BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kegiatan jual beli merupakan salah satu kebutuhan masyarakat sebagai sarana dan prasarana dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari hari, dalam lingkungan pemasaran dapat berubah dan serba tidak pasti serta memberikan peluang dan ancaman. Seiring dengan perkembangan zaman, yang ditandai dengan perkembangan ekonomi yang sangat pesat menimbulkan persaingan bisnis semakin tinggi. Dengan persaingan yang begitu tinggi para pelaku bisnis menggunakan segala cara untuk mendapat keuntungan bahkan para pelaku bisnis sering mengabaikan etika dalam menjalankan bisnis. Seperti contoh, masih banyak para pedagang atau pebisnis yang melakukan penyimpangan-penyimpangan dalam penjualan. Perilaku menyimpang ditemukan di kalangan pasar tradisional antara lain pengurangan takaran dari timbangan, pengoplosan barang kualitas bagus dengan yang buruk dan lain sebagainya.

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 dijual. Kelengkapan suatu informasi merupakan daya tarik tersendiri karena kelebihan suatu barang atau produk menjadi faktor yang sangat menentukan bagi pembeli atau

konsumen untuk menentukan pilihannya, oleh karena itu informasi merupakan hal pokok yang dibutuhkan setiap konsumen. Kejujuran dalam memberikan informasi sangat diperlukan oleh pembeli atau konsumen.[1] Nilai kejujuran di praktekkan oleh nabi Muhammad SAW. Beliau adalah seorang pedagang yang terkenal dengan kejujurannya. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surat Asy-Syu'ara ayat 181-183 :

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ (١٨١) وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ (١٨٢)

وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْثَوْا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ (١٨٣)

Terjemahan:

"Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan;181. Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus;182. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan;183."[2]

Maksud dari ayat diatas adalah Allah SWT telah menganjurkan kepada seluruh umat manusia pada umumnya, dan kepada para pelaku bisnis khususnya untuk berlaku jujur dalam menjalankan roda bisnisnya dalam

---

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

[2]Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung : Diponegoro, 2011) hlm.374

bentuk apapun, adanya sebuah penyimpangan dalam menimbang, menakar, dan mengukur barang merupakan satu contoh wujud kecurangan dalam berbisnis.[3] Seringkali istilah etika dan moral dipergunakan secara bergantian untuk maksud yang sama mempunyai arti yang sama. Etika berasal dari bahasa latin *etos* yang berarti kebiasaan. Sinonimnya adalah moral, juga berasal dari bahasa yang sama *mores* yang berarti kebiasaan. Sedangkan bahasa arabnya *akhlak* bentuk jamak dari mufradnya *khuluq* artinya budi pekerti. Keduanya bisa diartikan sebagai kebiasaan atau adat istiadat (*custom* atau *mores*), yang menunjuk kepada perilaku manusia itu sendiri, tindakan atau sikap yang dianggap benar atau baik. Al-Ghazali dalam bukunya ihya 'Ulumuddin menjelaskan pengertian 'khuluq' (etika) adalah suatu sifat yang tetap dalam jiwa, yang daripadanya timbul perbuatan-perbuatan dengan mudah, dengan tidak membutuhkan pikiran. Dengan demikian etika bisnis dalam syariat Islam dalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnis nya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar.[4]

Etika bisnis berfungsi sebagai *controlling* (pengatur) terhadap aktifitas ekonomi, karena secara filosofi etika mendasarkan diri pada nalar ilmu dan agama untuk menilai. Jadi etika diartikan sebagai suatu perbuatan standar

---

[3]Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang : Walisongo Press, 2013), hlm. 154

[4] Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Yogyakarta : Pustaka pelajar, 2009), hlm 171

(*standar of conduct*) yang memimpin individu. Etika adalah suatu studi mengenai perbuatan yang sah dan benar dan pilihan moral yang dilakukan oleh seseorang.[5] Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat An-Nisa ayat 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (٢٩)

Terjemahan :

"wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu" (QS. An-Nisa [4] : 29)[6]

Maksud ayat diatas adalah Allah SWT melarang hamba-hamba-Nya yang mukmin memakan harta sesamanya dengan cara yang bathil dan cara mencari keuntungan yang tidak sah dan melanggar syariat seperti riba, perjudian dan yang serupa dengan itu dari macam-macam tipu daya yang tampak seakan-akan sesuai dengan hukum syariat tetapi Allah mengetahui bahwa apa yang dilakukan itu hanya suatu tipu muslihat dari si pelaku untuk

---

[5] Buchari Alma, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam,* (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm.53

[6] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung : Penerbit Jabal,2011) hlm.83

menghindari ketentuan hukum yang telah digariskan oleh syariat Allah. Allah mengecualikan dari larangan ini pencarian harta dengan jalan perdagangan (perniagaan) yang dilakukan atas dasar suka sama suka oleh kedua belah pihak yang bersangkutan.

Dengan semakin besarnya kesadaran etika dalam berbisnis, orang mulai menekankan pentingnya keterkaitan faktor-faktor etika dalam pandangan ajaran agama Islam untuk mengatur seluruh kehidupan manusia termasuk dalam kaitanya pelaksanaan perekonomian dan bisnis. Dalam ajaran agama Islam memberikan kewajiban bagi setiap muslim untuk berusaha semaksimal mungkin untuk melakukan syariah (aturan).

Bisnis dalam dunia perdagangan merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Setiap manusia memerlukan harta dan kekayaan untuk memenuhi kebutuhannya. Pasar dalam kaitannya dalam meningkatkan pendapatan asli daerah yang sangat penting demi kelangsungan pembangunan baik dipusat maupun daerah. Pasar sebagai pusat ekonomi yang mendorong dan memperlancar kegiatan bagi masyarakat. Setiap manusia membutuhkan harta untuk mencukupi segala kebutuhan hidupnya. Karenanya, setiap manusia akan selalu berusaha untuk memperoleh harta kekayaan. Salah satu usaha untuk memperoleh adalah dengan bekerja, sedangkan salah satu bentuk bekerja adalah berdagang atau berbisnis. Kegiatan penting dalam

muamalah yang paling banyak dilakukan oleh manusia adalah kegiatan berbisnis.

Salah satu pusat ekonomi dalam perdagangan adalah pasar, baik pasar tradisional atau pasar modern. Pasar merupakan fasilitas publik yang sangat fital bagai perekonomian suatu daerah. Sebagai salah satu urat nadi, pasar juga menjadi salah satu barometer bagi tingkat pertumbuhan ekonomi masyarakat. Dan dipasar dapat terbentuk dari produsen-produsen kecil dan konsumen-konsumen kecil dalam jumlah tertentu.[7] Keragaman para pedagang dan berbagai faktor yang mendasari baik intern maupun ekstern menjadikan perilaku dan strategi berdagang para pedagang yang berbeda-beda, mulai mempromosikan barang, memberikan harga diskon, ataupun dengan memberikan harga yang lebih murah, dibandingkan dengan pedagang lainnya.

Keberadaan pasar rakyat (pasar tradisional) di Indonesia bukan semata urusan ekonomi, namun lebih jauh dari itu mencangkup mengenai isi ruang dan relasi sosial, warisan, dan ranah budaya. Bahkan kehadiran pasar rakyat (pasar tradisional) merupakan bukti peradaban yang berlangsung sejak lama mengingat nilai historisnya begitu melekat. Dari data dan fakta pasar tradisional di Indonesia tercatat di koran sindo Selasa, 17 April 2018. Menyatakan bahwa eksistensi pasar tradisional di Indonesia meredup. Tempat

---

[7] Ismail, *Peran Value Chain pada Pedagang Grosir dalam Hubungan dengan Strategi Pemasaran*, (*Jurnal Manajemen Pemasaran*Vol.17 No.1, 2013)

orang jual beli barang tersebut semakin terdesak dengan keberadaan pasar modern yang terus bertambah setiap tahun. Berikut ini data dan fakta mengenai pasar tradisional[8]

a) Data IKAPPI, Data dari Ikatan Pedagang Pasar Indonesia (IKAPPI) menyebutkan jumlah pasar tradisional turun drastis 13.540 menjadi 9.950 pasar dalam waktu 4 tahun (2007-2011) total jumlah pedagang pasar tradisional berkisar 12.625.000 orang. Pada 2011 terdapat 144 pasar terkena konflik akibat revitalisasi dan 161 pasar hangus karena kebakaran.
b) Data Kementrian, Data Kementrian Perindustrian 2007 menyebutkan, jumlah pasar tradisional mencapai 13.750 pasar sedangkan merujuk data kementrian perdagangan 2011, dari sekitar 9.950 pasar tradisional, sebanyak 3.800 diantaramya telah lenyap.

Dalam Undang-Undang Peraturan Daerah Kabupaten Tulungagung Nomor 6 tahun 2010 menjelaskan bahwa, pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara, dan Badan Usaha Milik Daerah, termasuk kerja sama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios los, dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya

[8] Cio,(2018, April 17), *Data dan Fakta Pasar tradisional di Indonesia*, Koran Sindo, dalam https://ekbis.sindonews.com. Diakses 1 November 2018.

masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan dengan tawar menawar.[9]

Kabupaten Tulungagung memiliki beberapa pasar tradisional, salah satunya yaitu pasar tradisional Ngemplak. Pasar tradisional Ngemplak merupakan pasar terbesar di kabupaten Tulungagung. Hal ini dapat diketahui dari skala luasan pasar dan banyaknya pedagang serta pengunjung yang berdatangan setiap harinya. Letak geografis pasar tradisional Ngemplak sangat strategis karena termasuk dalam wilayah Kota Kabupaten Tulungagung. Tidak heran pasar ini dikenal baik oleh masyarakat Kabupaten Tulungagung maupun sekitarnya. Pasar Tradisional Ngemplak terletak di Kabupaten Tulungagung tepatnya di Jl. Kiyai Haji Raden Abdul Fattah Dusun Ngemplak. Letak Pasar Tradisional Ngemplak strategis karena berada di kawasan perkotaan, sehingga ramai dilalui. Keberadaan Pasar Tradisional Ngemplak berada di titik 500 m dari titik jantung Kota Kabupaten Tulungagung.

Kondisi pasar tradisional Ngemplak saat ini memprihatinkan karena kurangnya tingkat kebersihan dan kenyamanan, serta kurangnya fasilitas sarana dan prasarana yang sudah tidak layak dan memprihatinkan. Kantor pengelola perlu adanya renovasi, karena sebagian besar atap kantor bocor. Jika musim hujan maka kantor akan kebanjiran oleh tetesan hujan

---

[9]*Undang-Undang Peraturan Daerah Kabupaten Tulungagung tentang Perlindungan, Pemberdayaan Pasar tradisional & Penataan serta Pengendalian Pasar modern,* (Tulungagung: Pemkab,2011) hlm.5

dari bocornya atap tersebut. Peletakan TPS (tempat pembuangan sampah) yang berada di dekat musholla dan kamar mandi kurang tepat karena bau yang berasal dari TPS mengganggu pengelola musholla dan kamar mandi. Kurangnya penerangan lampu pada malam hari membuat pengunjung dan pembeli pada malam hari kurang merasa aman dan enggan berlama-lama berbelanja. sarana pada Pasar Ngemplak banyak yang tidak layak pakai lagi, jika tidak segera diperbaiki kondisi pasar akan semakin becek walaupun tidak musim hujan dan pasar terlihat kumuh. Banyak kendaraan yang parkir di sembarang tempat dapat mengganggu sirkulasi pembeli. Tidak sedikit pengunjung dan pembeli menggunakan kendaraan bermotor berkeliling pasar hal ini dapat mengganggu sirkulasi pembeli yang berjalan kaki.

Kondisi Perdagangan di pasar Ngemplak Tulungagung terutama pedagang muslim menjadi fokus penelitian ini tentunya tidak bisa menafikan adanya pelaksanaan etika dalam berbisnis secara Islami. Namun juga tidak bisa dipungkiri dengan berbagai watak dari pelaku bisnis, baik penjual maupun pembeli dapat memicu pula lahirnya ketersinggungan dan ketidak sesuaian dalam mengeksekusi harga barang. Terkadang terjadi perselisihan dan pertengkaran yang hebat akibat masing-masing pihak mempertahankan pendapat yang *notabene*-nya bertolak belakang dengan ketentuan etika bisnis islam.

Salah satu segmen yang menarik dibicarakan adalah pasar tradisional Ngemplak tulungagung. Penulis memilih pasar tradisional Ngemplak Tulungagung sebagai objek alasannya karena pentingnya penerapan etika bisnis salah satunya adalah pasar, termasuk di dalamnya pasar tradisional. Pasar adalah tempat bertemunya antara pembeli dan penjual dengan berbagai macam karakter. Pentingnya pasar sebagai wadah aktifitas tempat jual beli tidak hanya dilihat dari fungsinya secara fisik, namun aturan, norma dan yang terkait dengan masalah pasar. Dengan fungsi di atas, pasar jadi rentan dengan hal-hal yang zalim, contohnya : pengurangan takaran dari timbangan, pengoplosan barang kualitas bagus dengan kualitas buruk, dan bahkan ada pedagang yang bersifat memaksa pembeli untuk membeli barang dagangannya. Selain itu ada beberapa pedagang ketika melayani pembeli tidak bersikap ramah atau bermurah hati yang ditandai dengan pelayanan dengan raut wajah yang kurang bersahabat, dimana kecurangan-kecurangan tersebut sangat bertentangan dengan etika bisnis Islami. maka pasar tidak bisa terlepas dengan sejumlah aturan syariat, yang antara lain terkait dengan pembentukan harga dan terjadinya transaksi di pasar. Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam tentang “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Melakukan Transaksi Perdagangan di Pasar Ngemplak Tulungagung” .

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat di rumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan etika bisnis dalam transaksi perdagangan di pasar Ngemplak Tulungagung?
2. Bagaimana pemahaman pedagang mengenai etika bisnis Islam di pasar Ngemplak Tulungagung?
3. Bagaimana penerapan etika bisnis Islam dalam melakukan transaksi perdagangan di pasar Ngemplak Tulungagung jika ditinjau dari prinsip-prinsip etika bisnis Islam?

C. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk menggambarkan dan menjelaskan penerapan etika bisnis dalam transaksi perdagangan di pasar Ngemplak Tulungagung
2. Untuk menggambarkan dan menjelaskan pemahaman pedagang mengenai etika bisnis Islam di pasar Ngemplak Tulungagung.
3. Untuk menggambarkan dan menjelaskan penerapan etika bisnis Islam pada pedagang pasar Ngemplak Tulungagung dalam melakukan transaksi perdagangan jika ditinjau dari prinsip-prinsip etika bisnis Islam.

D. Identifikasi Penelitian, dan Batasan Masalah

Untuk menghindari kesimpang siuran dan interprestasi yang keliru terhadap hasil penelitian, sekaligus untuk mempermudah penelitian ini, maka penulis memfokuskan kajian penelitian tentang "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Melakukan Transaksi Perdagangan di Pasar Ngemplak Tulungagung"

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

a. Kegunaan dari segi ilmiah, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi dan sumbangan pemikiran Ilmiah yang dapat memperluas wawasan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang ekonomi Islam mengenai konsep etika bisnis Islam dan perdagangan yang telah dicontohkan oleh Rasulullah saw. serta kendala apa saja yang dihadapi dalam penerapan etika bisnis islam dalam transaksi perdagangan tersebut.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pedagang

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pedagang dalam menerapkan etika bisnis Islam yang ada di pasar Ngemplak Tulungagung khususnya, dan umumnya menjadi pertimbangan

pemerintah setempat untuk menerapkan etika bisnis Islam tersebut keseluruh pasar yang ada di Kabupaten Tulungagung.

b. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi dan sebagai sumber tambahan informasi bagi penelitian selanjutnya yang memiliki relevansi terhadap pengembangan pengetahuan ekonomi Islam. Serta dapat memberikan sumbangan pengetahuan untuk memperkaya wawasan khususnya berkaitan dengan pasar.

c. Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi praktisi Diharapkan dapat menjadi salah satu masukan atau sumbangan pemikiran bagi para pebisnis dalam penerapan etika bisnis Islam dalam kegiatan perdagangan di pasar , serta kendala apa saja yang dialami dalam penerapan etika bisnis islam dalam melakukan transaksi perdagangan.

F. Penegasan Istilah

Untuk memudahkan dalam memahami judul **"Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Melakukan Transaksi Perdagangan di pasar Ngemplak Tulungagung"**. Maka penulis memberikan penegasan dan penjelasan sebagai berikut :

1. Definisi Konseptual

a. Etika

Menurut kamus besar bahasa Indonesia Etika diartikan sebagai berikut:

1) Ilmu tentang apa yang baik dan tentang hak dan kewajiban moral.
2) Kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak.
3) Nilai mengenai benar atau salah yang dianut oleh suatu golongan atau masyarakat.[10]

b. Etika Bisnis Islam

Etika Bisnis Islam adalah suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan.[11]

c. Pedagang

Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang yang tidak di produksi sendiri, untuk memperoleh keuntungan.[12] Pedagang adalah mereka yang melakukan perbuatan perniagaan sebagai pekerjaannya sehari-hari. Perbuatan

[10] Ernawan Erni R, *Business Ethics*, (Bandung : Alfabeta,2007)hlm. 1-2
[11] Abdul aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (bandung : Alfabeta, 2013)hlm.20
[12] Eko Sujatmiko, *Kamus IPS*, (Surakarta : Aksara Sinergi Media Cet 1, 2014) hlm.231

perniagaan pada umumnya adalah perbuatan pembelian barang untuk dijual lagi.[13]

d. Transaksi Perdagangan

Sebuah persetujuan jual beli dalam perdagangan antara dua belah pihak. Antara pedagang dan pembeli, baik itu berupa barang ataupun jasa.[14]

e. Pasar

Pasar adalah tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi jual beli barang atau jasa. Pasar merupakan area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya[15]

2. Definisi Operasional

Secara operasional merupakan penjelasan variabel secara operasional. Secara praktik, secara riil, secara nyata dalam lingkup obyek penelitian atau obyek yang diteliti. penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis

---

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

[14] Eko Sujatmiko, *Kamus IPS*, (Surakarta : Aksara Sinergi Media Cet 1, 2014) hlm.238

[15] Peraturan Presiden RI.112, *Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan toko modern*,2007. WWW.bpkp.go.id diakses pada 07 Desember 2018 Pukul 08.00

penerapan etika bisnis Islam pada pedagang pasar Ngemplak Tulungagung dalam transaksi perdagangannya.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk mempermudah pemahaman dan tulisan ini maka dibuat sistematika pembahasan skripsi sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan

Pada bab ini penulis memaparkan tentang Latar belakang masalah, Rumusan Masalah, Tujuan penelitian, Pembatasan masalah, Manfaat hasil penelitian, Penegasan istilah, dan Sistematika penulisan Skripsi dimaksudkan agar pembaca dapat mengetahui konteks penelitian. Pendahuluan ini berisi hal-hal pokok yang dapat dijadikan pijakan dalam memahami bab-bab selanjutnya.

BAB II: Kajian Pustaka

Penulis membahas tentang kajian singkat permasalahan secara teoritis. Peneliti memberikan sedikit gambaran terkait penjelasan dan penjabaran tentang judul penelitian, pengertian dari etika bisnis secara umum, pengertian dari etika bisnis dalam perspektif Islam, transaksi jual beli., pasar tradisional dan pedagang Selanjutnya akan dijelaskan hasil penelitian terdahulu dan krangka konseptual.

BAB III: Metode Penelitian

Dalam bab ini penulis akan membahas proses penelitian yang digunakan dalam penulisan meliputi: Pendekatan dan Jenis penelitian, Lokasi penelitian, Kehadiran peneliti, Data dan Sumber data, Teknik pengumpulan

data, Teknik analisis data, Pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV: Hasil Penelitian

Pembahasan pada bab ini peneliti akan menjawab fokus penelitian dan membahasnya secara mendalam dengan data yang telah diperoleh. Peneliti akan membahas penerapan etika bisnis dalam melakukan transaksi perdagangan di pasar Ngemplak Tulungagung, sejauhmana pemahaman pedagang mengenai etika bisnis Islam dan penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi perdagangan di pasar Ngemplak Tulungagung.

BAB V: Pembahasan

Membahas tentang posisi temuan atau teori yang ditemukan terhadap teori-teori temuan sebelumnya, serta intepretasi dan penjelasan dari temuan teori yang diungkap dari lapangan.

BAB VI : Penutup

Berisikan tentang kesimpulan dan saran-saran yang berkaitan dengan penelitian.