELAWAN, Merupakan karya asli saya. Jika kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil dari plagiarisme, maka saya bersedia ditindak sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 30 Agustus 2023

Yang menyatakan



Athala Rania Insyrah

NPM :1901280064

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DI KALANGAN PEDAGANG
PADA PASAR TRADISIONAL KOTA SERBELAWAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas – Tugas Dan Memenuhi Syarat – Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan
Program Studi Manajemen Bisnis Syariah*

Oleh :

Athala Rania Insyrah
NPM : 1901280064

Program Studi Manajemen Bisnis Syariah

Pembimbing



Ahmad Afandi, S.Kom., M.M

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN**

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DI KALANGAN PEDAGANG
PADA PASAR TRADISIONAL KOTA SERBELAWAN**

Oleh :

Athala Rania Insyrah
NPM :1901280064

*Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah
skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk
dipertahankan dalam ujian skripsi*

Medan, 02-September - 2023

Pembimbing



Ahmad Afandi, S.Kom., M.M

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2023**

Nomor : Istimewa
Lampiran : 3 (tiga) Exemplar
Hal : Skripsi

Medan, 02-09-2023

**Kepada Yth: Bapak Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Di
Medan**

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, dan memberi saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi mahasiswa **Athala Rania Insyrah** yang berjudul "**Implementasi Etika Bisnis Islam Di Kalangan Pedagang Pada Pasar Tradisional Kota Serbelawan**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima dan di ajukan pada sidang Munaqasah untuk mendapat gelar Strata Satu (S1) dalam Ilmu Pendidikan pada Fakultas Agama Islam UMSU. Demikianlah kami sampaikan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing



Ahmad Afandi, S.Kom., M.M

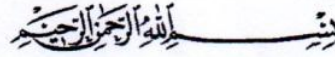


MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.tiktok.com/@umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd, M.Si
Dosen Pembimbing : Ahmad Afandi, S.Kom., M.M

Nama Mahasiswa : Athala Rania Insyrah
Npm : 1901280064
Semester : VIII (Delapan)
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Implementasi Etika Bisnis Islam Di Kalangan Pedagang Pada Pasar Tradisional Kota Serbelawan

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
14 / Juli / 2023	- Perbaikan dan lebih diperjelas lagi di abstrak - Tambahkan relawan yang ada di latar belakang - Perbaikan Identifikasi masalah		
04 / Agustus / 2023	- Tambahkan lampiran-lampiran - Masukan pertanyaan wawancara di bab II		
11 / Agustus / 2023	- Tambahkan sitasi UMSU minimal 5 - Perbaikan dari bagian pembahasan di hasil penelitian		

Medan, 02 - September - 2023



Diketahui/Disetujui
Dekan

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Isra Hayati, S.Pd, M.Si

Pembimbing Skripsi

Ahmad Afandi, S.Kom., M.M



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [f](#) [umsumedan](#) [ig](#) [umsumedan](#) [t](#) [umsumedan](#) [y](#) [umsumedan](#)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

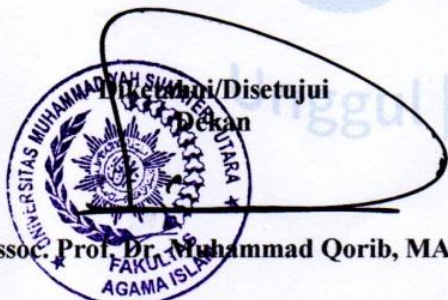
Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd, M.Si
Dosen Pembimbing : Ahmad Afandi, S.Kom., M.M

Nama Mahasiswa : Athala Rania Insyrah
Npm : 1901280064
Semester : VIII (Delapan)
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Implementasi Etika Bisnis Islam Di Kalangan Pedagang Pada Pasar Tradisional Kota Serbelawan

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
16/Agustus 2023	- Daftar pustaka di sesuaikan dengan menggunakan mendeley - Perbaiki Saran dan kesimpulan harus yang relevan.		
25/Agustus 2023	Acc Untuk di sidangkan		

Medan, 02-September-2023



Asso. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Isra Hayati, S.Pd, M.Si

Pembimbing Skripsi

Ahmad Afandi, S.Kom., M.M

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai di berikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat di setujui untuk di pertahankan dalam ujian skripsi oleh :

NAMA MAHASISWA : **Athala Rania Insyrah**
NPM : **1901280064**
PROGRAM STUDI : **Manajemen Bisnis Syariah**
JUDUL SKRIPSI : **Implementasi Etika Bisnis Islam Di Kalangan Pedagang Pada Pasar Tradisional Kota Serbelawan**

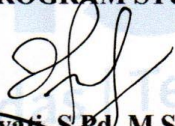
Medan, 02-09-2023

Pembimbing



Ahmad Afandi, S.Kom., M.M

**DI SETUJUI OLEH:
KETUA PROGRAM STUDI**



Ira Hayati, S.Pd, M.Si

Dekan,



Asoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini disusun oleh

NAMA MAHASISWA : Athala Rania Insyrah

NPM : 1901280064

PROGRAM STUDI : Manajemen Bisnis Syariah

JUDUL SKRIPSI : Implementasi Etika Bisnis Islam Di Kalangan Pedagang Pada Pasar Tradisional Kota Serbelawan

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi

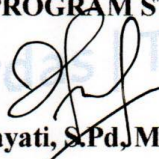
Medan, 02-09-2023

Pembimbing




Ahmad Afandi, S.Kom., M.M

**DI SETUJUI OLEH:
KETUA PROGRAM STUDI**



Isra Hayati, S.Pd., M.Si

Dekan,



Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA



BERITA ACARA PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah di pertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas
Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh :

Nama Mahasiswa : Athala Rania Insyrah
NPM : 1901280064
Program Studi : Manajemen Bisnis Syari'ah
Semester : VIII
Tanggal Sidang : 14/09/2023
Waktu : 09.00 s.d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Assoc.Prof.Dr. Siti Mujiatun, SE, MM
PENGUJI II : Rahmat Hidayat, ST, MM



PANITIA PENGUJI

Ketua,

Sekretaris,

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Dr. Zailani, MA



Unggul | Cerdas | Terpercaya

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

KEPUTUSAN BERSAMA MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA

Nomor : 158 th. 1987

Nomor : 0543bJU/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda secara bersama-sama. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	Ḥ	ha (dengan titik di bawah)

خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syim	Sy	esdan ye
ص	Sad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	Ain	‘	Komater balik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka

ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	?	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab adalah seperti vokal dalam bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong:

a. Vokal tunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya adalah sebagai berikut :

Tanda		Huruf Latin	Nama
َ —		A	A
ِ َ		I	I
و —		U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf yaitu :

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
أى / —	fathah dan ya	Ai	a dan i
أو / —	fathah dan waw	Au	a dan u

Contoh:

- kataba : كَتَبَ
- fa'ala : فَعَلَ
- kaifa : كَيْفَ

c. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harakat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu :

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أ / ا	fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
إى / —	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
أو —	ḍammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

- qāla : قَالِ
- ramā : رَامِ
- qīla : قِيلِ

d. Ta marbūtah

Transliterasi untuk ta marbūtah ada dua:

- 1) Ta marbūtah hidup ta marbūtah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan «ammah, transliterasinya (t).
- 2) Ta marbūtah mati, Ta marbūtah yang mati mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah (h).

Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbūtah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbūtah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

- rauḍah al-aṭfāl - rauḍatul aṭfāl: لاطفاضةورل
- al-Madīnah al-munawwarah : ترولمناينهدلما
- ṭalḥah: طلحة

e. Syaddah (tasydid)

Syaddah atau tasydid yang pada tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, dalam transliterasi ini tanda tasydid tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- rabbanā : ربنا
- nazzala : نزل
- al-birr : لبرا
- al-hajj : لحنخا
- nu'ima : نعم

f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ا , ل namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- 1) Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf (I) diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.
- 2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya. Baik diikuti huruf syamsiah maupun qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

- ar-rajulu: لالرجا
- as-sayyidatu: لالسددا
- asy-syamsu: لالشمسا
- al-qalamu: لالقلم
- al-jalalu: لالجالا

g. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- ta'khuzūna: نوذناخ
- an-nau': ناولنا
- syai'un: شايء
- inna: نا
- umirtu: مرنا
- akala: لكا

h. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il (kata kerja), isim (kata benda), maupun huruf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

i. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilanama itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- Wa mamuhammadunillarasūl
- Inna awwalabaitinwudi'alinnasilallażibibakkatamubarakan
- Syahru Ramadan al-laż³unzilafihi al-Qur'anu
- SyahruRamadanal-laziunzilafihil-Qur'anu
- Walaqadra'ahubilufuq al-mubin
- Alhamdulillahirabbil-‘alamin

Penggunaan huruf awal ^{kapital} untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital yang tidak dipergunakan.

Contoh:

- Naşrunminallahi wafatḥunqarib
- Lillahi al-amrujami'an
- Lillahil-amrujami'an

- Wallahubikullisyai'in 'alim

j. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai ilmu tajwid.

ABSTRAK

Athala Rania Insyrah (1901280064). Implementasi Etika Bisnis Islam di Kalangan Pedagang pada Pasar Tradisional Kota Serbelawan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi etika bisnis Islam di kalangan pedagang pada Pasar Tradisional Kota Serbelawan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian ini bersifat studi lapangan (*field research*). Sumber data pada penelitian ini meliputi data primer yang dikumpulkan secara langsung melalui fenomena di area penelitian dan data sekunder yang dikumpulkan secara tidak langsung melalui literatur-literatur yang relevan. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data pada penelitian ini dilakukan melalui teknik reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data. Teknik keabsahan data pada penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pedagang di pasar tradisional Kota Serbelawan menerapkan prinsip etika bisnis Islam seperti kejujuran, integritas, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Kesamaan prinsip-prinsip ini diterapkan oleh pedagang Muslim dan non-Muslim, meski ada perbedaan dalam pemahaman agama. Pentingnya meningkatkan pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam di kalangan pedagang non-Muslim disoroti dengan usulan pelatihan dan seminar. Manfaatnya termasuk kepercayaan pelanggan, hubungan yang baik, dan memperkuat loyalitas. Implementasi etika bisnis Islam juga memberikan manfaat jangka panjang dalam hubungan dengan pelanggan dan masyarakat serta mendapatkan keberkahan. Namun, hambatan meliputi kurangnya pemahaman, persaingan ketat, keterbatasan sumber daya, pengawasan hukum yang kurang, dan kesulitan sertifikasi halal. Diperlukan upaya untuk memberikan pemahaman, pelatihan, dan dukungan dari pemerintah dan lembaga terkait.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Kalangan Pedagang, Pasar Tradisional Kota Serbelawan.

ABSTRACT

Athala Rania Insyrah (1901280064). Implementation of Islamic Business Ethics Among Traders at the Traditional Market in Serbelawan City.

This study aims to determine the implementation of Islamic business ethics among traders at the Traditional Market in Serbelawan City. This research uses a qualitative method with a descriptive method. This research is a field study (field research). Sources of data in this study include primary data collected directly through phenomena in the research area and secondary data collected indirectly through relevant literature. Data collection techniques in this study include interviews, observation, and documentation. Data analysis in this study was carried out through data reduction techniques, data presentation, and data verification. The data validity technique in this study uses a triangulation technique. The results of this study indicate that traders in traditional markets in Serbelawan City apply the principles of Islamic business ethics such as honesty, integrity, fairness and social responsibility. The same principles are applied by Muslim and non-Muslim traders, despite differences in religious understanding. The importance of increasing the understanding and application of Islamic business ethics among non-Muslim traders is highlighted by the proposed training and seminars. Benefits include customer trust, good relationships and strengthened loyalty. The implementation of Islamic business ethics also provides long-term benefits in relationships with customers and the community as well as obtaining blessings. However, obstacles include lack of understanding, intense competition, limited resources, lack of legal oversight, and difficulties with halal certification. Efforts are needed to provide understanding, training, and support from the government and related institutions.

Keywords: Islamic Business Ethics, Traders, Traditional Markets in Serbelawan City

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah Swt atas berkah limpahan rezeki, kesehatan, rahmat dan karunia Nya, serta shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad Saw, Sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini. Proposal ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan Strata 1 (S1) Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Agama Islam di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Dalam penyelesaian proposal ini penulis banyak menghadapi hambatan, baik dari segi teknis, waktu, tenaga serta biaya.

Namun dengan petunjuk dari Allah Swt serta bantuan bimbingan dan fasilitas yang diberikan kepada penulis dari berbagai pihak, maka penulisan proposal ini dapat diselesaikan sebagaimana mestinya. Penyusunan proposal ini tentu saja tidak terlepas dari adanya bantuan, doa, bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ayahanda Mhd Idris dan Ibunda Sri Resna yang telah banyak mendukung dan membantu dalam moril dan doa.
2. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.A.P selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA, selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. Zailani, MA, selaku wakil Dekan I Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Munawir Pasaribu, MA, selaku Wakil Dekan III Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Isra Hayati, S.Pd, M.Si, selaku ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

7. Bapak Syahrul Amsari, SE, Sy, M.Si, selaku sekretaris Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Bapak Ahmad Afandi, S.Kom., M.M, selaku Dosen Pembimbing Penulis yang telah memberi masukan dan arahan dalam penyusunan proposal ini.
9. Abangda Dedy Riswandy, S.Ak dan Abangda Mhd Rizky Ardiansyah, Terimakasih selalu setia memberikan motivasi dan doa hingga terselesaikannya proposal ini.
10. Sahabat-sahabatku terkasih, yang selalu memberikan semangat untuk menyelesaikan penyusunan proposal.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan proposal ini masih banyak terdapat kekurangan dan keterbatasan sehingga hasilnya masih jauh dari sempurna, baik dari pemilihan bahasa maupun sistematika penulisannya, namun penulis mengharapkan bantuan berupa saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak demi kesempurnaan dan mutu penulisan proposal ini kedepannya. Semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi ilmu pengetahuan dan pembaca khususnya, serta mendapat keridoan Allah Swt.

Amin.... Yaarabbal 'Alamin

Medan, 14 September
2023
Penulis

Athala Rania Insyrah
NPM: 1901280064

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Rumusan Masalah	4
D. Batasan Istilah	4
E. Tujuan Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian	6
G. Sistematikan Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORETIS	8
A. Kajian Pustaka.....	8
B. Kajian Penelitian Terdahulu	24
C. Kerangka Berpikir	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Pendekatan Penelitian	30
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	31
C. Sumber Data Penelitian	32
D. Teknik Pengumpulan Data	32
E. Teknik Analisis Data.....	34
F. Teknik Keabsahan Data.....	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	37
A. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	37
B. Hasil Penelitian	52
C. Pembahasan.....	63
BAB V PENUTUP	66
A. Kesimpulan	66
B. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	71

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul Tabel	Halaman
Tabel 3.1	Waktu Penelitian	30
Tabel 4.1	Usia Pedagang di Pasar Tradisional Kota Serbelawan	47
Tabel 4.2	Jenis Kelamin Pedagang di Pasar Tradisional Kota Serbelawan.....	47
Tabel 4.3	Lama Berdagang Pedagang di Pasar Tradisional Kota Serbelawan ...	48
Tabel 4.4	Penghasilan Berdagang Pedagang di Pasar Tradisional Kota Serbelawan.....	48

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul Gambar	Halaman
Gambar 3.1	Teknik Pengumpulan Data	33
Gambar 3.2	Triangulasi.....	35

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ilmu ekonomi kini berkembang pesat dengan berbagai cara berbisnis yang berbeda-beda di setiap negara. Tentang ekonomi, sekarang ada gagasan ekonomi Islam yang membicarakan tentang etika bisnis. Saat ini, etika bisnis menjadi topik menarik di kalangan para pebisnis. Dalam setiap kegiatan bisnis sekarang, nilai-nilai etika dan moral mulai diterapkan. Ini tidak hanya untuk mencapai tujuan bisnis seperti mendapatkan keuntungan, tetapi juga untuk menanamkan kedisiplinan dan integritas yang baik pada semua pelaku bisnis. Jika semua pebisnis menerapkan kedisiplinan dan integritas yang baik, maka citra bisnis di mata masyarakat juga akan baik (Aziz, 2013).

Masyarakat sekarang lebih menekankan pentingnya nilai-nilai etika dalam berbisnis. Sebenarnya, ajaran agama Islam telah mengatur cara hidup manusia sehari-hari, termasuk dalam urusan ekonomi dan bisnis. Agama Islam mengharuskan setiap Muslim berusaha keras menerapkan aturan agama dalam segala aspek kehidupan. Bisnis di dunia perdagangan adalah hal yang sangat penting dalam hidup manusia. Setiap orang memerlukan harta untuk memenuhi kebutuhan hidup, dan salah satu cara mendapatkannya adalah dengan berbisnis, terutama melalui perdagangan (Muslich, 1998).

Aktivitas jual-beli bisa terjadi di berbagai tempat, termasuk di pasar. Berdagang memiliki manfaat penting dalam memenuhi kebutuhan diri sendiri maupun orang lain, dan sebagian rejeki manusia diperoleh dari kegiatan ini. Pasar tradisional, atau yang juga disebut pasar rakyat saat ini, merupakan salah satu bentuk perdagangan yang masih menggunakan pendekatan sederhana, di mana pembeli membayar langsung kepada penjual. Harga-harga di pasar tradisional biasanya lebih terjangkau dibandingkan dengan pasar modern, dan sering kali terjadi proses tawar-menawar. Namun, pasar tradisional hanya ramai pada pagi hari. Jenis

pasar seperti ini bisa bersifat sementara atau tetap, dengan tingkat layanan yang terbatas.

Pasar Tradisional Serbelawan terletak di Kecamatan Dolok Batu Nanggar, Kota Serbelawan, Kabupaten Silangun, Sumatera Utara. Sampai sekarang, pasar tradisional Serbelawan masih berfungsi sebagai pusat transaksi jual beli utama bagi penduduk setempat. Pasar ini telah ada sejak lama, yakni sekitar tahun 70-an. Sebagian besar pelaku transaksi di pasar ini adalah masyarakat yang beragama Islam.

Berdasarkan penemuan awal di lapangan, peneliti menemukan bahwa beberapa pedagang terlibat dalam praktik bisnis yang tidak etis, seperti penipuan, korupsi, monopoli, dan sejenisnya. Praktik bisnis yang kurang etis ini tidak hanya merugikan karyawan dan pelanggan, tetapi juga merusak reputasi bisnis dan dapat berdampak pada kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Di pasar tradisional Kota Serbelawan, ada beberapa masalah terkait etika bisnis dalam Islam. Misalnya, kebersihan pasar yang kurang terjaga. Selain itu, peneliti juga menemukan beberapa masalah terkait etika bisnis Islam di pasar tradisional Kota Serbelawan, seperti beberapa pedagang yang berbuat tidak jujur dalam berbisnis, seperti menjual barang palsu atau menipu pembeli tentang kualitas produk.

Ini bertentangan dengan prinsip-prinsip kejujuran dan transparansi dalam berbisnis yang dijunjung dalam Islam. Misalnya, beberapa pedagang menaikkan harga produk secara tidak adil atau memanfaatkan situasi tertentu untuk keuntungan lebih besar, yang melanggar prinsip keadilan dalam berbisnis dalam Islam. Selanjutnya, beberapa pedagang juga tidak memperhatikan kualitas produk yang dijual dan memasarkan barang cacat atau tidak memenuhi standar kualitas, yang juga melanggar prinsip tanggung jawab dalam berbisnis dalam Islam.

Peneliti menemukan adanya pedagang yang tidak memperhatikan hak-hak konsumen, seperti memberikan informasi yang jelas dan lengkap tentang produk, memberikan pelayanan yang baik, dan menjamin keamanan produk. Praktik ini bertentangan dengan prinsip bijaksana dalam berbisnis dalam Islam. Berdasarkan latar belakang masalah pada

arena penelitian yang terbilang belum optimal jika ditinjau melalui etika bisnis Islam, maka dalam hal tersebut diperlukan serangkaian upaya yang meliputi pengimplementasian etika bisnis Islam di kalangan pedagang pada pasar tradisional Kota Serbelawan yang mencakup penyuluhan tentang etika bisnis Islam, penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam praktik bisnis, serta melahirkan kerjasama antara pedagang dan konsumen.

Menurut Agus dalam penelitiannya, ia mengatakan bahwa pembeli atau konsumen seharusnya menerima barang dalam kondisi baik dan dengan harga yang wajar. Mereka juga harus diberitahu apabila terdapat kekurangan-kekurangan pada suatu barang yang harganya lebih murah dari harga pada umumnya tetapi kualitasnya lebih rendah dari buah pada umumnya (Tarmo K, 2020). Saat ini, banyak penjual berusaha untuk mendapatkan keuntungan besar dengan menggunakan berbagai cara, baik yang halal maupun yang tidak.

Peneliti melihat secara langsung beberapa pedagang di pasar tradisional Serbelawan melakukan praktik bisnis yang tidak jujur, seperti menjual produk palsu atau membohongi pembeli tentang kualitas produk. Terkait perilaku tersebut, dalam dunia bisnis, tujuan tidak hanya mencari keuntungan semata, melainkan juga mencari berkah. Dalam berbisnis, seharusnya tidak ada pelanggaran terhadap prinsip-prinsip syariat Islam, baik dalam strategi, proses, maupun manajemen. Islam memiliki panduan berupa norma agama yang mencakup semua aspek kehidupan, termasuk usaha dan bisnis. Sayangnya, banyak bisnis saat ini mengabaikan etika, baik dari segi sosial maupun Islam. Akibatnya, sesama pelaku bisnis sering berbenturan kepentingan dan cenderung saling menjatuhkan demi mendapatkan keuntungan yang besar (Asa'diyah, 2019).

Oleh karena itu, terutama bagi para pedagang di Pasar Tradisional Serbelawan, penting untuk mengadopsi etika bisnis Islam yang telah diajarkan dalam agama. Dengan menerapkan sikap etika bisnis ini, khususnya di Pasar Tradisional Serbelawan, transaksi dapat memiliki nilai baik baik dalam hubungan vertikal (manusia dengan Tuhan) maupun

horizontal (manusia dengan manusia). Akhirnya, ini akan membantu mencapai keuntungan yang sesungguhnya. Melihat permasalahan tersebut penulis ingin melakukan penelitian untuk mengetahui Implementasi Etika Bisnis Islam di Kalangan Pedagang Pada Pasar Tradisional Kota Serbelawan.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti mengidentifikasi permasalahan terhadap etika bisnis Islam di kalangan pedagang pada pasar tradisional Kota Serbelawan yang meliputi beberapa hal, yakni:

1. Beberapa pedagang terlibat dalam praktik bisnis yang tidak jujur dalam berbisnis.
2. beberapa pedagang menaikkan harga produk secara tidak adil atau tidak wajar.
3. Adanya pedagang yang tidak memperhatikan kualitas produk yang dijual.
4. Beberapa pedagang tidak memperhatikan hak-hak konsumen.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti menetapkan perumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi etika bisnis Islam di kalangan pedagang pada pasar tradisional Kota Serbelawan?
2. Apa saja hambatan implementasi etika bisnis Islam di kalangan pedagang pada pasar tradisional Kota Serbelawan?

D. Batasan Istilah

Batasan istilah merupakan definisi atau penjelasan yang disajikan peneliti mengenai suatu istilah dalam penelitian ini. Pembatasan istilah bertujuan untuk menghindari kebingungan atau kesalahpahaman dalam komunikasi, terutama ketika istilah tersebut memiliki makna yang ambigu atau dapat diartikan dengan cara yang berbeda-beda. Maka dari itu peneliti

membatasi istilah sebagai kata kunci penelitian. Adapun Batasan istilah pada penelitian ini antara lain:

1. Implementasi

Implementasi, seperti yang didefinisikan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, adalah proses memasukkan rencana atau kebijakan ke dalam dunia nyata. Implementasi melibatkan alokasi sumber daya untuk tujuan tertentu. Implementasi juga dapat digambarkan sebagai proses implementasi atau operasi sistem atau program yang direncanakan sebelumnya. Implementasi sering merujuk pada proses memperkenalkan sistem atau teknologi baru ke dalam organisasi atau bisnis (Nasional, 2008).

2. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam merupakan proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan salah sehubungan dengan barang, layanan, dan pihak-pihak yang terpengaruh oleh klaim perusahaan. Meningkatkan kualitas moral pengetahuan organisasi, prinsip-prinsip dasar dan aturan-aturan untuk perilaku moral perusahaan, dan tindakan yang bertanggung jawab dan moral. Etika bisnis Islam adalah tradisi moral atau budaya yang terkait dengan kegiatan bisnis (Aziz, 2013b).

3. Pedagang Tradisional Kota Serbelawan

Pedagang tradisional Kota Serbelawan merupakan sekelompok orang yang menjalankan usaha perdagangan dengan cara yang telah diwariskan dari generasi ke generasi dalam suatu budaya atau masyarakat. Pedagang biasanya menjual barang-barang yang dibutuhkan sehari-hari seperti bahan makanan, pakaian, dan kebutuhan rumah tangga lainnya. Pedagang tradisional dapat ditemukan di pasar tradisional, kios, atau toko-toko kecil di pinggir jalan. Pasar Tradisional Kota Serbelawan terletak di Kecamatan Dolok Batu Nanggar, Kota Serbelawan, Kabupaten Simalungun, Sumatera Utara.

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui implementasi etika bisnis Islam di kalangan pedagang pada pasar tradisional Kota Serbelawan.
2. Untuk mengetahui hambatan implementasi etika bisnis Islam di kalangan pedagang pada pasar tradisional Kota Serbelawan.

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara teoretis maupun praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberi manfaat terhadap pengembangan teori atau konsep baru dalam suatu bidang pengetahuan, membantu menguji dan memperkuat teori atau konsep yang sudah ada melalui metode ilmiah, dapat bermanfaat sebagai landasan untuk penelitian lebih lanjut dan membuka ruang bagi pengembangan teori yang lebih kompleks. Diharapkan hasil penelitian ini juga dapat membantu menghubungkan teori dengan praktik, sehingga teori yang dihasilkan dapat bermanfaat dalam kehidupan nyata dan dapat digunakan untuk memecahkan masalah dalam dunia nyata.

2. Manfaat Teoretis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberi manfaat dalam penerapan etika bisnis Islam di kalangan pedagang pada pasar tradisional Kota Serbelawan sehingga terciptanya kejujuran dan rasa tanggung jawab dalam berdagang sebagaimana anjuran Islam. Diharapkan hasil penelitian ini juga dapat membantu para pemangku kepentingan dalam melakukan pengoptimalan berbisnis di kalangan pedagang pada pasar tradisional Kota Serbelawan.

G. Sistematikan Penulisan

Sistematika penulisan merupakan struktur atau susunan yang berfungsi untuk memberikan panduan yang jelas pada pembaca tentang isi dari penelitian. Sistematika penulisan dalam penelitian ini sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORETIS

Bab ini merupakan landasan teoretis yang digunakan peneliti dalam rangka untuk menguatkan hasil temuan, bab ini meliputi teori dari kata kunci penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini merupakan bab metode penelitian yang membantu dalam pengolahan data temuan sehingga dapat disajikan secara sistematis, bab ini meliputi pendekatan, lokasi dan waktu, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik keabsahan data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan bab yang memuat hasil-hasil temuan penelitian yang selanjutnya dianalisis oleh peneliti, bab ini juga memuat pembahasan mengenai konteks penelitian yang dilakukan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bab penutup yang memuat kesimpulan dari temuan, bab ini juga memuat saran peneliti.

BAB II

LANDASAN TEORETIS

A. Kajian Pustaka

1. Teori Implementasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, implementasi diartikan sebagai proses menjalankan suatu rencana atau kebijakan secara konkret dalam kehidupan nyata. Implementasi melibatkan penggunaan sumber daya untuk mencapai tujuan tertentu. Implementasi juga dapat diartikan sebagai proses pelaksanaan atau pengoperasian suatu sistem atau program yang telah dirancang sebelumnya. Dalam konteks bisnis, implementasi seringkali merujuk pada proses penerapan sistem atau teknologi baru dalam organisasi atau perusahaan (Nasional, 2008).

Implementasi adalah suatu proses pelaksanaan rencana atau kebijakan yang telah dirumuskan sebelumnya dalam kehidupan nyata dengan mengoptimalkan sumber daya yang tersedia. Implementasi mencakup berbagai langkah dan kegiatan yang diperlukan untuk mengubah suatu rencana atau konsep menjadi kenyataan yang dapat dioperasikan. Implementasi juga melibatkan kemampuan untuk memecahkan masalah dan mengatasi hambatan yang mungkin muncul selama proses pelaksanaan. Pengimplementasian meliputi sejumlah teori-teori, di antaranya:

a. Teori *Stages Model*

Teori ini menggambarkan implementasi sebagai suatu proses bertahap yang terdiri dari beberapa tahap seperti perencanaan, pengorganisasian, implementasi, dan evaluasi. Teori ini dikemukakan oleh P.J. Steinbruner pada tahun 1974 (Steinbruner, 1974).

b. Teori *Diffusion of Innovation*

Teori ini menekankan pada bagaimana inovasi atau perubahan diadopsi oleh masyarakat atau organisasi. Teori ini mencakup beberapa faktor yang mempengaruhi adopsi seperti

keuntungan, kecocokan, dan kompleksitas. Teori ini dikemukakan oleh Everett M. Rogers pada tahun 1962 (Rogers, 1962).

c. Teori *Advocacy Coalition Framework*

Teori ini menekankan pada bagaimana kelompok kepentingan (*advocacy coalition*) berinteraksi dalam proses kebijakan publik dan memengaruhi hasilnya. Teori ini juga mempertimbangkan faktor seperti kepentingan, pandangan dunia, dan strategi koalisi dalam memengaruhi kebijakan. Teori ini dikemukakan oleh Paul A. Sabatier dan Hank C. Jenkins-Smith pada tahun 1993 (Sabatier, 1999).

Secara sederhana, implementasi juga dapat ditafsirkan sebagai pelaksanaan. Browne dan Wildavsky mendefinisikan bahwa implementasi adalah pertumbuhan aktivitas yang saling beradaptasi (Usman, 2004). Menurut Syauckani dkk, implementasi adalah urutan tindakan yang dirancang untuk memberikan kebijakan kepada masyarakat agar kebijakan menghasilkan efek yang diinginkan (Syauckani, 2004). Pertama, tugas-tugas tersebut dimulai dengan menyusun kumpulan aturan lanjutan yang berfungsi sebagai interpretasi kebijakan. Kedua, mengatur sumber daya yang diperlukan untuk membawa upaya implementasi maju, seperti sarana dan fasilitas, sumber daya keuangan, dan, tentu saja, memutuskan siapa yang bertanggung jawab untuk melaksanakan saran dan bagaimana cara menyebarkan kebijaksanaan secara efektif ke masyarakat.

Menurut Daniel A. Mazmanian dan Paul A. Sabatier, memahami apa yang terjadi setelah sebuah program dinyatakan efektif atau diformulasikan adalah fokus implementasi, yaitu peristiwa dan kegiatan yang timbul setelah penyelesaian pedoman kebijaksanaan negara, yang mencakup upaya untuk mengelola dan menyebabkan konsekuensi/dampak aktual pada masyarakat atau peristiwa (Wahab, 2005). Ada tiga komponen penting dalam prosedur implementasi: (1) Kehadiran program atau kebijakan yang telah diimplementasikan. (2)

Grup target adalah kelompok komunitas yang akan mendapatkan manfaat dari program, penyesuaian, atau perbaikan. (3) Elemen Implementasi (Implementator) adalah orang atau entitas yang bertanggung jawab untuk mendapatkan implementasi dan mengawasi proses implementasi (Surmayadi, 2005). Implementasi melibatkan upaya pembuat kebijakan untuk mendorong birokrat tingkat jalanan untuk memberikan layanan atau mengendalikan perilaku sasaran, dengan kebijakan dasar, satu entitas berfungsi sebagai implementator, seperti kebijakan pengembangan infrastruktur publik yang dimaksudkan untuk meningkatkan kehidupan masyarakat.

2. Konsep Etika Bisnis Islam

Sebagai teori kehidupan yang komprehensif, Islam memberikan instruksi tentang semua tindakan, terlepas dari fakta bahwa tujuan Alquran Islam adalah untuk mempromosikan falah (bahagia) di dunia ini dan di akhirat (Huda, 2014). Islam juga mendorong tindakan individu yang langsung dan bertanggung jawab dan keterlibatan dalam masalah ekonomi melalui mode solidaritas dan kolaborasi yang menghasilkan vitalitas dan ekspansi ekonomi (Iqbal & Mirakhor, 2015). Islam, menurut Bambang Subandi, mendorong pengembangan bisnis selain menciptakan prinsip-prinsip. Berkaitan dengan paradigma Islam etika bisnis, dasar filsafat yang harus ditetapkan dalam orang Muslim adalah keberadaan konsep hubungan manusia dengan manusia dan lingkungannya, serta hubungan orang dengan tuannya, yang dalam percakapan agama disebut sebagai istilah *dîn (hablum minallah wa hablumminannas)* (Subandi, 2005).

Dengan mematuhi dasar ini, setiap Muslim akan mengalami kehadiran “pihak ketiga” (Allah) dalam setiap elemen hidupnya. Prinsip ini harus menembus praktik bisnis setiap muslim. Ini karena bisnis dalam Islam membutuhkan pandangan yang jelas tentang kehidupan setelahnya selain perspektif global (Fakhri, dkk 2020). Istilah bisnis, yang berarti *al-ti-history* dalam Alquran, berasal dari kata Arab t-j-r, *tajaran wa tajarata*, yang artinya pergi ke depan atau

melakukan bisnis. Membahas bisnis dalam kegiatan sehari-hari tidak terlepas dari perilaku organisasi di tengah-tengah kehidupan masyarakat, pemasaran produk, produksi, interaksi pelanggan, dan membangun hubungan dengan mitra bisnis, di mana proses aktivitas melibatkan individu, kelompok, dan lingkungan kerja yang membutuhkan penerapan etika, moral, norma, label, dan prinsip yang membantu pengusaha memecahkan masalah moral dalam kegiatan bisnis mereka (Trihastuti, 2019).

Sebagai disiplin, etika menetapkan standar moral dan norma orang dan standar masyarakat. Selain itu, ilmu etika menyelidiki norma-norma moral masyarakat. Selain itu, etika memeriksa aplikasi logis norma-norma moral dalam kehidupan sehari-hari (M. Hasan & Azis, 2018). Etika berasal dari kata Yunani *ethos*, yang berarti karakter, *civitas*, atau kebiasaan. Menurut *Encyclopedia Britannica*, etika berasal dari kata Yunani *ethos*, yang berarti karakter, serta studi sistematis pemahaman dan kebenaran nilai-nilai baik dan jahat, salah dan benar, harus dan tidak pantas, serta prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk melakukan atau menggunakan sesuatu. Ini juga dikenal sebagai filsafat moral.

Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan etika sebagai studi nilai-nilai moral. Dalam bahasa Belanda, etika mengacu pada ilmu moral atau etika, etis untuk segala hal yang berkaitan dengan moral, dan etika untuk aturan perilaku masyarakat. Menurut Ahmad Amin, Etika adalah ilmu yang mendefinisikan makna baik dan jahat, menggambarkan apa yang harus dilakukan seseorang, menegaskan tujuan yang harus dicapai seseorang dalam perbuatannya, dan menunjukkan cara seseorang harus mengejar tujuan-tujuan tersebut (Siti Rohmah, 2021). Menurut Nurul Huda dkk, etika adalah kumpulan keyakinan moral yang baik dan mengerikan. Oleh karena itu, etika mengacu pada prinsip-prinsip moral atau moral yang melekat pada setiap makhluk yang diciptakan Tuhan. Etika “manusia” juga mempertimbangkan bagaimana manusia, sebagai ciptaan Tuhan yang

paling sempurna, dapat berperilaku secara moral dalam konteks kehidupan nasional, dan agama (Aprianto, 2021).

Etika adalah cabang filsafat yang menentukan standar dan ideal perilaku manusia, baik sebagai orang, komunitas, atau lembaga. Struktur dan penerapan etika dirancang untuk mempertahankan harmoni antara individu, kelompok, dan organisasi, sehingga menciptakan harmoni dalam setiap pengaturan sosial. Prestasi sistem sosial akan sangat dipengaruhi oleh harmoni lingkungan sosial. Selain itu, etika adalah kumpulan nilai-nilai fundamental atau dicerna. Selain itu, etika berkaitan dengan norma-norma sosial yang benar dan salah (M. Hasan & Azis, 2018).

Tujuan dari etika adalah untuk mempromosikan kesadaran manusia untuk berperilaku secara independen dan tidak heterogen. Etika bertujuan untuk membantu individu dalam bertindak secara bebas dan bertanggung jawab karena setiap tindakan selalu hasil dari pilihan pribadi yang bebas, selalu siap untuk menerima tanggung jawab atas tindakan mereka karena ada alasan dan pertimbangan yang meyakinkan untuk kegiatan mereka. Kemudian, kebebasan dan tanggung jawab adalah syarat-syarat untuk penilaian dan perbuatan etis, dengan suara hati memainkan peran penting. Integritas penting untuk melakukan hal yang benar. Untuk melakukan etika, seseorang harus melakukan hal yang benar. Kode Etik menangani tantangan seperti mendapatkan penghargaan dan mencegah konflik kepentingan, serta mengandung pernyataan luas tentang cita-cita. Prinsip-prinsip yang mendorong kegiatan yang berkelanjutan adalah nilai-nilai, namun norma-norma tersebut dapat bersifat etis atau tidak etis. Etika dapat dibandingkan dengan nilai-nilai tetapi lebih berfokus pada "baik dan salah" (Andriasan, 2021).

Sebagai disiplin, etika menetapkan standar moral dan norma orang dan standar masyarakat. Selain itu, ilmu etika menyelidiki norma-norma moral masyarakat. Etika bisnis adalah penerapan pemahaman tentang norma-norma moral yang baik dan benar yang digunakan oleh

bisnis. Ketika sebuah perusahaan telah merangkumi tujuan komersialnya sebagai tujuan jangka panjang, ia harus bertindak secara etis. Setiap aspek bisnis adalah bagian dari kehidupan sehari-hari kita. Bisnis digambarkan sebagai perusahaan perdagangan, perusahaan komersial di bidang perdagangan dan area bisnis dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia. Skinner mendefinisikan perdagangan sebagai pertukaran barang, jasa, atau uang yang bermanfaat atau saling menguntungkan.

Menurut Anoraga dan Soegiastuti, definisi dasar bisnis adalah pembelian dan penjualan produk dan jasa. Bisnis adalah kegiatan yang meningkatkan nilai melalui pengiriman layanan, pertukaran produk, atau pemrosesan mereka (M. Hasan & Azis, 2018). Bisnis adalah kegiatan atau jenis bisnis yang dilakukan oleh makhluk Allah yang merupakan "manusia" yang paling ideal untuk mencari keselamatan, terutama dalam penerapan bisnis Islam, etika tidak boleh dilupakan ketika melakukan bisnis di daerah yang dihuni. Tujuan bisnis adalah untuk menghasilkan keuntungan, tetapi harus mematuhi semua standar hukum yang berlaku. Jika secara khusus dilarang oleh berbagai pembatasan hukum, operator perusahaan tidak boleh terlibat dalam kegiatan tersebut (Prawirosentono, 2007).

Aplikasi etika bisnis adalah ide ilmiah yang kadang-kadang diabaikan oleh pemilik bisnis. Etika adalah manifestasi dari cita-cita moral seseorang selama masa menjalankan bisnis (Aprianto, 2021). Etika bisnis adalah pertimbangan moral atau refleksi dari ekonomi dan bisnis (Kurnia & Hasanah, 2019). Moralitas mengacu pada unsur-unsur positif atau negatif, dipuji atau dirusak, dan oleh karena itu diterima atau dilarang, dari tindakan manusia. Moral selalu dikaitkan dengan perilaku manusia, dan aktivitas ekonomi adalah aspek penting dari perilaku manusia. Tidak mengherankan bahwa ekonomi dan bisnis telah ditekankan oleh etika sejak zaman kuno (Bertens, 1993).

Etika dalam bisnis didefinisikan sebagai pemahaman tentang standar dan moralitas manajemen perusahaan yang berlaku secara

umum, secara ekonomi dan sosial (Darmastuti, 2022). Beberapa intelektual Yahudi-Kristen berkontribusi pada evolusi agama, yang menyebabkan perkembangan etika bisnis. Menganalisis tindakan dan standar moral masyarakat, bagaimana standar ini berlaku untuk kehidupan, dan apakah standar ini rasional atau tidak rasional menghasilkan etika. Etika bisnis mengacu pada sekumpulan aturan, prinsip, dan cita-cita moral. Etika bisnis adalah praktik langsung tanggung jawab sosial perusahaan dan kunci keunggulan konsumen, mengakui bahwa masyarakat secara keseluruhan harus mendiskreditkan janji-janji perusahaan. Meskipun umum bagi bisnis untuk menggunakan etika sebagai strategi kompetitif, etika perusahaan memiliki konotasi yang berbeda (Maharani, 2017).

Organisasi dan orang harus berperilaku sesuai dengan standar filsafat moral untuk mempraktikkan etika bisnis. Etika bisnis menggabungkan tanggung jawab sosial dan standar etika fundamental ke dalam budaya organisasi (Andriasan, 2021). Dalam definisi lain, etika bisnis mengacu pada seperangkat aturan dan konvensi yang harus diikuti oleh para pemain bisnis ketika berurusan, berperilaku, dan berhubungan untuk mencapai tujuan perusahaan mereka dengan cara yang bertanggung jawab. Aspek Moral.

Kajian etika bisnis mengacu pada etika manajemen atau etika organisasi. Etika bisnis dapat melibatkan pertimbangan moral dalam ekonomi dan bisnis (Badroen, 2006). Etika bisnis Islam adalah proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan salah, untuk terus melakukan hal yang benar sehubungan dengan barang-barang perusahaan, layanan, dan pihak-pihak yang terpengaruh oleh tuntutan perusahaan. Memperluas atribut moral pengetahuan organisasi, konsep-konsep dasar dan norma-norma untuk perilaku moral perusahaan, dan perlakuan yang bertanggung jawab dan moral. Etika bisnis Islam adalah tradisi moral atau budaya yang berkaitan dengan kegiatan komersial (Aziz, 2013b).

Sesuai dengan norma-norma bisnis Islam, setiap pedagang tidak harus mengejar keuntungan terbesar sendiri. Namun hal yang paling penting adalah mengejar kebahagiaan dan mencapai perlindungan Tuhan. Perkara ini adalah perbuatan ibadah dan taat kepada Allah. Islam mengajarkan bahwa dalam bisnis, seorang Muslim harus selalu mematuhi aturan yang ada dalam agama, terutama bagaimana pengusaha harus tidak hanya mempertimbangkan kepentingan mereka sendiri, tetapi juga mampu membangun hubungan harmonis dengan konsumen atau pelanggan, serta menciptakan suasana merit bersama dan menghindari eksploitasi (Echdar & Maryadi, 2019). Oleh karena itu, etika bisnis dalam sharia Islam adalah moralitas melakukan bisnis sesuai dengan cita-cita Islam; oleh karena itu tidak perlu khawatir ketika melakukan bisnis, karena dianggap sebagai sesuatu yang baik dan tepat (A. Hasan, 2009). Islam menempatkan bisnis sebagai cara terbaik untuk mendapatkan harta. Karenanya, segala kegiatan bisnis harus dilakukan dengan cara-cara terbaik dengan tidak melakukan kecurangan, riba, penipuan, dan tindakan kezaliman lainnya. Kesadaran terhadap pentingnya etika dalam bisnis merupakan kesadaran tentang diri sendiri dalam melihat dirinya sendiri ketika berhadapan dengan hal baik dan buruk, yang halal dan yang haram (Amalia, 2014).

Implementasi etika bisnis Islam harus mampu dilaksanakan dalam setiap aspek perekonomian termasuk kegiatan yang dilakukan oleh para pedagang di pasar. Dalam Islam, pasar merupakan tempat transaksi ekonomi yang ideal, karena secara teoretis maupun praktis Islam menciptakan suatu keadaan pasar yang dibingkai oleh nilai-nilai syariah. Hal inilah yang dicoba untuk diterapkan di Bazar Madinah. Bazar (pasar) Madinah merupakan suatu konsep pasar Islam yang didalamnya ditumbuhi nilai-nilai syariah seperti keadilan, keterbukaan, kejujuran dan persaingan sehat yang merupakan nilai-nilai universal, bukan hanya untuk muslim namun juga non-muslim. Di sini setiap pedagang yang ingin berjualan tidak dihadapkan pada syarat-syarat

yang memberatkan seperti contohnya bayar sewa, tetapi diberi kemudahan asalkan mereka menyetujui aturan atau nilai-nilai Islam yang berlaku di pasar tersebut (Amalia, 2012).

Tujuan dari etika bisnis Islam adalah untuk mempersiapkan semua barang yang dibutuhkan oleh masyarakat dan untuk mengubah sesuatu yang konvensional tetapi bernilai rendah menjadi sesuatu yang spektakuler atau bernilai tinggi. Karena etika adalah modal utama, sangat penting untuk mempromosikan etika etika Islam "akhlak" dalam konteks etika Islam. Elemen-elemen berikut membentuk fungsi-fungsi khusus dari etika bisnis Islam di antaranya:

- a. Etika bisnis berusaha untuk mengembangkan solusi untuk mempromosikan dan menyesuaikan berbagai kepentingan perusahaan.
- b. Etika bisnis juga memiliki peran dalam mengubah persepsi masyarakat tentang bisnis, khususnya bisnis Islam. Dan cara ini sering dengan memberikan pengetahuan dan perspektif baru tentang bisnis berdasarkan cita-cita moral dan spiritual, yang kemudian disimpulkan sebagai etika bisnis.
- c. Etika bisnis, khususnya etika bisnis Islam, juga dapat memainkan peran dalam memecahkan masalah perusahaan saat ini yang tidak memiliki standar etika. Dalam arti bahwa bisnis etis harus mengacu pada Alquran dan Sunnah sebagai sumber utamanya (Aprianto, 2021).

Untuk menciptakan perusahaan ideal, Anda harus membangun budaya bisnis yang sehat di mana perilaku etis adalah standar. Setiap perilaku bisnis membutuhkan penggunaan standar etika sebagai kontrol untuk aktivitas perusahaan. Kontrol dalam bisnis dapat dilaksanakan melalui budaya moral yang mencerminkan promosi nilai-nilai dalam prinsip-prinsip moral dan berfungsi sebagai kekuatan fundamental perusahaan dengan menekankan kejujuran, akuntabilitas, disiplin, dan non-diskriminasi. Etika bisnis tidak dapat dicapai jika itu hanya komitmen individu; itu juga harus komitmen seluruh masyarakat

yang berfungsi sebagai fondasi sosial. Oleh karena itu, prinsip-prinsip bisnis Islam dapat menjamin kelangsungan hidup jangka panjang dari kegiatan ekonomi, daripada hanya berfokus pada penghasilan jangka pendek. Etika bisnis yang tinggi akan mengarah pada perilaku bisnis professional (Darmastuti, 2022).

Dalam hukum Islam, konsep-konsep komersial diuraikan. Etika bisnis Islam adalah gaya manajemen perusahaan yang dikembangkan oleh para ahli berdasarkan Alquran, hadis, dan hukum Islam. Termasuk di antara prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam:

- a. Konsep kesatuan adalah fondasi filosofis yang berfungsi sebagai dasar utama untuk setiap langkah seorang Muslim dalam melaksanakan tugas-tugas hidupnya. Pemandangan tauhid atau ilahiyah adalah tempat tolak pada belas kasihan Allah; cara menjalankan syariah-nyam kegiatan ekonomi dan distribusi terkait dengan konsep dan tujuan ilahiah (Badroen, 2006).
- b. Menurut gagasan keadilan, semua orang harus diperlakukan sama berdasarkan referensi yang adil dan standar yang logis dan bertanggung jawab secara objektif. Keadilan menuntut agar hak dan kepentingan pihak tidak dirugikan. Dalam bidang pekerjaan dan perdagangan, Islam membutuhkan keadilan, yang tidak mengecualikan mereka yang tidak menyukainya.
- c. Konsep kemauan bebas (*Ikhtiar/Freewill*) Kebebasan berarti bahwa manusia sebagai individu dan sebagai kelompok tidak terbatas dalam kegiatan komersial mereka. Dalam ekonomi, manusia diizinkan untuk mengadopsi prinsip-prinsip Islam karena kesulitan ekonomi melibatkan komponen ibadah dan tidak beribadah, oleh karena itu aturan umum "semuanya diperbolehkan kecuali yang dilarang" berlaku. Dalam Islam, ketidakadilan dan kepentingan dilarang. Kebebasan adalah komponen penting dari etika ekonomi Islam, tetapi tidak merugikan kepentingan bersama. Kepentingan individu tidak terbatas, dan tidak adanya keterbatasan ekonomi

mendorong orang untuk bekerja secara aktif dan memanfaatkan kapasitas penuh mereka (Djakfar, 2012).

- d. Dalam konteks bisnis, kebenaran mengacu pada tujuan, sikap, dan tindakan yang tepat yang melibatkan proses mencari atau mendapatkan komoditas pengembangan atau dalam proses untuk atau menetapkan keuntungan. Ide ini memiliki dua komponen penting: kebajikan dan kejujuran. Kebaikan dalam bisnis ditandai dengan sikap yang ramah dan ramah, sedangkan kejujuran ditandakan dengan sikap jujur dalam semua prosedur perusahaan yang bebas dari penipuan. Dengan prinsip kebenaran ini, etika bisnis Islam sangat berhati-hati dan mencegah risiko kerugian bagi salah satu pihak yang terlibat dalam transaksi komersial, kolaborasi, atau kesepakatan (Badroen, 2006).

Berdasarkan konsep moral, etika bisnis adalah seperangkat ideologi tentang apa yang baik, buruk, benar, dan salah dalam lingkungan bisnis. Dalam arti lain, etika bisnis mengacu pada seperangkat aturan dan konvensi yang harus diikuti oleh aktor bisnis ketika berurusan, bertindak, dan berhubungan dalam mengejar tujuan perusahaan mereka. Selain itu, etika bisnis dapat dianggap sebagai mempertimbangkan moral dalam ekonomi dan bisnis, yaitu, berpikir tentang perbuatan baik, perbuatan jahat, dan perilaku yang salah, benar, salah, masuk akal, tepat waktu, dan tidak sesuai dalam bisnis atau di tempat kerja (Halifah, 2013).

Etika bisnis Islam adalah proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan salah sehubungan dengan produk, layanan, dan pihak-pihak yang terlibat dengan kebutuhan perusahaan. Mengeksplorasi atribut moral kecerdasan organisasi, konsep-konsep luas dan norma-norma perilaku moral dalam bisnis, dan bertindak secara moral dan bertanggung jawab. Etika bisnis Islam adalah tradisi moral atau budaya yang berkaitan dengan kegiatan komersial (Aziz, 2013b).

Dari ringkasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam adalah sistem nilai yang berkaitan dengan benar, salah, halal, dan haram di dunia bisnis berdasarkan ketetapan moral Syariah. Norma-norma etika perdagangan Islam terdiri dari:

- a. Etika untuk melakukan bisnis dengan cara yang baik dan adil dengan menghormati hukum dan keadilan dengan kesetiaan terhadap nilai-nilai kebenaran, kebajikan, dan martabat..
- b. Perilaku harus diperhatikan dengan implikasi serius terhadap kesejahteraan manusia (Aziz, 2013b).

Dapat dikatakan bahwa konsep bisnis Islam digunakan sebagai kerangka kerja yang akan menghasilkan kesadaran agama ketika melakukan aktivitas ekonomi apa pun (*religiousness economy practical guidance*).

Terdapat etika yang mengatur perilaku semua kegiatan, yang bersifat korporat. Agar kegiatan-kegiatan ini dapat mempromosikan harmoni dan perdamaian dengan orang lain. Demikian pula, etika perusahaan tidak dapat dipisahkan dari lingkungan bisnis. Etika bisnis adalah norma yang mengatur operasi perusahaan. Etika dan praktik bisnis Islam adalah sebagai berikut:

d. Jujur

Jadilah jujur kepada diri sendiri, makhluk hidup lainnya, dan Sang Pencipta. Tanpa integritas, tidak ada koneksi kami, termasuk kemitraan komersial, akan bertahan. Menurut konsep bisnis, sebuah pertemuan yang menghasilkan sedikit keuntungan tetapi berlangsung lama lebih baik daripada yang menghasilkan keuntungan besar tetapi hanya sekali, dua kali, atau tiga kali. Perilaku seorang pengusaha Muslim tidak dapat dihindari oleh kejujuran. Sebagai metode untuk memperbaiki perbuatannya dan mendapatkan masuk surga, ini adalah salah satu cara..

e. Amanah

Islam mendesak para pengusaha untuk memiliki kepercayaan diri, dan mereka yang menawarkan kepercayaan tidak boleh dikurangi. Karena kepercayaan adalah beban yang lebih berat daripada apa pun di dunia ini.

f. Adil

Islam sangat mempromosikan etika komersial dan melarang penipuan. Karena batu penjurur keberhasilan perusahaan adalah keadilan, penipuan komersial adalah indikasi kegagalan bisnis. Keadilan dalam transaksi penjualan memiliki efek positif pada hasil penjualan, karena konsumen akan merasa nyaman dan tidak ada yang akan hancur (Halifah, 2013).

Dari sudut pandang pasar Islam, ada beberapa distorsi atau penipuan, yakni:

a. Rekayasa Penawaran dan Rekayasa Permintaan

Rekayasa terjadi ketika seorang pembeli mengembangkan permintaan palsu untuk produk untuk meningkatkan harga pembelian. Ini tersedia, misalnya, di bursa saham dan di tempat lain. Ini disebut Flash Demand. (Flash Demand). Ikhtiar mengacu pada penyimpanan komoditas yang akan dijual di mana barang-barang tersebut diminta oleh masyarakat peredaran pasar pada tanggal berikutnya; sampai saat itu, hal-hal tersebut akan dihargai lebih tinggi. Ketika harga tinggi, produk akan dijual.

b. Penipuan

Setiap transaksi Islam harus didasarkan pada gagasan ketidaksamaan antara kedua belah pihak. Mereka harus memiliki pengetahuan tentang komoditas yang diperdagangkan dalam hal kualitas, harga, dan jadwal pengiriman. Oleh karena itu, tidak ada yang merasa terluka oleh masalah ini, dan tidak seorang pun yang tenang. Karena unsur kompulsi secara tegas dilarang dalam Islam, tidak ada yang dipaksa untuk menjual atau membeli sesuatu.

c. Kerancauan

Kerancauan, juga dikenal sebagai gharar, mengambil empat bentuk yang berkaitan dengan kualitas, harga, dan waktu pengiriman barang. Membeli uang adalah menjual uang melalui penipuan (Fauzia, 2014).

Inkorporasi etika bisnis Islam telah menghasilkan paradigma bisnis dalam kerangka kerja etika Bisnis Islam. Paradoks bisnis dalam sistem etika bisnis Islam merupakanseperangkat keyakinan atau sudut pandang tertentu yang berfungsi sebagai dasar untuk bisnis sebagai kegiatan dan entitas. Paradigma bisnis Islam dibangun dan didukung oleh komponen yang tercantum di bawah ini:

d. Kesatuan

Di sini, kesatuan mengacu pada konsep tauhid, yang mengintegrasikan semua bidang kehidupan Muslim, termasuk ekonomi, politik, sosial, dan agama. Tauhid dianggap sebagai kepercayaan eksklusif kepada Allah. Namun tauhid adalah mekanisme yang diperlukan untuk mengatur keberadaan ini.

a. Keseimbangan

Dalam bidang pekerjaan dan perdagangan, Islam menuntut keadilan. Konsep Islam tentang keadilan bertujuan untuk menempatkan hak-hak orang lain di tempat yang tepat. (sesuai dengan aturan syariah). Hanya manusia yang lebih dekat dengan teror. Para pengusaha Muslim harus memprioritaskan keseimbangan antara hidup di dunia ini dan di akhirat. Oleh karena itu, gagasan keseimbangan melibatkan tuntutan bagi pengusaha Muslim untuk dapat melakukan tindakan (dalam bisnis) yang menempatkan diri mereka sendiri dan orang lain dalam posisi kemakmuran duniawi dan keselamatan di akhirat.

b. Kehendak Bebas

Item yang berhubungan dengan kemampuan manusia untuk berperilaku tanpa kekuatan eksternal. Tidak ada kehendak bebas

bagi manusia di bumi ini. Manusia dilengkapi dengan kemampuan untuk mengatur hidupnya tanpa mengabaikan kebenaran sepenuhnya, dan diarahkan oleh peraturan Tuhan. Kemudian, dia diberi kesempatan untuk berpikir dan memilih gaya hidup apa yang diinginkan, dan yang paling penting, untuk berperilaku sesuai dengan aturan yang dipilih. Dalam Islam, pembentukan mekanisme pasar harus bebas dari kejahatan, maysir gharar, dan usuri. Oleh karena itu, kebebasan secara intrinsik terkait dengan harmoni dan kohesi.

c. Tanggung Jawab

Dalam dunia korporasi, ada dua sisi tanggung jawab: sisi vertikal (untuk Tuhan) dan sisi horizontal. (to one another). Seorang muslim harus percaya bahwa Allah selalu memantau aktivitasnya dan akan menanggungnya di akhirat. sisi horizontal terhadap konsumen atau orang tersebut. Tanggung jawab dalam bisnis harus dibuktikan dengan keterbukaan, kejujuran, layanan yang unggul, dan melakukan yang terbaik dalam segala keadaan.

d. Kebenaran, kebijakan dan kejujuran

Kebenaran adalah kebenaran, dan Islam tidak bertentangan dengannya. Dalam konteks bisnis, kebenaran mengacu pada niat, sikap, dan tindakan yang sesuai. Kebijakan adalah sikap dan kegiatan yang bermanfaat yang membantu orang lain. Kejujuran adalah sikap integritas dalam semua transaksi komersial yang dilakukan tanpa kecurangan.

Dalam etika bisnis Islam, berbagai perilaku dapat menguntungkan para pengusaha Muslim: kebaikan, motivasi pelayanan yang sangat baik, dan pengetahuan tentang keberadaan Allah dan peraturan. Dalam Islam, pikiran komersial ini sangat dipromosikan. Dari sikap kebenaran, kebijakan, dan integritas, bisnis akan secara alami menghasilkan persaudaraan.

Persaudaraan adalah hubungan korporat antara pihak-pihak yang saling menguntungkan dan tanpa tindakan atau penyesalan.

Dengan demikian, semua prosedur perusahaan akan mematuhi kebenaran, kebijakan, dan integritas dengan cara yang transparan. Dalam Alquran disebutkan bahwa tidak ada kejahatan atau pelanggaran. Semuanya harus dilakukan dengan sengaja dan hati-hati.

e. Toleransi dan Keramahan Tamahan

Dalam Islam, perdagangan bukan hanya tentang memperoleh keuntungan nyata, tetapi juga tentang mendorong koneksi yang menyenangkan yang menguntungkan kedua belah pihak, karena keduanya harus mempromosikan toleransi. Islam memuji kebajikan persahabatan untuk dan terhadap semua individu. Beberapa orang senang dengan itu, dan banyak yang senang.

Karena bersahabat adalah ungkapan kerendahan hati seseorang. Jenis toleransi dan kemurahan hati tidak dimaksudkan untuk menghasilkan keuntungan yang melebihi kewajiban untuk menerima barang yang dikembalikan dalam jangka waktu tertentu jika pelanggan tidak puas. Akibatnya, menjadi ramah dan akomodatif dalam interaksi penjualan dapat membuat pelanggan merasa senang dan betah, atau bahkan tentram, saat melakukan bisnis.

f. Keterbukaan dan Kebebasan

Kesediaan aktor bisnis untuk menerima sudut pandang yang lebih akurat dari orang lain dan untuk menghidupkan kembali potensi kreatif dan upaya konstruktif. Kontraktor tidak hanya harus transparan, tetapi juga berbagi beban dan menerima tanggung jawab tanpa diskriminasi terhadap pemilik perusahaan lainnya (Fauroni, 2002).

3. **Bisnis Islam dan Dasar Hukum**

Secara etimologis atau bahasa, Syariah adalah jalan ke tempat pengairan, atau jalan yang harus diikuti, atau tempat lalu air sungai. Pengertian syari'ah menurut pakar hukum Islam adalah "segala titah Allah yang berhubungan dengan tingkah laku manusia

di luar yang mengenai akhlak” (Amir Syarifuddin; 1999:1). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Syariah adalah ketentuan-ketentuan Allah yang wajib dipatuhi baik terkait dengan masalah aqidah (tauhid), ibadah (hubungan kepada Allah) dan muamalah (hubungan sesama manusia).

Etika dalam bisnis Islam mengacu pada dua sumber utama yaitu Al-Qu’an dan Sunnah nabi. Dua sumber ini merupakan sumber dari segala sumber yang ada. Yang membimbing, mengarahkan semua perilaku individu atau kelompok dalam menjalankan ibadah, perbuatan atau aktivitas umat Islam. Maka etika bisnis dalam Islam menyangkut norma dan tuntunan atau ajaran yang menyangkut sistem kehidupan individu dan atau institusi masyarakat dalam menjalankan kegiatan usaha atau bisnis, dimana selalu mengikuti aturan yang ditetapkan dalam Islam. Islam telah secara jelas menganjurkan umatnya untuk berusaha mencari rizki dimuka bumi ini sebagai bekal hidupnya didunia dalam menopang ibadahnya kepada Allah SWT.

Segala sumber daya alam yang tersedia di dunia terdiri atas tanah yang subur dengan segala kandungan yang ada didalamnya seperti air dan mineral dan sebagainya semata-mata Allah SWT ciptakan supaya manusia mengelola dan memanfaatkannya demi mencapai kesejahteraan lahir batin. Ini sejalan dengan firman Allah Al-Quran surat al-an’am ayat 152 yang berbunyi :

“Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, hingga sampai ia dewasa. Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya. Dan apabila kamu berkata, maka hendaklah kamu berlaku adil, kendatipun ia adalah kerabat(mu), dan penuhilah janji Allah. Yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat”

B. Kajian Penelitian Terdahulu

1. Ana Riana Nur Janah, 2022 / Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pasar Tradisional Wage Kabupaten Tulungagung. Studi ini didorong oleh keberadaan pasar tradisional yang berfungsi sebagai

tempat untuk perdagangan. Ini masih sangat rentan terhadap pedagang yang tidak menghormati standar bisnis Islam ketika melakukan perdagangan. Tujuan utama studi ini adalah untuk menggambarkan bagaimana pedagang menerapkan Etika Bisnis Islam di pasar Konvensional Pajak, Regency. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Teknik wawancara dan pengumpulan data berdasarkan observasi. Menggunakan teknologi analisis data pengumpulan data, kondensasi data, presentasi data dan penulisan kesimpulan. Temuan ini menunjukkan bahwa pedagang di pasar gaji tradisional Tulungagung Regency telah menerapkan etika bisnis Islam dengan meniru lima prinsip panduan: monoteisme, keadilan, kejujuran, tanggung jawab, dan kehendak bebas.(Janah, 2022). Persamaan pada penelitian ini terletak pada objek kajian yang serupa membahas mengenai penerapan etika bisnis Islam terhadap pedagang. Selain itu, persamaan pada penelitian ini juga terletak pada metode penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif. Perbedaan pada penelitian ini terdapat pada waktu, tempat serta responden atau informan yang diteliti.

2. Agus Tarmo K, 2020 / Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo. Penelitian ini dilakukan dalam konteks munculnya pasar tradisional yang telah menjadi situs perdagangan. Ini masih sangat rentan terhadap pedagang yang tidak menghormati standar bisnis Islam ketika melakukan perdagangan. Akibatnya, pedagang akan pindah dari perdagangan Islam sharia karena keinginan mereka untuk membuat keuntungan besar dengan cara apa pun yang mungkin, menyebabkan konsumen terluka oleh praktik yang tidak konsisten dengan etika bisnis Islam, seperti menyembunyikan buah-buahan yang lebih rendah di bawah sekumpulan buah berkualitas untuk menipu pembeli. Tujuan utama studi ini adalah untuk memeriksa bagaimana pedagang menafsirkan dan menerapkan prinsip-prinsip bisnis Islam di pasar tradisional Sumoroto. Dari lokasi sumber data, termasuk penelitian

lapangan, jenis studi yang digunakan dinilai (field research). Survei, partisipasi, pengamatan, wawancara atau wawancaranya, catatan lapangan, dokumentasi, dan pengalaman pribadi adalah contoh metode pengumpulan data. Pendekatan analisis data melibatkan pengurangan data, pengukuran data, dan pengambilan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para pedagang pasar tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo telah memahami etika bisnis Islam dengan meyakini bahwa segala transaksi yang dilakukan sesuai dengan ajaran agama Islam akan mendapatkan ridho dari Allah SWT, untuk pedagang juga telah mengimplementasikan etika perniagaan Islam dengan meneladani lima prinsip etika Bisnis Islam yaitu prinsip tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan juga dalam bentuk implementasi berupa (Tarmo K., 2020). Persamaan pada penelitian ini terletak pada objek kajian yang serupa membahas mengenai penerapan etika bisnis Islam terhadap pedagang. Selain itu, persamaan pada penelitian ini juga terletak pada metode penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif. Perbedaan pada penelitian ini terdapat pada waktu, tempat serta responden atau informan yang diteliti.

3. Ziana Silviani, 2021 / Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Desa Karangtalun Dalam Meningkatkan Daya Beli Masyarakat (Study Pada Pasar Tradisional Desa Karangtalun Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung). Seringkali, pemain bisnis, terutama pedagang pasar, terlibat dalam perilaku yang bertentangan dengan norma-norma etika bisnis Islam. Setiap individu yang terlibat dalam operasi ekonomi, apakah dia seorang pengusaha atau seorang pedagang, harus memiliki pemahaman yang mendalam tentang prinsip-prinsip bisnis Islam yang mutlak. Dalam hal ini, penulis memilih Pasar Tradisional Carangtalun sebagai target mereka karena peneliti dapat melihat pedagang berinteraksi langsung dengan pelanggan. Penelitian skrip ini berfokus pada: (1) dampak pemahaman prinsip-prinsip bisnis Islam pada perilaku

pedagang di Pasar Tradisional Karangtalun, (2) Bagaimana etika bisnis Islam mempengaruhi perilaku pedagang dalam Pasar Karangalun tradisional, (3) Bagaimana penerapan etika Bisnis Islam memengaruhi tingkah laku pedagang pada Pasaran Karangkalun dalam hal meningkatkan daya beli masyarakat? Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dan desain penelitian deskriptif. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. 1) pengumpulan data, 2) pengurangan data, 3) presentasi data, dan 4) penulisan kesimpulan dan verifikasi terdiri dari analisis data. Temuan dari studi ini menunjukkan bahwa: 1) Memahami etika bisnis pedagang Islam di pasar tradisional Karangtalun menyimpulkan bahwa pedagang sudah memahami prinsip-prinsip bisnis Islam pada tingkat fundamental, karena mereka terus berusaha untuk menjadi ramah dan menghargai kejujuran dalam perdagangan mereka. 2) Penjual Pasar Tradisional Carangtalun sudah mengintegrasikan ideal bisnis Islam ke dalam operasi mereka. (3) Aplikasi prinsip-prinsip bisnis Islam terhadap perilaku pedagang akan memungkinkan perusahaan untuk maju. Seorang pembeli yang menerima layanan yang memuaskan juga puas dan menjadi pelanggan yang setia. Hal ini berdampak pada keuntungan para pedagang (Silviani, 2021). Persamaan pada penelitian ini terletak pada objek kajian yang serupa membahas mengenai penerapan etika bisnis Islam terhadap pedagang. Selain itu, persamaan pada penelitian ini juga terletak pada metode penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif. Perbedaan pada penelitian ini terdapat pada waktu, tempat serta responden atau informan yang diteliti.

4. Yasintha Koerdi, 2016 / Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar (Studi Pada Pasar Pagi Warmon Kabupaten Sorong). Etika bisnis Islam sebagian besar terdiri dari norma-norma yang mengatur perilaku individu dan pemilik perusahaan sesuai dengan Syariah. Tujuan dari turunnya Allah adalah untuk menyampaikan hukum-hukum manusia, yang tidak hanya untuk kehidupan akhirat, tetapi juga untuk kehidupan di akhirat. Dalam Islam, diajarkan untuk mendapatkan kehidupan yang

diberkati dan dihormati melalui perdagangan. Kemampuan pedagang untuk membangun mekanisme pasar Islam tidak diragukan lagi tergantung pada penerapan prinsip-prinsip bisnis Islam. Oleh karena itu, Morning Market Traders Warmon Kabupaten Sorong harus dapat menggunakan etika bisnis Islam dalam perdagangan mereka. Studi ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif, termasuk wawancara, observasi, dan dokumentasi sebagai data pendukung. Tema penelitian ini adalah Pasar Pagi Warmon Kab. Sorong, dan responden adalah Kabag Morning Market Warmon Kab. Sebagai konsekuensi dari penelitian ini, hampir setiap dealer di Morning Market di Warmon Kab. Sorong memiliki pemahaman yang kuat tentang prinsip-prinsip bisnis Islam. Pemasaran Kab. Pasar pagi Sorong juga telah mengadopsi etika komersial Islam yang ditunjukkan oleh Nabi (damai atasnya) (kejujuran, kepercayaan, benar dalam menimbang, tidak terlibat dalam gharar, tidak berpartisipasi dalam ikhtikar, bukan terlibat dalam penipuan (al-ghab dan tadlis), dan saling menguntungkan) (Koerdi, 2016). Persamaan pada penelitian ini terletak pada objek kajian yang serupa membahas mengenai penerapan etika bisnis Islam terhadap pedagang. Selain itu, persamaan pada penelitian ini juga terletak pada metode penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif. Perbedaan pada penelitian ini terdapat pada waktu, tempat serta responden atau informan yang diteliti.

5. Anni Amalia Munir, 2019 / Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Campalagian Kabupaten Polewali Mandar. Studi ini bertujuan untuk menjelaskan praktik penjualan di Pasar Campalagian wilayah Polewali Mandar dan mengevaluasi penerapan prinsip-prinsip bisnis Islam dalam transaksi pembelian dari pedagang pakaian. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif, yang menggambarkan peristiwa yang terjadi secara kualitas melalui pengamatan, wawancara, dan rekaman. Prosedur pengolahan dan analisis data meliputi pengurangan data, presentasi, dan penulisan kesimpulan. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa praktik

penjualan dan penjualan pakaian oleh pedagang di pasar distrik Polewali Mandar, secara umum, adalah sebagai berikut: pedagang membeli dari distributor untuk menjual kembali, mempromosikan barang secara langsung atau melalui media sosial, dan proses penerimaan adalah keberadaan proses kesepakatan antara penjual dan pembeli. Sementara implementasi etika bisnis Islam oleh pedagang masih belum sepenuhnya dimengerti, etika tersebut telah diterapkan dalam praktek, seperti menjual halal dan produk yang baik dan menawarkan barang dengan sikap yang ramah dan jujur. Selain itu, dalam proses transaksi, pedagang akan bertanggung jawab atas barang yang ia jual dan akan murah hati dengan memperpanjang periode pembayaran pembeli (Munir, 2019). Persamaan pada penelitian ini terletak pada objek kajian yang serupa membahas mengenai penerapan etika bisnis Islam terhadap pedagang. Selain itu, persamaan pada penelitian ini juga terletak pada metode penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif. Perbedaan pada penelitian ini terdapat pada waktu, tempat serta responden atau informan yang diteliti.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir kualitatif merupakan sebuah model atau konsep dasar yang digunakan dalam analisis data kualitatif. Kerangka berpikir kualitatif membantu peneliti untuk memahami dan mengorganisasi data yang diperoleh dari berbagai sumber, sehingga memudahkan dalam proses analisis dan interpretasi data. Pada penelitian mengenai implementasi etika bisnis islam di kalangan pedagang pada pasar tradisional Kota Serbelawan, peneliti menggunakan analisis naratif sebagai kerangka berpikir penelitian. Menurut Robert Bogdan dan Steven J. Taylor, analisis naratif membantu peneliti memahami struktur cerita yang terdapat dalam data, sehingga dapat memahami makna yang terkandung dalam data (Moleong, 2018)

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian ini bersifat studi lapangan (*field research*). Menurut Creswell bahwa pendekatan kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk memahami fenomena yang kompleks dengan cara pengumpulan dan analisis data non-angka (Creswell, 2013). Miles dan Huberman mendefinisikan pendekatan kualitatif sebagai sebuah metode penelitian yang berorientasi pada pemahaman secara mendalam terhadap situasi sosial yang kompleks, dengan fokus pada konteks, perspektif, dan pengalaman individu (Miles, 1992)

Menurut Patton, pendekatan kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang digunakan untuk memahami suatu fenomena secara holistik, dengan fokus pada pemahaman konteks, pengalaman, dan perspektif individu (Patton, 2015). Secara umum, pendekatan kualitatif digunakan sebagai metode penelitian yang menekankan pada pemahaman mendalam dan analisis deskriptif terhadap fenomena yang kompleks, dengan menggunakan data non-angka atau data yang bersifat kualitatif seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Metode deskriptif merupakan suatu metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu fenomena dengan cara memberikan deskripsi secara rinci tentang karakteristik atau sifat dari suatu fenomena. Sugiyono menyatakan bahwa metode deskriptif adalah metode penelitian yang digunakan untuk menggambarkan suatu fenomena dengan cara memberikan deskripsi secara terperinci tentang karakteristik atau sifat dari fenomena tersebut (Sugiyono, 2018). Moleong menyatakan bahwa metode deskriptif adalah suatu teknik penelitian yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu fenomena dengan cara memberikan deskripsi secara terperinci tentang karakteristik atau sifat dari fenomena tersebut (Moleong, 2018).

C. Sumber Data Penelitian

Sumber data penelitian merupakan segala sumber informasi yang digunakan untuk mendapatkan data atau fakta dalam rangka memperoleh jawaban dari pertanyaan penelitian. Pada penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder sebagai berikut:

1. Sumber Data Primer

Menurut Creswell, data primer merujuk pada jenis data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari sumber yang bersangkutan. Data primer dihasilkan melalui observasi, wawancara, angket, atau studi kasus yang dilakukan oleh peneliti sendiri. Data ini belum pernah dipublikasikan sebelumnya dan merupakan sumber informasi baru yang diperoleh langsung dari subjek penelitian (Creswell, 2013). Data primer pada penelitian ini merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek atau subjek penelitian melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

2. Sumber Data Sekunder

Menurut Creswell data sekunder merujuk pada jenis data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain atau telah dipublikasikan sebelumnya. Data ini tidak dihasilkan secara langsung oleh peneliti, tetapi digunakan sebagai sumber informasi tambahan dalam penelitian (Creswell, 2013). Data sekunder pada penelitian ini merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumber lain, seperti buku, jurnal, dokumen, atau literatur-literatur lainnya yang relevan terhadap konteks kajian.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara atau metode yang digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi yang diperlukan dalam penelitian. Creswell menyatakan bahwa pemilihan teknik pengumpulan data harus didasarkan pada pertanyaan penelitian yang diajukan dan jenis data yang dibutuhkan. Contohnya, jika penelitian memerlukan data kualitatif, maka wawancara dan observasi bisa menjadi

teknik pengumpulan data yang tepat (Creswell, 2013). Berikut adalah teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Observasi

Observasi adalah aktivitas mengamati dan mencatat apa yang terjadi pada objek atau subjek penelitian secara langsung. Menurut Moleong, observasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengamati objek penelitian secara langsung. Observasi dapat dilakukan dengan cara terbuka atau tersembunyi, dan dapat dilakukan oleh peneliti atau orang lain yang ditunjuk (Moleong, 2018). Teknik observasi yang dilakukan pada penelitian ini bersifat partisipan. Moleong mengatakan bahwa observasi partisipan adalah teknik pengumpulan data dengan cara peneliti terlibat langsung dalam kegiatan yang diamati. Peneliti dapat berperan sebagai peserta aktif atau sebagai pengamat pasif dalam kegiatan tersebut (Moleong, 2018).

2. Wawancara

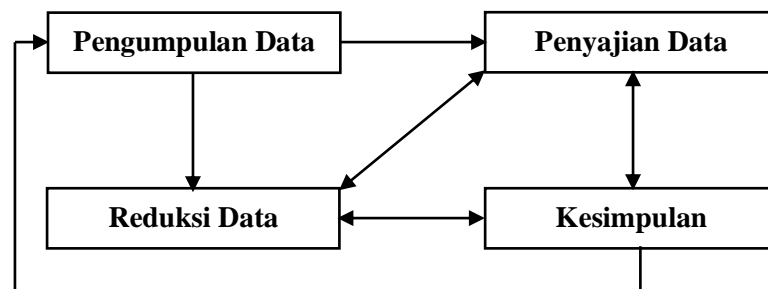
Wawancara dilakukan melalui percakapan dengan objek atau subjek penelitian untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Creswell menyatakan bahwa wawancara merupakan cara yang efektif untuk memperoleh informasi yang mendalam mengenai pengalaman, sikap, dan pandangan subjek penelitian (Creswell, 2013). Teknik wawancara yang dilakukan pada penelitian ini bersifat semi terstruktur. Creswell berpendapat bahwa wawancara semi terstruktur adalah teknik pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab antara peneliti dan subjek penelitian, di mana peneliti sudah menyiapkan daftar pertanyaan terstruktur yang akan diajukan kepada subjek penelitian, namun juga bersedia untuk mengikuti arus percakapan yang muncul selama wawancara (Creswell, 2013).

Dalam melakukan wawancara semi terstruktur, peneliti memperhatikan etika dan norma yang berlaku dalam melakukan tanya jawab dengan subjek penelitian. Selain itu, peneliti memastikan bahwa wawancara dilakukan dengan cara yang sistematis dan menghormati hak privasi dan kepentingan subjek penelitian.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dalam penelitian yang melibatkan pengumpulan informasi atau data dari berbagai sumber seperti dokumen, arsip, catatan, atau buku-buku referensi. Moleong mengatakan bahwa dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan data dari berbagai sumber seperti dokumen, arsip, catatan, atau buku-buku referensi (Moleong, 2018). Creswell menyatakan bahwa dokumentasi merupakan cara yang efektif untuk memperoleh data sejarah, data arsip, dan data yang telah terdokumentasi dengan baik di berbagai institusi atau Lembaga (Creswell, 2013). Dalam melakukan dokumentasi, peneliti memperhatikan kredibilitas dan validitas data yang dikumpulkan dari sumber-sumber tertentu.

Gambar 3.1 Teknik Pengumpulan Data



Sumber: (Creswell, 2013).

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan serangkaian metode atau strategi yang digunakan untuk menganalisis dan memahami data yang bersifat subjektif dan tidak terukur, seperti data dari wawancara, observasi, dan analisis teks. Teknik ini bertujuan untuk mengekstrak makna dari data tersebut dan membangun pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena yang diamati. Miles and Huberman menyatakan bahwa teknik analisis data

kualitatif mencakup tiga proses: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (Miles, 1992).

Secara umum, teknik analisis data kualitatif melibatkan proses pengorganisasian, reduksi, dan interpretasi data kualitatif untuk menghasilkan pemahaman yang lebih dalam tentang fenomena yang diamati. Teknik- teknik tersebut disesuaikan dengan tujuan penelitian dan karakteristik data yang dihasilkan. Teknik analisis data pada penelitian ini meliputi antara lain:

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan salah satu tahap penting dalam analisis data kualitatif yang melibatkan pemilahan, penyederhanaan, dan fokus pada informasi yang relevan dan penting dalam data. Tujuan dari reduksi data adalah untuk mengurangi kompleksitas data dan menemukan pola dan tema yang tersembunyi di dalamnya.

2. Penyajian Data (*Display Data*)

Penyajian data merupakan analisis data kualitatif yang melibatkan visualisasi dan presentasi data dalam bentuk yang lebih mudah dipahami. Tujuan dari penyajian data adalah untuk membantu peneliti memahami dan menganalisis data dengan lebih efektif serta memudahkan pembaca untuk memahami hasil penelitian.

3. Kesimpulan/Verifikasi

Kesimpulan atau verifikasi merupakan tahap akhir dalam analisis data kualitatif yang melibatkan interpretasi dan pengambilan kesimpulan dari data yang telah dianalisis. Tujuan dari tahap ini adalah untuk memastikan bahwa temuan penelitian didasarkan pada data yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan serta memberikan makna yang signifikan (Miles, 1992).

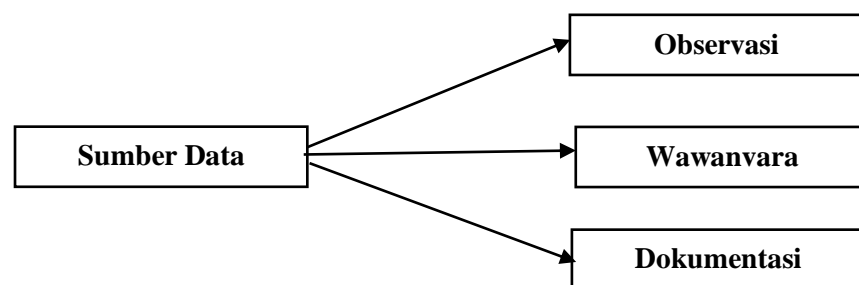
F. Teknik Keabsahan Data

Teknik keabsahan data adalah teknik atau strategi yang digunakan untuk memastikan bahwa data kualitatif yang diperoleh valid dan dapat dipertanggungjawabkan. Keabsahan data bersifat penting dalam analisis

data kualitatif sebab memastikan bahwa temuan penelitian didasarkan pada data yang dapat kredibel dan relevan. Menurut Sugiyono keabsahan data ditentukan untuk menunjukkan bahwa penelitian yang dilakukan telah relevan dengan kenyataannya dan sesuai ketentuan penelitian ilmiah, keabsahan data juga bertujuan untuk menguji data yang diperoleh (Sugiyono, 2018). Teknik keabsahan data pada penelitian ini menggunakan Teknik triangulasi.

Creswell mengatakan bahwa triangulasi dapat dilakukan dengan membandingkan data dari beberapa metode analisis, seperti analisis tematik, analisis naratif, dan analisis interpretatif. Triangulasi juga dapat dilakukan dengan membandingkan hasil analisis dari beberapa peneliti atau informan yang berbeda (Creswell, 2013). Secara umum, triangulasi merupakan teknik yang penting dalam analisis data kualitatif yang digunakan untuk memperkuat keabsahan data dengan membandingkan hasil analisis dari beberapa sumber atau metode yang berbeda. Triangulasi dapat membantu menguji kebenaran dan konsistensi data, serta membantu mengidentifikasi perbedaan atau inkonsistensi dalam data yang diperoleh.

Gambar 3.2. Triangulasi



Sumber: (Sugiyono, 2018).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Deskripsi Lokasi Penelitian

1. Kondisi Sarana Pasar Tradisional Kota Serbelawan

a. Area Parkir

Temuan penelitian menunjukkan bahwa keberadaan area parkir yang baik sangat berpengaruh terhadap perkembangan lokasi pasar. Di Pasar Tradisional Kota Serbelawan, terdapat beberapa unit area parkir yang dikelola dengan baik, sementara ada juga yang tidak terkelola dengan baik. Area parkir yang tidak terkelola dengan baik hanya memiliki lantai tanah tanpa atap, sehingga kendaraan yang diparkir di sana tidak nyaman dan tidak terlindungi dari cuaca seperti hujan atau terik matahari. Selain itu, keamanan kendaraan juga menjadi masalah, karena risiko pencurian sepeda motor.

Di sisi lain, ada area parkir yang dikelola dengan baik. Area parkir ini telah dilapisi dengan semen dan memiliki atap sebagai perlindungan bagi kendaraan pengunjung dan pedagang. Pada area ini, kendaraan roda empat dan roda dua dipisahkan, namun area parkir kendaraan roda empat menggunakan jalan raya dan memarkirkan kendaraannya di depan toko-toko. Hal ini menyebabkan penyempitan jalan raya dan dapat mengganggu lalu lintas. Selain area parkir, di pasar ini juga terdapat area bongkar muat yang terpisah dari tempat parkir. Namun, kurangnya tanda masuk dan keluar kendaraan yang jelas membuat pengaturan parkir menjadi tidak teratur.

Dalam konteks ini, penting bagi pihak berwenang atau pengelola pasar untuk memperhatikan dan meningkatkan pengelolaan area parkir agar dapat memberikan kenyamanan, keamanan, dan kelancaran lalu lintas bagi pengunjung dan pedagang. Tanda masuk dan keluar kendaraan yang jelas juga perlu diperhatikan agar parkir menjadi lebih teratur.

b. Toilet Umum

Berdasarkan hasil penelitian, di Pasar Tradisional Kota Serbelawan terdapat 13 unit toilet umum yang tersebar di berbagai area. Setiap toilet umum memiliki 2 pintu dan menggunakan bak sebagai tempat penampungan air. Toilet umum tersebut sudah dilengkapi dengan simbol yang jelas, memudahkan pengunjung dalam menemukan lokasi toilet. Namun, toilet umum di Pasar Tradisional Kota Serbelawan belum dilengkapi dengan tempat cuci tangan yang dilengkapi dengan sabun dan air yang mengalir.

Untuk pengelolaan air limbah, toilet umum ini menggunakan lubang peresapan yang tidak mencemari tanah dan berjarak jauh dari sumber air bersih. Toilet umum juga memiliki ventilasi yang memadai dan pencahayaan yang cukup. Kondisi fisik bangunan toilet umum di Pasar Tradisional Kota Serbelawan mencakup pondasi semen, lantai keramik, dinding tembok semen, atap semen, penyangga atap beton, serta pintu yang terbuat dari plastik dan kayu.

Pengelolaan toilet umum di Pasar Tradisional Kota Serbelawan dilakukan oleh masyarakat pribadi yang menyediakan air dan membersihkan toilet. Air selalu tersedia di toilet, dan setiap pengunjung harus membayar sejumlah uang (sekitar Rp. 2000-3000 per orang) kepada pengelola toilet setiap kali menggunakan toilet. Secara keseluruhan, kondisi fisik bangunan toilet umum di Pasar Tradisional Kota Serbelawan tergolong permanen, dan kebersihan toilet selalu terjaga.

Hal ini memberikan rasa aman dan nyaman bagi pedagang dan pembeli di pasar yang ingin menggunakan toilet umum. Dalam konteks ini, meskipun kondisi fisik dan kebersihan toilet umum sudah cukup baik, perlu diperhatikan untuk melengkapi fasilitas seperti tempat cuci tangan dengan sabun dan air mengalir guna meningkatkan kebersihan dan kenyamanan pengguna toilet umum.

c. Tempat Sampah

Berdasarkan hasil penelitian, di Pasar Tradisional Kota Serbelawan terdapat sekitar 15 unit tempat sampah (tong sampah/keranjang sampah) khusus yang disediakan oleh Dinas Pasar Tradisional Kota Serbelawan di setiap lorong. Dinas Pasar juga telah menyediakan Tempat Pembuangan Sampah (TPS) khusus, yang lokasinya terpisah dari bangunan pasar. Beberapa pedagang juga menyediakan tempat sampah sendiri seperti keranjang plastik, namun ada juga pedagang yang masih membuang sampah di depan kios atau los mereka, dan kemudian petugas kebersihan akan mengambil sampah-sampah tersebut.

Upaya ini menunjukkan adanya kesadaran akan pentingnya tempat sampah dan pengelolaan sampah di Pasar Tradisional Kota Serbelawan. Tempat sampah yang disediakan oleh Dinas Pasar dan beberapa pedagang membantu menjaga kebersihan dan mengurangi potensi pencemaran lingkungan di pasar. Penggunaan tempat sampah yang memadai juga memberikan kemudahan bagi pengunjung dan pedagang untuk membuang sampah dengan benar.

Namun, masih terdapat beberapa pedagang yang belum sepenuhnya mematuhi tata cara penanganan sampah dengan membuang sampah di tempat yang seharusnya. Dalam hal ini, penting untuk terus mengedukasi dan meningkatkan kesadaran pedagang serta seluruh pengguna pasar tentang pentingnya pengelolaan sampah yang baik.

Kesimpulannya, dengan adanya tempat sampah yang cukup dan Tempat Pembuangan Sampah (TPS) khusus yang terpisah dari bangunan pasar, upaya pengelolaan sampah di Pasar Tradisional Kota Serbelawan telah dilakukan. Namun, perlu terus ditingkatkan kesadaran dan disiplin para pedagang serta pengunjung dalam membuang sampah pada tempatnya agar lingkungan pasar tetap bersih dan bebas dari pencemaran.

d. Drainase

Drainase adalah sistem atau cara pembuangan kelebihan air yang tidak diinginkan di suatu daerah, serta merupakan upaya untuk menangani dampak yang timbul akibat kelebihan air tersebut. Berdasarkan hasil penelitian, di Pasar Tradisional Kota Serbelawan telah tersedia dan memadai sistem drainase. Beberapa saluran drainase di sekitar pasar ini ada yang terbuka dan ada yang tertutup dengan kisi-kisi logam.

Kehadiran sistem drainase yang memadai di Pasar Tradisional Kota Serbelawan membantu dalam mengatasi masalah kelebihan air dan memastikan air dapat mengalir dengan baik. Saluran drainase yang ada di pasar tersebut membantu mengalirkan air hujan atau air limbah agar tidak menyebabkan genangan atau banjir di dalam pasar.

Hal yang perlu dicatat adalah di Pasar Tradisional Kota Serbelawan tidak ditemui bangunan kios atau los yang dibangun di atas saluran drainase. Hal ini menunjukkan kebijakan yang baik dalam pengelolaan pasar, di mana saluran drainase tidak terhalang oleh bangunan sehingga aliran air tetap lancar. Dengan adanya sistem drainase yang memadai dan tidak ada hambatan bangunan di atas saluran drainase, Pasar Tradisional Kota Serbelawan dapat mengatasi kelebihan air dengan lebih efektif dan mencegah terjadinya masalah banjir di dalam pasar.

Penting untuk terus memantau dan memelihara sistem drainase ini agar tetap berfungsi dengan baik. Perawatan rutin dan pembersihan saluran drainase juga perlu dilakukan untuk memastikan aliran air yang lancar dan menghindari penyumbatan yang dapat menyebabkan genangan air di pasar.

e. *Hydrant*

Hydrant merupakan alat perlindungan aktif yang digunakan untuk memadamkan kebakaran. Alat ini biasanya disediakan di berbagai wilayah seperti pinggiran kota, pedesaan, pasar, dan lain-

lain. *Hydrant* membutuhkan pasokan air yang cukup agar petugas pemadam kebakaran dapat menggunakan air tersebut untuk memadamkan api.

Namun, berdasarkan hasil penelitian, Pasar Tradisional Kota Serbelawan tidak dilengkapi dengan *hydrant*. Hal ini berarti bahwa jika terjadi kebakaran di pasar tersebut, akan ada dampak yang berbahaya bagi pedagang dan pengunjung karena tidak tersedianya *hydrant* yang dapat digunakan oleh petugas pemadam kebakaran.

Ketidakterediaan *hydrant* di Pasar Tradisional Kota Serbelawan bisa menjadi kendala dalam penanganan kebakaran. *hydrant* biasanya menjadi sumber pasokan air yang efektif dan penting bagi petugas pemadam kebakaran untuk mengendalikan dan memadamkan api dengan cepat. Tanpa *hydrant*, proses pemadaman kebakaran bisa menjadi lebih sulit dan berisiko.

Dalam konteks ini, penting bagi pihak terkait, seperti pemerintah setempat atau pengelola pasar, untuk mempertimbangkan pemasangan *hydrant* di Pasar Tradisional Kota Serbelawan sebagai langkah penting dalam meningkatkan keamanan dan kesiapsiagaan terhadap kebakaran. *Hydrant* yang tersedia akan memberikan sarana yang lebih efektif bagi petugas pemadam kebakaran dalam menangani kejadian darurat tersebut.

f. Pos Keamanan

Di Pasar Tradisional Kota Serbelawan, terdapat satu pos keamanan yang bertugas menjaga keamanan bagi para pedagang dan pembeli di pasar. Keberadaan pos keamanan ini memberikan rasa aman dan mengurangi ketakutan terhadap gangguan keamanan di pasar. Tugas petugas keamanan adalah memantau kegiatan di pasar, mencegah tindakan kejahatan, serta memberikan bantuan dan perlindungan kepada pedagang dan pembeli jika diperlukan. Dengan adanya pos keamanan ini, diharapkan lingkungan pasar

dapat menjadi lebih aman dan nyaman bagi semua orang yang beraktivitas di dalamnya.

g. Tempat Ibadah

Pasar Tradisional Kota Serbelawan memiliki tempat ibadah atau mushola yang digunakan oleh pedagang dan pembeli di pasar untuk beribadah sesuai dengan ajaran agama mereka. Tempat ibadah ini terletak dalam satu bangunan yang menyatu dengan bangunan pasar. Tempat wudhu juga disediakan tidak jauh dari tempat ibadah, sehingga memudahkan pedagang dan pembeli untuk melakukan wudhu sebelum melaksanakan ibadah.

Tempat ibadah ini didesain dengan baik, dengan adanya ventilasi dan pencahayaan yang cukup. Hal ini penting untuk menciptakan suasana yang nyaman dan kondusif dalam melaksanakan ibadah. Keberadaan tempat ibadah di Pasar Tradisional Kota Serbelawan memberikan kemudahan bagi umat beragama yang ingin melaksanakan ibadah di dalam pasar.

Dengan adanya tempat ibadah yang memadai dan fasilitas wudhu yang mudah diakses, diharapkan para pedagang dan pembeli dapat melaksanakan ibadah dengan nyaman dan tenang di dalam pasar. Keberadaan tempat ibadah ini juga mencerminkan adanya keberagaman dan toleransi agama di Pasar Tradisional Kota Serbelawan.

h. Kios

Pasar Tradisional Kota Serbelawan memiliki sejumlah 3516 unit kios yang digunakan untuk berjualan di dalam pasar atau tempat lain yang diizinkan. Setiap kios memiliki ukuran sekitar 3x3 meter. Atap kios di Pasar Tradisional Kota Serbelawan terbuat dari semen beton dan dilapisi dengan atap yang terbuat dari seng untuk bagian paling atas bangunan. Kondisi permukaan dinding kios secara umum terjaga dengan baik, bersih, tidak lembab, dan berwarna terang. Namun, ada beberapa kios yang memiliki permukaan kotor dan sedikit lembab. Lantai kios terbuat dari

semen dengan permukaan yang rata dan tidak licin. Lantai tersebut juga tidak mengalami retakan sehingga memudahkan dalam proses pembersihan.

Keadaan fisik kios yang terjaga dengan baik, bersih, dan memiliki lantai yang mudah dibersihkan merupakan faktor penting dalam menciptakan lingkungan yang nyaman dan menarik bagi pedagang dan pembeli di Pasar Tradisional Kota Serbelawan. Hal ini juga memberikan kesan profesionalisme dan kebersihan yang penting dalam menjaga reputasi pasar dan meningkatkan kenyamanan pengunjung.

Penting untuk terus memelihara dan merawat kondisi kios agar tetap terjaga dengan baik. Pengelola pasar dapat melakukan pemeliharaan rutin, seperti membersihkan kios yang kotor, memperbaiki retakan pada lantai, dan memastikan kios tetap dalam kondisi yang baik. Dengan demikian, pedagang dapat berjualan dengan nyaman dan pembeli merasa lebih tertarik untuk berkunjung ke Pasar Tradisional Kota Serbelawan.

i. Area Bongkar Muat

Pasar Tradisional Kota Serbelawan memiliki 3 area bongkar muat yang tersebar di dalam pasar. Area bongkar muat ini digunakan untuk memasukkan dan mengeluarkan barang dari suatu tempat ke tempat lain di dalam pasar. Keberadaan area bongkar muat yang cukup memungkinkan para pedagang untuk mengurangi biaya dan mempermudah proses material *handling*.

Dengan adanya area bongkar muat yang memadai, para pedagang dapat melakukan aktivitas bongkar muat dengan lebih efisien dan lancar. Hal ini juga dapat membantu mengurangi kemacetan dan mempersempit luas jalan di dalam Pasar Tradisional Kota Serbelawan. Fasilitas bongkar muat yang tersedia di pasar ini didesain untuk memudahkan proses material handling, sehingga pedagang dapat dengan mudah mengangkat dan mengelola barang dagangan mereka.

Keberadaan area bongkar muat yang memadai dan fasilitas yang mendukung di Pasar Tradisional Kota Serbelawan adalah faktor penting dalam menciptakan lingkungan perdagangan yang efisien dan terorganisir. Pedagang dapat dengan mudah mengatur barang dagangan mereka, mengangkutnya ke lokasi yang diinginkan, dan mengoptimalkan operasional mereka di dalam pasar.

Pengelola pasar perlu terus memastikan bahwa area bongkar muat tetap terjaga dengan baik, bersih, dan teratur. Selain itu, penting juga untuk memberikan arahan yang jelas dan tanda-tanda yang memadai agar para pedagang dapat menggunakan area bongkar muat dengan aman dan efisien. Dengan demikian, proses bongkar muat di Pasar Tradisional Kota Serbelawan dapat berjalan lancar dan mendukung kegiatan perdagangan yang berlangsung di dalam pasar.

2. Kondisi Prasarana Pasar Tradisional Kota Serbelawan

a. Akses Jalan

Pasar Tradisional Kota Serbelawan memiliki jalan-jalan yang mendukung pengembangan kegiatan ekonomi di pasar tersebut. Terdapat jalan-jalan yang mengelilingi pasar, memudahkan akses ke seluruh arah, serta jalan utama yang mudah ditemukan dan dicapai oleh pedagang dan pembeli. Selain itu, di pasar ini juga telah disediakan jalur khusus bagi pejalan kaki.

Akses jalan di Pasar Tradisional Kota Serbelawan memiliki kondisi yang baik. Permukaan jalan yang rata dan tidak berlubang memungkinkan roda dua, roda tiga, dan roda empat dapat melaluinya dengan lancar. Jalan-jalan ini memiliki permukaan aspal yang memberikan kenyamanan dan kebebasan bagi pengguna jalan dalam menjalankan kendaraan mereka.

Keadaan jalan yang baik sangat penting dalam mendukung kegiatan ekonomi di pasar. Pedagang dan pembeli dapat dengan

mudah mengakses pasar, mengangkut barang dagangan, dan melakukan transaksi dengan lancar. Selain itu, jalur khusus bagi pejalan kaki juga memberikan rasa aman dan nyaman bagi mereka yang ingin berjalan-jalan di sekitar pasar.

Pihak pengelola pasar perlu terus memperhatikan dan merawat kondisi jalan agar tetap terjaga dengan baik. Perbaikan dan pemeliharaan rutin, seperti mengisi lubang-lubang pada jalan dan menjaga kebersihan permukaan jalan, penting untuk menjaga kelancaran lalu lintas di Pasar Tradisional Kota Serbelawan. Dengan demikian, pasar dapat terus berkembang dan memberikan pengalaman yang baik bagi pedagang dan pembeli yang mengunjunginya.

b. Jaringan Listrik

Penerangan atau jaringan listrik merupakan fasilitas penting yang dibutuhkan oleh masyarakat di pasar. Fasilitas ini sangat mendukung kegiatan pasar karena digunakan oleh pedagang dan pembeli setiap saat saat beraktivitas di pasar. Berdasarkan hasil penelitian, Pasar Tradisional Kota Serbelawan telah menyediakan sumber daya listrik yang berasal dari PLN (Perusahaan Listrik Negara) sebagai alat penerangan di pasar.

Setiap pedagang yang menyewa kios di pasar telah disalurkan sumber listrik dari PLN ke dalam kios atau los mereka. Hal ini memungkinkan pedagang menggunakan lampu listrik yang dinyalakan pada pagi hari antara pukul 04.00 hingga 06.00 WIB. Lampu listrik tersebut menggunakan daya dari PLN sebagai sumber penerangan di kios atau los pedagang.

Dengan tersedianya sumber daya listrik yang memadai, pedagang dapat menjalankan aktivitas jual-beli dengan nyaman dan aman di Pasar Tradisional Kota Serbelawan. Penerangan yang cukup di dalam pasar juga memberikan keamanan dan kenyamanan bagi pembeli yang datang pada pagi hari.

Pihak pengelola pasar perlu terus memperhatikan pemeliharaan jaringan listrik agar tetap berfungsi dengan baik dan mengatasi masalah apabila terjadi gangguan. Dengan demikian, pedagang dan pembeli dapat terus mengandalkan fasilitas penerangan yang disediakan oleh pasar untuk melaksanakan aktivitas mereka tanpa hambatan.

c. Pelayanan Kesehatan

Prasarana kesehatan merupakan fasilitas yang sangat penting bagi pedagang dan pembeli di pasar, mengingat kondisi fisik yang tidak selalu baik dan kecelakaan yang bisa terjadi sewaktu-waktu. Adanya fasilitas pelayanan kesehatan di pasar dapat mengantisipasi dan memberikan penanganan yang cepat dalam situasi darurat.

Berdasarkan hasil penelitian, Pasar Tradisional Kota Serbelawan telah menyediakan pelayanan kesehatan di pasar, meskipun hanya dalam satu unit saja. Dengan adanya fasilitas ini, jika ada pedagang atau pembeli yang mengalami sakit atau terjadi kecelakaan di pasar, mereka dapat segera mendapatkan bantuan medis di pelayanan kesehatan tersebut.

Pelayanan kesehatan di pasar sangat penting untuk memberikan perawatan awal, pertolongan pertama, atau stabilisasi kondisi hingga bantuan medis yang lebih lanjut dapat diberikan. Ketersediaan fasilitas ini dapat memberikan rasa aman dan jaminan kesehatan bagi pedagang dan pembeli di pasar.

Namun, penting bagi pengelola pasar untuk terus memperhatikan pemeliharaan dan peningkatan fasilitas pelayanan kesehatan, serta memastikan tersedianya tenaga medis yang kompeten untuk memberikan pelayanan yang baik. Dengan demikian, para pedagang dan pembeli di Pasar Tradisional Kota Serbelawan akan merasa lebih aman dan terlindungi saat berada di pasar.

d. Air Bersih

Air adalah unsur yang esensial dalam kehidupan manusia, hewan, dan tumbuhan. Tanpa pengembangan sumber daya air yang konsisten, perkembangan manusia tidak akan mencapai tingkat seperti yang kita nikmati saat ini. Dalam berbagai aktivitas sehari-hari, baik itu di pasar, pertanian, industri, dan lain sebagainya, kebutuhan akan air menjadi sangat penting. Air yang bersih dan cukup tersedia memainkan peran vital dalam menjaga kebersihan dan kesehatan, terutama di pasar.

Berdasarkan hasil penelitian, di Pasar Tradisional Kota Serbelawan, pedagang menggunakan air bersih dari PDAM Tirta Lihou untuk memenuhi kebutuhan mereka. Air bersih ini tersedia dalam jumlah yang memadai untuk setiap pedagang di pasar, sehingga tidak pernah terjadi kelangkaan air. Fasilitas air bersih di pasar dilengkapi dengan kran yang tidak bocor, memastikan air dapat digunakan dengan lancar oleh pedagang.

Selain itu, jarak antara sumber air bersih dan tempat pembuangan limbah di pasar ini cukup jauh. Hal ini penting untuk mencegah terjadinya pencemaran air bersih oleh limbah, sehingga air yang digunakan tetap berkualitas dan aman. Ketersediaan air bersih yang memadai di Pasar Tradisional Kota Serbelawan memungkinkan pedagang untuk menjaga kebersihan barang dagangan mereka, seperti sayuran, ikan, daging, dan lain sebagainya. Dengan demikian, para pedagang dapat menjaga kualitas produk yang mereka jual dan memberikan kepercayaan kepada pembeli.

Penting bagi pengelola pasar untuk terus memastikan ketersediaan air bersih yang memadai, menjaga kebersihan fasilitas air, dan memperhatikan kualitas air yang digunakan. Hal ini akan menjaga kebersihan pasar secara keseluruhan dan memberikan lingkungan yang sehat bagi pedagang dan pembeli.

3. Keadaan Pedagang di Pasar Tradisional Kota Serbelawan

a. Usia

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti mengidentifikasi rata-rata usia pedagang di Pasar Tradisional Kota Serbelawan, usia pedagang berkisar dari 25-59 tahun. Adapun keterangan usia pedagang sebagai berikut:

Tabel 4.1

Usia Pedagang di Pasar Tradisional Kota Serbelawan

No.	Usia	Kuantitas
1.	25-29 Tahun	5 Pedagang
2.	30-34 Tahun	9 pedagang
3.	35-39 Tahun	27 Pedagang
4.	40-44 Tahun	21 Pedagang
5.	45-49 Tahun	31 Pedagang
6.	50-54 Tahun	20 Pedagang
7.	55-59 Tahun	7 Pedagang
Jumlah		120 Pedagang

Sumber: Data Primer

b. Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa di Pasar Tradisional Kota Serbelawan, terdapat perbedaan jumlah pedagang antara laki-laki dan perempuan. Jumlah pedagang perempuan lebih banyak dibandingkan dengan pedagang laki-laki. Terdapat 66 pedagang perempuan, sedangkan terdapat 54 pedagang laki-laki, yang menyumbang persentase sebesar 45%.

Tabel 4.2

Jenis Kelamin Pedagang di Pasar Tradisional Kota Serbelawan

No.	Jenis Kelamin	Kuantitas
1.	Laki-Laki	66 Pedagang
2.	Perempuan	54 Pedagang
Jumlah		120 Pedagang

Sumber: Data Primer

c. Lama Berdagang

Sebanyak 20 orang pedagang di Pasar Tradisional Kota Serbelawan telah berdagang selama 1-5 tahun, 53 orang berdagang selama 6-10 tahun, 26 orang berdagang selama 11-15 tahun, 13 orang berdagang selama 16-20 tahun, 6 orang berdagang selama 21-25 tahun. Selain itu, terdapat 2 orang pedagang yang telah berdagang selama 25-30 tahun.

Tabel 4.3

Lama Berdagang Pedagang di Pasar Tradisional Kota Serbelawan

No.	Lama Berdagang	Kuantitas
1.	1-5 Tahun	20 Pedagang
2.	6-10 Tahun	53 Pedagang
3.	11-15 Tahun	26 Pedagang
4.	16-20 Tahun	13 Pedagang
5.	21-25 Tahun	6 Pedagang
6.	25-30 Tahun	2 Pedagang
Jumlah		120 Pedagang

Sumber: Data Primer

d. Penghasilan

Sebanyak 17 orang pedagang memiliki penghasilan perhari sebesar 100.000 s/d 500.000, 43 orang sebesar 600.000 s/d 1.000.000, 27 orang sebesar 1.100.000 s/d 1.500.000, 20 orang sebesar 1.600.000 s/d 2.000.000, 3 orang sebesar 2.100.000 s/d 2.500.000, dan 10 orang > 2.600.000.

Tabel 4.3

Penghasilan Berdagang Pedagang di Pasar Tradisional Kota Serbelawan

No.	Penghasilan	Kuantitas
1.	100.000 s/d 500.000	17 Pedagang
2.	600.000 s/d 1.000.000	43 Pedagang
3.	1.100.000 s/d 1.500.000	27 Pedagang

4.	1.600.000 s/d 2.000.000	20 Pedagang
5.	2.100.000 s/d 2.500.000	3 Pedagang
6.	> 2.600.000	10 Pedagang

Sumber: Data Primer

e. Persyaratan dan Kewajiban Dagang

Di Pasar Tradisional Kota Serbelawan, para pedagang diwajibkan memenuhi beberapa persyaratan dan kewajiban. Salah satunya adalah memiliki Surat Izin Tempat Usaha (SITU). Selain itu, ada beberapa persyaratan lain yang harus diperhatikan oleh pedagang, seperti menjaga kebersihan, membayar retribusi sesuai ketentuan, menyusun dagangan secara teratur, mematuhi peraturan pengelola, dan menyediakan tempat sampah. Berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan bahwa seluruh pedagang di Pasar Tradisional Kota Serbelawan telah memenuhi persyaratan memiliki SITU. Namun, masih terdapat banyak pedagang yang belum sepenuhnya melaksanakan kewajibannya sesuai dengan PERMENDAGRI NO 20 Tahun 2012 Pasal ke 43.

4. Urgensi Penerapan Etika Bisnis Islam di Pasar Tradisional Kota Serbelawan

Penerapan etika bisnis Islam di pasar tradisional Kota Serbelawan memiliki urgensi yang penting. Etika bisnis Islam merujuk pada prinsip-prinsip dan nilai-nilai yang diatur oleh ajaran agama Islam dalam melakukan aktivitas bisnis. Berikut adalah beberapa urgensi penerapan etika bisnis Islam di pasar tradisional Kota Serbelawan:

a. Keadilan dan Kesetaraan

Etika bisnis Islam mendorong praktek bisnis yang adil dan setara bagi semua pihak terlibat, termasuk pedagang, pembeli, dan masyarakat umum. Hal ini penting untuk memastikan tidak ada penindasan atau penyalahgunaan dalam transaksi bisnis di pasar.

b. Kejujuran dan Integritas

Etika bisnis Islam menekankan pentingnya kejujuran dan integritas dalam semua aspek bisnis. Para pedagang di pasar tradisional perlu mengedepankan kejujuran dalam menjual produk, memberikan informasi yang akurat, dan memenuhi janji yang telah dibuat kepada pembeli.

c. Larangan Riba dan Praktik Haram

Etika bisnis Islam melarang praktik riba (bunga) dan transaksi yang melibatkan barang haram. Dalam pasar tradisional, penting untuk memastikan bahwa transaksi bisnis tidak melanggar prinsip-prinsip ini, seperti menjual produk yang tidak halal atau terlibat dalam praktik riba.

d. Tanggung Jawab Sosial

Etika bisnis Islam mendorong pedagang untuk menjalankan tanggung jawab sosial dalam bisnis mereka. Hal ini termasuk memberikan sumbangan dan bantuan kepada masyarakat yang membutuhkan serta berkontribusi pada pembangunan dan kesejahteraan umum.

e. Etika dalam Persaingan Bisnis

Etika bisnis Islam mengajarkan pentingnya bersaing secara sehat dan tidak merugikan pihak lain. Para pedagang di pasar tradisional perlu menjaga etika dalam persaingan bisnis, seperti tidak melakukan praktik-praktik yang merugikan kompetitor atau menyesatkan konsumen.

Dengan menerapkan etika bisnis Islam, pasar tradisional Kota Serbelawan dapat menjadi tempat yang adil, jujur, dan berkualitas bagi para pedagang dan pembeli. Penerapan ini juga dapat memberikan kepercayaan kepada masyarakat serta meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial di wilayah tersebut.

2. Hasil Penelitian

1. Implementasi Etika Bisnis Islam di Kalangan Pedagang Pada Pasar Tradisional Kota Serbelawan

Implementasi etika bisnis Islam di kalangan pedagang pada pasar tradisional Kota Serbelawan adalah hal yang sangat penting untuk memastikan bahwa kegiatan bisnis dilakukan dengan prinsip-prinsip Islam yang sesuai dengan ajaran agama. Memiliki pemahaman yang kuat tentang prinsip-prinsip dan nilai-nilai etika bisnis Islam adalah kunci penting dalam implementasi etika bisnis Islam di kalangan pedagang pada pasar tradisional Kota Serbelawan.

Pemahaman pedagang di pasar tradisional Kota Serbelawan tentang prinsip-prinsip dan nilai-nilai etika bisnis Islam bervariasi. Beberapa pedagang memiliki pemahaman yang baik dan menerapkan prinsip-prinsip tersebut dalam aktivitas bisnis mereka, sementara yang lain mungkin memiliki pemahaman yang terbatas atau belum sepenuhnya mengerti tentang konsep etika bisnis Islam. Menurut Hasan:

Di pasar tradisional Kota Serbelawan, banyak pedagang yang berusaha menerapkan etika bisnis Islam dalam berjualan. Mereka menjaga kejujuran dalam jual beli, tidak menipu atau menimbun barang, serta memberikan harga yang adil kepada konsumen. Mereka juga mengutamakan kepentingan bersama dan kerjasama, serta berusaha memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan (Hasan, 2023).

Menurut Muamar:

Pedagang di pasar tradisional Kota Serbelawan menjaga kualitas dagang dengan tidak melakukan praktik-praktik yang melanggar aturan agama, seperti menjual barang palsu atau merusak kualitas produk. Mereka juga tidak mengambil untung secara tidak wajar atau menyesatkan konsumen dengan strategi pemasaran yang tidak jujur (Muamar, 2023).

Menurut Mahmud:

Pedagang memberikan harga yang wajar dan adil kepada konsumen, tanpa memanfaatkan situasi atau kesempatan untuk memperoleh keuntungan yang berlebihan. Mereka juga tidak membedakan pelanggan berdasarkan agama, suku, atau latar belakang lainnya. Prinsip ini berlaku dalam semua transaksi yang dilakukan (Mahmud, 2023).

Surya mengatakan bahwa:

Saya ingin menyampaikan pesan bahwa menerapkan etika bisnis Islam bukan hanya menguntungkan secara materi, tetapi juga memberikan manfaat jangka panjang dalam membangun hubungan yang baik dengan pelanggan dan masyarakat. Etika bisnis Islam mencerminkan nilai-nilai kebaikan dan keadilan, yang akan memberikan keberkahan dalam segala aspek kehidupan (Surya, 2023).

Hasil wawancara menunjukkan bahwa pedagang di pasar tradisional Kota Serbelawan memiliki kesadaran yang kuat terhadap implementasi etika bisnis Islam. Mereka menerapkan prinsip-prinsip integritas, keadilan, dan kejujuran dalam setiap aspek bisnis mereka. Dalam praktik sehari-hari, pedagang tersebut berusaha menjaga kejujuran dalam transaksi jual beli. Mereka tidak melakukan penipuan atau menimbun barang, serta memberikan harga yang adil kepada konsumen. Prinsip integritas tercermin dalam tindakan mereka untuk tidak menjual barang palsu atau merusak kualitas produk. Mereka berkomitmen untuk tidak terlibat dalam praktik-praktik bisnis yang bertentangan dengan ajaran agama Islam.

Selain itu, pedagang di pasar tradisional Kota Serbelawan juga menjunjung tinggi prinsip keadilan. Mereka memberikan harga yang wajar dan adil kepada konsumen, tanpa memanfaatkan situasi untuk memperoleh keuntungan yang berlebihan. Prinsip keadilan ini diterapkan dalam semua transaksi yang dilakukan oleh pedagang, tanpa membedakan pelanggan berdasarkan agama, suku, atau latar belakang lainnya.

Selanjutnya, tanggung jawab sosial juga menjadi perhatian utama bagi pedagang di pasar tradisional Kota Serbelawan. Mereka berpartisipasi dalam program-program sosial dan memberikan sumbangan serta bantuan kepada masyarakat yang membutuhkan. Hal ini menunjukkan komitmen mereka dalam memberikan kontribusi positif bagi lingkungan sekitar pasar dan masyarakat secara luas.

Meskipun demikian, implementasi etika bisnis Islam di pasar tradisional Kota Serbelawan juga menghadapi tantangan. Beberapa pedagang mungkin tergoda untuk mengambil jalan pintas demi keuntungan yang lebih besar, sementara persaingan bisnis yang ketat juga dapat mempengaruhi praktik bisnis mereka. Namun, para pedagang diimbau untuk tetap berpegang pada prinsip-prinsip etika bisnis Islam karena manfaat jangka panjang yang dapat dihasilkan, termasuk hubungan yang baik dengan pelanggan dan masyarakat, serta mendapatkan keberkahan dalam usaha mereka.

Secara keseluruhan, hasil wawancara tersebut menunjukkan komitmen pedagang di pasar tradisional Kota Serbelawan dalam menerapkan etika bisnis Islam. Praktik bisnis yang jujur, adil, dan bertanggung jawab sosial adalah langkah positif menuju menciptakan lingkungan bisnis yang bermanfaat bagi semua pihak.

Dapat disimpulkan, pedagang di pasar tradisional Kota Serbelawan menerapkan etika bisnis Islam dengan menjaga kejujuran, integritas, dan keadilan dalam transaksi jual beli. Mereka memberikan harga yang adil kepada konsumen, tidak melakukan praktik yang melanggar aturan agama, dan memiliki tanggung jawab sosial dengan memberikan bantuan kepada masyarakat yang membutuhkan.

Di pasar tradisional Kota Serbelawan, terdapat perbedaan dalam penerapan etika bisnis Islam antara pedagang yang beragama Islam dan non-Muslim. Perbedaan ini dapat dilihat dalam beberapa aspek berikut:

a. Jual Beli Halal

Pedagang yang beragama Islam cenderung lebih memperhatikan aspek kehalalan dalam jual beli mereka. Mereka berupaya untuk menjual produk-produk yang halal dan menjauhi produk yang diharamkan dalam Islam, seperti alkohol, daging babi, atau barang haram lainnya. Sementara itu, pedagang non-Muslim mungkin tidak memiliki kepedulian yang sama terhadap aspek kehalalan dalam produk yang mereka jual.

b. Transparansi dan Kejujuran

Pedagang yang beragama Islam dianjurkan untuk berlaku transparan dan jujur dalam segala aspek bisnis mereka. Mereka diharapkan memberikan informasi yang akurat tentang produk yang dijual, termasuk kualitas, harga, dan kondisi barang. Prinsip ini mungkin lebih ditekankan dalam penerapan etika bisnis Islam. Di sisi lain, pedagang non-Muslim mungkin memiliki pendekatan yang lebih fleksibel terhadap transparansi dan kejujuran dalam bisnis mereka.

c. Perlindungan Hak Konsumen

Islam mendorong perlindungan hak-hak konsumen secara adil. Pedagang yang beragama Islam di pasar tradisional Kota Serbelawan cenderung lebih berhati-hati dalam memastikan kepuasan konsumen dan menghormati hak-hak mereka. Mereka mungkin lebih responsif terhadap keluhan atau masalah yang dihadapi oleh konsumen, dan berusaha menyelesaikannya dengan baik. Bagi pedagang non-Muslim, perlindungan hak konsumen juga bisa menjadi pertimbangan penting, tetapi mungkin tidak menjadi fokus utama seperti halnya bagi pedagang yang beragama Islam.

d. Saling Menghormati dalam Berbisnis

Pedagang yang beragama Islam sering ditekankan untuk saling menghormati dalam berbisnis. Mereka diharapkan menjaga hubungan baik dengan pedagang lain, tanpa membedakan agama,

ras, atau latar belakang mereka. Hal ini mencakup adanya sikap yang sopan, menghargai waktu dan kesepakatan, serta menghindari perilaku yang merugikan pihak lain. Pedagang non-Muslim juga dapat memiliki sikap yang sama terhadap saling menghormati, tetapi prinsip ini lebih eksplisit ditekankan dalam penerapan etika bisnis Islam.

Faktor-faktor seperti budaya lokal, kebiasaan, dan nilai-nilai individu memengaruhi cara pedagang berbisnis di pasar tradisional Kota Serbelawan. Menurut Hasan:

Ya, terdapat beberapa perbedaan dalam penerapan etika bisnis Islam antara pedagang Muslim dan non-Muslim di pasar tradisional. Sebagai pedagang Muslim, kami memiliki pemahaman dan komitmen yang lebih kuat terhadap prinsip-prinsip etika bisnis Islam, karena sesuai dengan keyakinan agama kami. Hal ini dapat tercermin dalam praktik sehari-hari kami, seperti menjaga kejujuran, menghindari riba, dan memberikan harga yang adil.

Menurut Mahmud:

Sebagai pedagang Muslim, kami berusaha untuk menjaga kejujuran dan kualitas dalam jual beli. Kami menghindari praktik-praktik yang melanggar aturan agama, seperti menjual barang palsu atau merusak kualitas produk. Selain itu, kami juga berusaha untuk tidak memanfaatkan situasi atau kesempatan untuk memperoleh keuntungan yang tidak adil. Prinsip keadilan juga menjadi perhatian utama kami, dengan memberikan harga yang wajar dan adil kepada konsumen.

Menurut Surya:

Meskipun tidak semua pedagang non-Muslim memiliki pemahaman mendalam tentang prinsip-prinsip etika bisnis Islam, namun beberapa dari mereka juga menerapkan prinsip-prinsip tersebut dalam praktik bisnis mereka. Mereka menjaga kejujuran dan menghindari praktik penipuan, serta berusaha memberikan harga yang adil

kepada konsumen. Meskipun alasannya mungkin berbeda dengan pedagang Muslim, prinsip-prinsip etika bisnis Islam tentang kejujuran dan keadilan dapat diterapkan oleh siapa pun, tanpa memandang agama.

Menurut Muamar:

Perbedaan penerapan etika bisnis Islam antara pedagang Muslim dan non-Muslim dapat bervariasi. Pedagang Muslim memiliki pemahaman agama yang lebih mendalam mengenai prinsip-prinsip etika bisnis Islam, sehingga penerapannya mungkin lebih konsisten dan menyeluruh. Namun, ada juga pedagang non-Muslim yang secara sadar menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis yang sejalan dengan nilai-nilai universal, termasuk kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial.

Dalam wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa meskipun terdapat perbedaan dalam pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam antara pedagang Muslim dan non-Muslim di pasar tradisional Kota Serbelawan, ada kesamaan dalam prinsip-prinsip yang mereka terapkan. Pedagang Muslim memiliki pemahaman agama yang lebih mendalam tentang etika bisnis Islam dan menerapkan prinsip-prinsip tersebut secara konsisten. Mereka menjaga kejujuran, menghindari riba, dan memberikan harga yang adil.

Di sisi lain, pedagang non-Muslim juga berusaha untuk menjaga kejujuran dan memberikan harga yang adil, meskipun tidak memiliki pemahaman agama yang sama. Mereka mengikuti nilai-nilai universal seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun pemahaman agama dapat mempengaruhi implementasi etika bisnis, prinsip-prinsip seperti kejujuran dan keadilan memiliki nilai universal yang dapat diadopsi oleh semua pedagang, tanpa memandang agama.

Dalam konteks pasar tradisional Kota Serbelawan, upaya untuk meningkatkan pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam di kalangan pedagang non-Muslim sangat penting. Melalui program pelatihan dan seminar yang membahas prinsip-prinsip etika bisnis

Islam, diharapkan pedagang non-Muslim dapat lebih memahami dan menerapkan prinsip-prinsip tersebut dalam praktik bisnis mereka.

Secara keseluruhan, baik pedagang Muslim maupun non-Muslim di pasar tradisional Kota Serbelawan memiliki kesadaran terhadap pentingnya menjaga kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial dalam bisnis mereka. Peningkatan pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam di antara semua pedagang akan berkontribusi pada penciptaan lingkungan bisnis yang adil, jujur, dan bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat.

Adapun manfaat yang dirasakan oleh pedagang dalam menerapkan etika bisnis Islam di pasar tradisional Kota Serbelawan, Hasan berpendapat:

Salah satu manfaat utama yang saya rasakan adalah mendapat kepercayaan pelanggan. Ketika saya menjaga kejujuran dan memberikan pelayanan yang adil, pelanggan merasa nyaman bertransaksi dengan saya. Mereka percaya bahwa saya akan memberikan produk yang berkualitas dengan harga yang sesuai. Ini menciptakan hubungan yang baik dan memperkuat loyalitas pelanggan.

Menurut Mahmud:

Ketika saya menjauhi praktik-praktik yang bertentangan dengan ajaran agama, bisnis saya terhindar dari masalah hukum dan reputasi yang buruk. Ini membantu menjaga degangan dan membangun citra yang baik di mata pembeli dan masyarakat.

Surya Mengatakan:

Saat saya menjaga kejujuran dalam bertransaksi, pemasok merasa percaya dan nyaman bekerja sama dengan saya. Ini memperkuat kerja sama, meningkatkan kepercayaan, dan membuka peluang kerjasama yang lebih baik di masa depan.

Menurut Mahmud:

Saya percaya bahwa Allah memberkahi usaha yang dilakukan dengan integritas dan kejujuran. Dalam situasi yang kompetitif, keberkahan tersebut memberikan keunggulan dan memberikan rasa kedamaian dan kepuasan pribadi dalam berbisnis.

Dalam wawancara tersebut, pedagang di pasar tradisional Kota Serbelawan merasakan beberapa manfaat dalam menerapkan etika bisnis Islam. Manfaat tersebut meliputi peningkatan kepercayaan pelanggan, keberlanjutan bisnis yang lebih baik, hubungan yang kuat dengan mitra bisnis dan pemasok, serta keberkahan dalam bisnis. Dengan menerapkan etika bisnis Islam, pedagang menciptakan lingkungan bisnis yang adil, jujur, dan berkah.

Dalam implementasi etika bisnis islam di kalangan pedagang pada Pasar Tradisional Kota Serbelawan, peneliti melakukan serangkaian wawancara dengan para pembeli untuk mengetahui persepsi mereka mengenai penerapan etika bisnis Islam di Pasar Tradisional Kota Serbelawan. Adapun Ida mengatakan bahwa:

Saya memiliki persepsi yang baik terhadap pedagang yang menerapkan etika bisnis Islam. Saya merasa lebih percaya dan nyaman bertransaksi dengan mereka. Saya tahu bahwa mereka menjaga kejujuran, keadilan, dan integritas dalam bisnis mereka, yang membuat saya merasa aman dan yakin bahwa saya akan diperlakukan dengan baik.

Erna Berpendapat:

Pedagang yang menerapkan etika bisnis Islam cenderung lebih ramah, sabar, dan memberikan pelayanan yang lebih baik. Mereka tidak hanya fokus pada keuntungan semata, tetapi juga memperhatikan kebutuhan dan kepuasan konsumen. Saya merasa dihargai dan diperlakukan dengan baik ketika berinteraksi dengan mereka.

Marsiyem mengatakan:

Salah satu hal yang membuat saya lebih memilih pedagang yang menerapkan etika bisnis Islam adalah kejujuran mereka. Saya percaya bahwa mereka tidak akan menipu atau memanipulasi dalam berbisnis. Selain itu, sikap mereka yang adil dalam menentukan harga dan memberikan pelayanan yang berkualitas juga menjadi faktor penting dalam pemilihan saya.

Mulyadi mengatakan:

Menurut pengalaman saya, pedagang yang menerapkan etika bisnis Islam memiliki citra yang baik di mata masyarakat. Mereka dianggap sebagai pedagang yang dapat dipercaya, jujur, dan memiliki integritas. Masyarakat juga menghargai sikap mereka yang berkomitmen untuk menjalankan prinsip-prinsip agama dalam bisnis mereka.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa konsumen di pasar tradisional Kota Serbelawan memiliki persepsi positif terhadap pedagang yang menerapkan etika bisnis Islam. Mereka merasa lebih percaya, nyaman, dan memilih untuk bertransaksi dengan pedagang tersebut. Konsumen menghargai kejujuran, pelayanan yang baik, dan citra positif pedagang yang menerapkan etika bisnis Islam. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam membawa manfaat dalam membangun hubungan yang baik antara pedagang dan konsumen di pasar tradisional.

2. Hambatan Implementasi Etika Bisnis Islam di Kalangan Pedagang Pada Pasar Tradisional Kota Serbelawan

Dalam pengimplementasian etika bisnis Islam di kalangan pedagang pada pasar tradisional Kota Serbelawan masih terdapat beberapa hambatan seperti kurangnya kesadaran dan pemahaman tentang prinsip-prinsip etika bisnis Islam, tekanan ekonomi dan persaingan yang ketat, keterbatasan sumber daya, kurangnya pengawasan dan penegakan hukum yang kuat, serta tantangan budaya

dan tradisi adalah beberapa faktor yang dapat menghambat penerapan etika bisnis Islam. Hasan mengatakan bahwa:

Salah satu hambatan yang saya hadapi adalah persaingan bisnis yang keras. Di pasar tradisional, terdapat banyak pedagang yang tidak menerapkan etika bisnis Islam dan bersaing dengan harga yang lebih rendah atau menggunakan praktik yang kurang etis. Hal ini membuat sulit bagi kami untuk menjaga harga yang adil dan tetap berpegang pada prinsip-prinsip etika bisnis Islam.

Menurut Mahmud:

Hambatan lain yang kami hadapi adalah kesulitan dalam memperoleh sertifikasi halal untuk produk-produk yang kami jual. Proses sertifikasi halal memerlukan waktu dan biaya yang cukup besar, dan hal ini menjadi kendala bagi kami yang ingin menawarkan produk halal kepada konsumen. Selain itu, terkadang sulit untuk menemukan pemasok yang menyediakan bahan baku atau produk yang sesuai dengan standar etika bisnis Islam.

Menurut Surya:

Salah satu hambatan utama yang saya hadapi adalah rendahnya kesadaran dan pemahaman tentang etika bisnis Islam di kalangan pedagang dan konsumen. Banyak pedagang dan pembeli di pasar tradisional masih kurang paham akan konsep-konsep seperti adil, jujur, dan transparan dalam bisnis. Hal ini membuat sulit bagi saya untuk menerapkan prinsip-prinsip ini secara konsisten.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pedagang pasar tradisional di Kota Serbelawan, terdapat beberapa hambatan yang dihadapi dalam implementasi Etika Bisnis Islam. Salah satu hambatan utama adalah kurangnya pemahaman yang komprehensif tentang prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam di kalangan pedagang. Hal ini menyebabkan mereka cenderung melakukan praktik bisnis yang bertentangan dengan ajaran Islam.

Hambatan lainnya adalah persaingan bisnis yang ketat di pasar tradisional. Beberapa pedagang mungkin merasa sulit untuk menerapkan Etika Bisnis Islam ketika mereka harus bersaing dengan pedagang lain yang mungkin tidak mematuhi prinsip-prinsip tersebut. Persaingan ini dapat menjadi dilema moral bagi pedagang yang ingin menjalankan bisnis dengan integritas sesuai dengan ajaran Islam.

Selain itu, terdapat hambatan dalam hal regulasi dan pemahaman konsep-konsep bisnis yang sesuai dengan Etika Bisnis Islam. Beberapa pedagang mungkin tidak tahu bagaimana menerapkan prinsip-prinsip seperti adil, jujur, dan transparan dalam kegiatan bisnis mereka. Kurangnya sumber daya dan akses ke pelatihan atau bimbingan yang memadai juga dapat menjadi hambatan dalam mengimplementasikan Etika Bisnis Islam.

Hambatan lain yang disebutkan oleh pedagang adalah kesulitan dalam memperoleh sertifikasi halal untuk produk yang mereka jual. Proses sertifikasi halal memerlukan waktu dan biaya yang cukup besar, dan hal ini menjadi kendala bagi mereka yang ingin menawarkan produk halal kepada konsumen. Selain itu, sulit untuk menemukan pemasok yang menyediakan bahan baku atau produk yang sesuai dengan standar etika bisnis Islam.

Kesadaran dan pemahaman yang rendah tentang Etika Bisnis Islam juga menjadi hambatan dalam implementasi prinsip-prinsip ini. Baik pedagang maupun konsumen di pasar tradisional masih kurang paham akan konsep-konsep seperti adil, jujur, dan transparan dalam bisnis. Hal ini membuat sulit bagi pedagang untuk menerapkan prinsip-prinsip ini secara konsisten.

Secara keseluruhan, hambatan-hambatan ini menunjukkan perlunya upaya lebih lanjut dalam memberikan pemahaman, pelatihan, dan akses yang lebih baik kepada pedagang pasar tradisional mengenai Etika Bisnis Islam. Selain itu, dukungan dari pemerintah, organisasi masyarakat, dan lembaga terkait juga dapat membantu mengatasi

hambatan-hambatan tersebut dan mendorong implementasi Etika Bisnis Islam yang lebih luas di kalangan pedagang.

3. Pembahasan

Pengimplementasian etika bisnis Islam di kalangan pedagang pada pasar tradisional Kota Serbelawan berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pedagang. Pemahaman dan penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang kuat terlihat dalam praktik sehari-hari mereka, seperti menjaga kejujuran, integritas, dan keadilan dalam transaksi jual beli. Mereka juga menjunjung tinggi tanggung jawab sosial dengan berpartisipasi dalam program-program sosial dan memberikan bantuan kepada masyarakat yang membutuhkan.

Meskipun terdapat perbedaan dalam penerapan etika bisnis Islam antara pedagang Muslim dan non-Muslim, terdapat kesamaan dalam prinsip-prinsip yang mereka terapkan. Pedagang Muslim memiliki pemahaman agama yang lebih mendalam tentang etika bisnis Islam dan menerapkan prinsip-prinsip tersebut secara konsisten. Di sisi lain, pedagang non-Muslim juga berusaha untuk menjaga kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial.

Peningkatan pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam di kalangan pedagang non-Muslim di pasar tradisional Kota Serbelawan sangat penting. Melalui program pelatihan dan seminar yang membahas prinsip-prinsip etika bisnis Islam, diharapkan pedagang non-Muslim dapat lebih memahami dan menerapkan prinsip-prinsip tersebut dalam praktik bisnis mereka.

Manfaat yang dirasakan oleh pedagang dalam menerapkan etika bisnis Islam termasuk mendapatkan kepercayaan pelanggan, menciptakan hubungan yang baik dengan pelanggan, dan memperkuat loyalitas pelanggan. Implementasi etika bisnis Islam juga memberikan manfaat jangka panjang dalam membangun hubungan yang baik dengan pelanggan dan masyarakat serta mendapatkan keberkahan dalam usaha mereka. Dalam keseluruhan, implementasi etika bisnis Islam di pasar tradisional

Kota Serbelawan merupakan langkah positif menuju menciptakan lingkungan bisnis yang adil, jujur, dan bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat.

Dalam implementasi Etika Bisnis Islam di pasar tradisional Kota Serbelawan, terdapat beberapa hambatan yang perlu diatasi. Hambatan utama termasuk kurangnya pemahaman tentang prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam, persaingan bisnis yang ketat, keterbatasan sumber daya, kurangnya pengawasan dan penegakan hukum yang kuat, serta kesulitan dalam memperoleh sertifikasi halal.

Pedagang seringkali tidak memiliki pemahaman yang komprehensif tentang Etika Bisnis Islam, sehingga mereka rentan melakukan praktik bisnis yang bertentangan dengan ajaran Islam. Persaingan bisnis yang ketat juga menjadi kendala dalam menerapkan Etika Bisnis Islam, karena beberapa pedagang mungkin merasa sulit bersaing dengan mereka yang tidak mematuhi prinsip-prinsip tersebut.

Regulasi dan pemahaman yang kurang tentang Etika Bisnis Islam juga menjadi hambatan, dimana pedagang mungkin tidak tahu cara menerapkan prinsip-prinsip seperti adil, jujur, dan transparan. Selain itu, keterbatasan sumber daya dan akses ke pelatihan yang memadai juga dapat menghambat implementasi Etika Bisnis Islam. Kesulitan dalam memperoleh sertifikasi halal juga menjadi kendala bagi pedagang yang ingin menawarkan produk halal kepada konsumen. Proses sertifikasi halal memakan waktu dan biaya yang cukup besar, dan sulit menemukan pemasok yang menyediakan bahan baku atau produk yang sesuai dengan standar Etika Bisnis Islam.

Kesadaran dan pemahaman yang rendah tentang Etika Bisnis Islam juga menjadi hambatan, baik bagi pedagang maupun konsumen di pasar tradisional. Hal ini membuat sulit bagi pedagang untuk konsisten menerapkan prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam. Untuk mengatasi hambatan-hambatan ini, diperlukan upaya lebih lanjut dalam memberikan pemahaman, pelatihan, dan akses yang lebih baik kepada pedagang pasar tradisional tentang Etika Bisnis Islam. Dukungan dari pemerintah,

organisasi masyarakat, dan lembaga terkait juga penting untuk membantu mengatasi hambatan-hambatan tersebut dan mendorong implementasi Etika Bisnis Islam yang lebih luas di kalangan pedagang.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai implementasi etika bisnis Islam di kalangan pedagang pada Pasar Tradisional Kota Serbelawan, maka peneliti menyimpulkan:

1. Pedagang di pasar tradisional Kota Serbelawan menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, seperti kejujuran, integritas, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Terdapat kesamaan dalam prinsip-prinsip yang diterapkan oleh pedagang Muslim dan non-Muslim, meskipun ada perbedaan dalam pemahaman agama. Pentingnya meningkatkan pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam di kalangan pedagang non-Muslim disoroti, dengan saran untuk menyelenggarakan program pelatihan dan seminar. Manfaat yang dirasakan pedagang termasuk kepercayaan pelanggan, hubungan yang baik, dan memperkuat loyalitas pelanggan. Implementasi etika bisnis Islam juga memberikan manfaat jangka panjang dalam membangun hubungan baik dengan pelanggan dan masyarakat, serta mendapatkan keberkahan dalam usaha. Secara keseluruhan, implementasi etika bisnis Islam di pasar tradisional Kota Serbelawan merupakan langkah positif dalam menciptakan lingkungan bisnis yang adil, jujur, dan bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat.
2. Implementasi Etika Bisnis Islam di pasar tradisional Kota Serbelawan dihadapkan pada hambatan, termasuk kurangnya pemahaman, persaingan bisnis yang ketat, keterbatasan sumber daya, kurangnya pengawasan hukum, dan kesulitan memperoleh sertifikasi halal. Kurangnya pemahaman dan kesadaran tentang prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam menjadi kendala utama, dan diperlukan upaya dalam memberikan pemahaman, pelatihan, dan dukungan dari pemerintah dan lembaga terkait.

B. Saran

Implementasi etika bisnis Islam di kalangan pedagang pasar tradisional Kota Serbelawan perlu didukung oleh kesadaran, edukasi, dan komitmen yang kuat dari para pedagang itu sendiri. Dengan menerapkan prinsip-prinsip bisnis Islam, diharapkan pasar tradisional tersebut dapat menjadi tempat yang adil, beretika, dan memberikan manfaat bagi seluruh masyarakat. Adapun peneliti menyajikan serangkaian saran-saran penelitian dengan tujuan untuk mengoptimalkan implementasi etika bisnis Islam di kalangan pedagang pada Pasar Tradisional Kota Serbelawan. Adapun saran-saran peneliti sebagai berikut:

1. Peneliti menyarankan agar sekiranya dilakukannya pemberian pendidikan dan kesadaran kepada pedagang pasar tradisional mengenai prinsip-prinsip bisnis Islam, seperti keadilan, kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab sosial. Ini dapat dilakukan melalui seminar, pelatihan, atau penyuluhan secara rutin.
2. Peneliti menyarankan agar sekiranya pedagang menjalankan transaksi yang adil dan menghindari praktik-praktik yang merugikan konsumen dengan cara menjaga harga yang wajar dan menghindari penipuan, manipulasi, atau penimbunan barang yang dapat merugikan masyarakat.
3. Peneliti menyarankan agar sekiranya pedagang di pasar tradisional harus berkomitmen untuk memberikan informasi yang jujur mengenai produk, kualitas, dan harga kepada konsumen. Mereka harus menghindari penipuan dalam label atau kualitas produk.
4. Peneliti menyarankan agar sekiranya pedagang pedagang harus menghindari transaksi yang melibatkan bunga atau mengenakan bunga yang tidak wajar kepada konsumen.
5. Peneliti menyarankan agar sekiranya pedagang harus menghormati konsumen dan memberikan pelayanan yang baik dengan cara mendengarkan keluhan atau masukan konsumen dengan baik, memberikan solusi yang tepat, dan mengutamakan kepuasan konsumen.

6. Peneliti menyarankan agar sekiranya pedagang dapat menjaga kepercayaan konsumen dengan menjalankan bisnis dengan penuh tanggung jawab dan menghormati kewajiban mereka terhadap konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, F. (2012, October 17). Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Bazar Madinah Depok. *Mengembangkan Enterpreneurship Berkarakter Dalam Menghadapi Persaingan Global*.
- Amalia, F. (2014). Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi pada Pelaku Usaha Kecil. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 1(6).
- Andriasan. (2021). *Pemasaran Jasa*. Yayasan Kita Menulis.
- Aprianto, I. (2021). *Manajemen Peserta Didik*. Lakeisha.
- Asa'diyah, S. H. (2019). *Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Di Kedawung Mojo Kediri*. IAIN Tulungagung.
- Aziz, A. (2013a). *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Alfabeta.
- Aziz, A. (2013b). *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Alfabeta.
- Badroen, F. (2006). *Eika Bisnis dalam Islam*. Alfabeta.
- Bertens, K. (1993). *Etika*. Gramedia Pustaka Utama.
- Bogdan, R. C. and B. S. K. . (2007). *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theory and Methods* (5th ed.). Allyn & Bacon.
- Creswell, W. J. (2013). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Pustaka Belajar.
- Darmastuti, I. (2022). *Etika Bisnis: Konsep, Teori, dan Implementasi*. Media Sains Indonesia.
- Djakfar, M. (2012). *Etika Bisnis*. Penebar Plus.
- Echdar, S., & Maryadi. (2019). *Business Ethics And Entrepreneurship: Etika Bisnis dan Kewirausahaan*. Deepublish.
- Fauroni, M. & L. (2002). *Visi Al Quran tentang Etika Bisnis*. Salemba Diniyah.
- Fauzia, I. Y. & A. K. R. (2014). *Prinsip Dasar Ekonomi Perspektif Maqashid Al-Syariah*. Kencana.
- Halifah. (2013). Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Komunikasi Pemasaran Pada Butik Moshaiet Surabaya. *Jurnal Kajian Bisnis*, 9(1).
- Hasan, A. (2009). *Marketing*. MedPress.
- Hasan, M., & Azis, M. (2018). *Pembangunan Ekonomi dan Pemberdayaan Masyarakat: Strategi Pembangunan Manusia dalam Perspektif Ekonomi Lokal* (2nd ed.). Nur Lina Bekerjasama dengan Pustaka Taman Ilmu.
- Huda, M. (2014). *Model-model Pengajaran dan Pembelajaran*. Pustaka Pelajar.
- Iqbal, Z., & Mirakhor, A. (2015). *Pengantar Keuangan Islam: Teori dan Praktik* (1st ed.). Kencana.
- Janah, A. R. N. (2022). *Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pasar Tradisional Wage Kabupaten Tulungagung*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Koerdi, Y. (2016). *Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar (Studi Pada Pasar Pagi Warmon Kupaten Sorong)*. STAIN Sorong.
- Kurnia, E., & Hasanah, U. (2019, December 10). *Implementation Of Sharia Business Ethics On The Roadside Muslim Traders Around The University Of Muhammadiyah Sumatera Utara (Umsu) Medan*.
- Maharani, D. (2017). Penerapan Kejujuran Dan Tanggung Jawab Dalam Etika Bisnis Syariah Pada Wirausaha Muslim Di Kecamatan Medan Marelan. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 9(1).

- Miles, B. Mathew. H. M. (1992). *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. UIP.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rosdakarya.
- Munir, A. A. (2019). *Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Campalagian Kabupaten Polewali Mandar*. Universitas Islam Negeri Alauddin.
- Muslich. (1998). *Etika Bisnis*. Ekonsia.
- Nasional, D. P. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Departemen Pendidikan dan Pusat Bahasa.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative Evaluation and Research Methods*. Sage.
- Prawirosentono, S. (2007). *Filosofi Baru Tentang Mutu Terpadu* (2nd ed.). Bumi Aksara.
- Rogers, E. M. (1962). *Diffusion of Innovations*. New York.
- Sabatier, P. A. , & J.-S. H. C. (1999). *The Advocacy Coalition Framework: An assesment In P. Sabatier (ed). Theories Of The Policy Process*. Westview Press.
- Silviani, Z. (2021). *Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Desa Karangtalun Dalam Meningkatkan Daya Beli Masyarakat (Study Pada Pasar Tradisional Desa Karangtalun Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung)*. Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
- Steinbruner, J. D. P. (1974). *The Cybernetic Theory of Decision: New Dimensions of Political Analysis*. Princeton University Press.
- Subandi, B. (2005). Etika Dakwah dalam Masyarakat Islam. *Paramedia: Jurnal Komunikasi Dan Informasi Keagamaan*, 6(3).
- Sugiyono. (2018). Sugiyono Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*.
- Surmayadi, Nyoman. I. (2005). *Efektifitas Implementasi Kebijakan Otonomi Daerah*. Citra Utama.
- Syaukani, dkk. (2004). *Otonomi dalam Kesatuan*. Yogya Pustaka.
- Tarmo K, A. (2020). *Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo*. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Tarmo K., A. (2020). *Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo*. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Trihastuti, A. E. (2019). *Komunikasi internal organisasi*. Deepublish.
- Usman, S. (2004). *Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat*. Pustaka Belajar.
- Wahab, A. S. (2005). *Analisis Kebijakan dari Formulasi ke Implementasi Kebijaksanaan Negara*. Bumi Aksara.

LAMPIRAN

A. Daftar Wawancara

No.	Daftar Pertanyaan
1.	Apakah pedagang di pasar tradisional Kota Serbelawan memiliki pemahaman tentang prinsip-prinsip dan nilai-nilai etika bisnis Islam?
2.	Bagaimana praktik etika bisnis Islam diterapkan oleh pedagang di pasar tradisional Kota Serbelawan?
3.	Apakah terdapat perbedaan dalam penerapan etika bisnis Islam antara pedagang yang beragama Islam dan non-Muslim di pasar tradisional Kota Serbelawan?
4.	Apa manfaat yang dirasakan oleh pedagang dalam menerapkan etika bisnis Islam di pasar tradisional Kota Serbelawan?
5.	Bagaimana persepsi konsumen terhadap pedagang yang menerapkan etika bisnis Islam di pasar tradisional Kota Serbelawan?
6.	Apa saja hambatan yang Anda hadapi dalam menerapkan etika bisnis Islam di Pasar Tradisional Kota Serbelawan?

B. Daftar Informan

No.	Nama	Jenis Kelamin	Keterangan
1.	Hasan	Laki-Laki	Pedagang
2.	Mahmud	Laki-Laki	Pedagang
3.	Surya	Laki-Laki	Pedagang
4.	Muamar	Laki-Laki	Pedagang
5.	Ida	Perempuan	Pembeli
6.	Erna	Perempuan	Pembeli
7.	Marsiyem	Perempuan	Pembeli
8.	Mulyadi	Laki-Laki	Pembeli







MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No.89/SK/BAN-PT/Akre/PT/III/2019

Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6631003

http://fai.umsu.ac.id | fai@umsu.ac.id | umsumedan | umsumedan | umsumedan | umsumedan

Bisa menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya



Hal : Permohonan Persetujuan Judul
Kepada : Yth Dekan FAI UMSU

11 Jumadil Akhir 1444 H
04 Januari 2023 M

Di-
Tempat



Dengan Hormat,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Athala Rania Insyrah

NPM : 1901280064

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Kredit Kumulatif : 3.68

Mengajukan Judul sebagai berikut:

No	Pilihan Judul	Persetujuan Ka. Prodi	Usulan Pembimbing & Pembahas	Persetujuan Dekan
1	Implementasi Etika Bisnis Islam Di Kalangan Pedagang Pada Pasar Tradisional Kota Serbelawan	<i>[Signature]</i> 5-1-2023	<i>[Signature]</i> Ahmad Fauzan	<i>[Signature]</i> 9/1/23
2	Analisis Zakat Produktif Dalam Memperdayakan Ekonomi Umat Islam Di Lazismu Kota Medan	-	-	-
3	Analisis Prinsip Pelaksanaan Strategis Pemasaran Untuk Hasil Pendanaan Dengan PT. BPRS Al-Washliyah Kota Medan	-	-	-

Demikian Permohonan ini saya sampaikan dan untuk pemeriksaan selanjutnya saya ucapkan terima kasih.

NB: Mahasiswa yang bersangkutan sudah mendownload dan mencetak buku panduan skripsi FAI UMSU

Wassalam
Hormat Saya

[Signature]

(Athala Rania Insyrah)

Keterangan:

- Dibuat rangkap 3 setelah di ACC:
1. Duplikat untuk Biro FAI UMSU
 2. Duplikat untuk Arsip Mahasiswa dilampirkan di skripsi
 3. Asli untuk Pimpinan Program Studi

** Paraf dan tanda ACC Dekan dan Pimpinan Program Studi pada lajur yang di setuju dan tanda silang pada judul yang di tolak



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Sila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsu](https://www.facebook.com/umsu) [umsu](https://www.instagram.com/umsu) [umsu](https://www.youtube.com/umsu)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd., M.Si
Dosen Pembimbing : Ahmad Afandi Surbakti, S.Kom., M.M

Nama Mahasiswa : **ATHALA RANIA INSYRAH**
Npm : **1901280064**
Semester : **VII (Tujuh)**
Program Studi : **Manajemen Bisnis Syariah**
Judul Skripsi : **Impelementasi Etika Bisnis Islam Di Kalangan Pedagang Pada Pasar Tradisional Kota Serbelawan**

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
10/mar/23	- Tata cara penulisan cover - Latar belakang, rumusan masalah. dan batasan masalah. - Daftar pustaka		
15/mar/23	- Rapihan label penelitian terdahulu - Kutipan atau bodynote di perhatikan - tambahan Ayat Al-Qur'an		

Medan, 10 Maret 2023

Diketahui/Disetujui Dekan



Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Isra Hayati, S.Pd., M.Si

Pembimbing Proposal

Ahmad Afandi Surbakti, S.Kom., M.M



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003
<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.tiktok.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd., M.Si
Dosen Pembimbing : Ahmad Afandi Surbakti, S.Kom., M.M

Nama Mahasiswa : **ATHALA RANIA INSYRAH**
Npm : **1901280064**
Semester : **VII (Tujuh)**
Program Studi : **Manajemen Bisnis Syariah**
Judul Skripsi : **Impelementasi Etika Bisnis Islam Di Kalangan Pedagang Pada Pasar Tradisional Kota Serbelawan**

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
21/mart/23	- Tingkat Similaritynya sangat tinggi - Harapan tidak copy paste - Cantumkan semua sumber referensi, dan - lakukan parafrase untuk setiap sumber yang di kutip, sehingga tidak terkena plagiaris		
28/mart/23	- Tambahkan batasan masalah dalam Penelitian -		

Medan, 10 Maret 2023

Diketahui/Disetujui Dekan

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Isra Hayati, S.Pd., M.Si

Pembimbing Proposal

Ahmad Afandi Surbakti, S.Kom., M.M



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd., M.Si
Dosen Pembimbing : Ahmad Afandi Surbakti, S.Kom., M.M

Nama Mahasiswa : **ATHALA RANIA INSYRAH**
Npm : **1901280064**
Semester : **VII (Tujuh)**
Program Studi : **Manajemen Bisnis Syariah**
Judul Skripsi : **Impelementasi Etika Bisnis Islam Di Kalangan Pedagang Pada Pasar Tradisional Kota Serbelawan**

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
01/April/23	- Perbaikan tabel penelitian - Tambahkan Daftar pustaka.		
04/April/23	ACC Untuk di Seminarakan		

Medan, 10 Maret 2023

Diketahui/Disetujui Dekan



Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Isra Hayati, S.Pd., M.Si

Pembimbing Proposal

Ahmad Afandi Surbakti, S.Kom., M.M



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No.89/SK/BAN-PT/Akre/PT/III/2019
Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6631003
http://fai.umsu.ac.id | fai@umsu.ac.id | umsumedan | umsumedan | umsumedan

Bila menjawab surat ini agar disebutkan
Nomor dan tanggalnya

BERITA ACARA PENILAIAN SEMINAR PROPOSAL PROGRAM STUDI
PENDIDIKAN AGAMA ISLAM

Pada hari **Senin 15 Mei 2023 M** telah diselenggarakan Seminar Program Studi **Manajemen Bisnis Syariah** dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Athala Rania Insyrah
Npm : 1901280064
Semester : VIII (Delapan)
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Proposal : Implementasi Etika Bisnis Islam Dikalangan Pedagang Pada Pasar Tradisional Kota Serbelawan

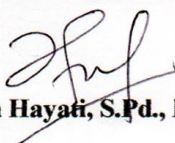
Disetujui/ Tidak disetujui

Item	Komentar
Judul	
Bab I	Tambahan masalah real di dalam penelitian
Bab II	- Tambahkan referensi dari penerbitan dosen UMSU minimal 5 - Tambahkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang
Bab III	
Lainnya	- pada kata pengantar masih ada yang perlu di tambahkan - Logo diganti dengan yang terbaru
Kesimpulan	Lulus <input checked="" type="checkbox"/> Tidak Lulus <input type="checkbox"/>

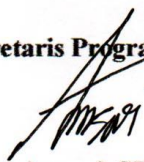
Medan, 15 Mei 2023

Tim Seminar

Ketua Program Studi


(Isra Hayati, S.Pd., M.Si)

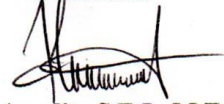
Sekretaris Program Studi


(Syahrul Amsari, SE, Sy., M.Si)

Pembimbing


(Ahmad Afandi, S.Kom., MM)

Pembahas


(Alfi Amalia, S.E.I., M.E.I)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.tiktok.com/@umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Pengesahan Proposal

Berdasarkan Hasil Seminar Proposal Program Studi **Manajemen Bisnis Syariah** yang diselenggarakan pada Hari **Senin 15 Mei 2023 M** dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Athala Rania Insyrah
Npm : 1901280064
Semester : VIII (Delapan)
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Proposal : Implementasi Etika Bisnis Islam Dikalangan Pedagang Pada Pasar Tradisional Kota Serbelawan

Proposal dinyatakan sah dan memenuhi syarat untuk menulis Skripsi dengan Pembimbing.

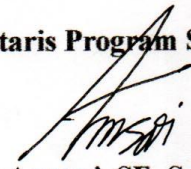
Medan, 15 Mei 2023

Tim Seminar


Ketua Program Studi


(Isra Hayati, S.Pd., M.Si)

Sekretaris Program Studi


(Syahrul Amsari, SE, Sy., M.Si)

Pembimbing


(Ahmad Afandi, S.Kom., MM)

Pembahas


(Alfi Amalia, S.E.I., M.E.I)

Diketahui/ Disetujui

A.n Dekan

Wakil Dekan I

Dr. Zailani, MA





PEMERINTAH KABUPATEN SIMALUNGUN
KECAMATAN DOLOK BATU NANGGAR
JLN. PERINTIS KEMERDEKAAN NO. 002 TELP. (0622) 64024
SERBALAWAN Kode Pos 21155

Serbelawan, 13 Juni 2023

Nomor : 421.4/ 177 / 36.17.6 / 2023
Sifat : Penting
Lamp : -
Perihal : Izin Riset

Kepada :
yth. Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah
Sumatera Utara
di,-
Tempat

Sehubungan dengan surat yang kami terima dari Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Nomor : 622/II.3/UMSU-01/F/2023 tanggal 5 Juni 2023 , Perihal : Izin Riset .

Berkenaan dengan hal tersebut di atas maka dengan ini kami dari Pemerintah Kecamatan Dolok Batu Nanggar memberikan Izin kepada Mahasiswa :

Nama : Athala Rania Insyarah
NPM : 1901280064
Semester : VIII
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Implementasi Etika Bisnis Islam di kalangan Pedagang Pasar Tradisional Kota Serbelawan.

untuk melaksanakan Riset ke Pasar Tradisional Kota Serbelawan, sesuai kebutuhan dalam penyelesaian Skripsi tersebut.

Demikian hal ini disampaikan untuk urusan selanjutnya.



CAMAT DOLOK BATU NANGGAR,

SUPARDI, S.E.
PENATA Tk. I

NIP.197111071992031002

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Athala Rania Insyrah
NPM : 1901280064
Tempat, Tanggal Lahir : Lubuk Bunut, 5 Maret 2001
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Huta III Bandar Hulan
Kec. Bandar Hulan Kab. Simalungun
Nama Orang Tua
a. Ayah : Mhd Idris
b. Ibu : Sri Resna

B. Jenjang Pendidikan

SD Negeri 0712 : Tamat Tahun 2013
SMP Kesuma Bangsa : Tamat Tahun 2016
SMK SMK Tritech Informatika : Tamat Tahun 2019
SI UMSU : Tamat Tahun 2023

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat yang sebenar-benarnya dan rasa tanggung jawab

Medan, 2023

Penulis

Athala Rania Insyrah