

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Warujayeng Nganjuk Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam” ini ditulis oleh Evi Rohmatul Laili, NIM. 17402153128, pembimbing Dr. Syafrudin Arif Marah Manunggal, M.S.I.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang termasuk kategori penelitian lapangan (*field research*). Untuk sumber data menggunakan sumber data primer dengan teknik analisis deskriptif.

Pasar tempat dimana adanya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli. Di tempat ini pula, pasar digunakan pedagang untuk menawarkan barang dagangannya kepada pembeli. Barang-barang yang dijual pun juga harus memberikan manfaat kepada pembeli sehingga tidak adanya kecurangan. Perilaku ini, sering terjadi karena para pedagang belum bisa menerapkan etika jual beli yang dibenarkan agama Islam. Maka dari itu, peneliti mengangkat permasalahan tersebut mengenai perilaku pedagang menurut etika bisnis islam yang berada di pasar tradisional Warujayeng Nganjuk.

Hasil dari penelitian ini adalah 1) Pemahaman pedagang pasar tradisional Warujayeng Nganjuk tentang Etika Bisnis Islam adalah para pedagang telah memahami mengenai barang-barang yang dilarang untuk diperjual belikan; Tindakan pedagang dalam menjual barangnya dengan cara tidak jujur; Selain untuk ibadah, berdagang digunakan sebagai sarana untuk bekerja; Berdagang dimanfaatkan pedagang untuk menambah relasi kerja; Dalam berjualan, berdagang digunakan sebagai sarana ibadah. 2) Faktor-Faktor yang membentuk perilaku pedagang meliputi adanya keramahan; Persaingan antar pedagang; Cara pedagang dalam menawarkan barangnya kepada calon pembeli; Ketidajujuran dalam kualitas barang dagangan. 3) Perilaku pedagang pasar tradisional Warujayeng Nganjuk menurut Etika Bisnis Islam adalah Prinsip Ketauhidan; Prinsip Keseimbangan; Prinsip Kehendak Bebas; Prinsip tanggung Jawab.

Kata Kunci : perilaku, pedagang, pasar.

ABSTRACT

The thesis entitled "Analisis Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Warujayeng Nganjuk Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam" was written by Evi Rohmatul Laili, NIM. 17402153128, supervisor Dr. Syafrudin Arif Marah Manunggal, M.S.I.

This research is a qualitative research that belongs to the category of field research. For data sources using primary data sources with descriptive analysis techniques.

Market place where there are sellers and buyers to make buying and selling transactions. In this place too, the market is used by traders to offer merchandise to buyers. The goods sold also must provide benefits to buyers so that there is no fraud. This behavior often occurs because traders have not been able to apply the ethics of buying and selling that is justified by Islam. Therefore, the researcher raised the issue regarding the behavior of traders according to Islamic business ethics in the traditional market of Warujayeng Nganjuk.

The results of this study are 1) Warujayeng Nganjuk traditional market traders' understanding of Islamic Business Ethics is traders have understood about items that are prohibited from being traded; The actions of traders in selling their goods in dishonest ways; In addition to worship, trading is used as a means to work; Trading is used by traders to add work relations; In selling, trading is used as a means of worship. 2) Factors that shape the behavior of traders include the existence of dosages and scales; Competition between traders; The way traders offer their goods to prospective buyer; Dishonesty in the quality of merchandise. 3) Warujayeng Nganjuk traditional market traders' behavior according to Islamic Business Ethics are principles of Obedience; Principles of Balance, Principles of Free Will; Principles of responsibility.

Key word : behavior, trader, market