

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perekonomian adalah kebutuhan setiap manusia di dalam memenuhi dan memperlancar kebutuhan hidup sehari-hari. Dalam keadaan ini membawa perubahan besar dalam kehidupan masyarakat ditinjau dari berbagai aspek. Dengan adanya kemajuan itu akan membawa dua dampak dimana dampak pertama merupakan dampak positif yaitu dengan semakin majunya ilmu pengetahuan maupun teknologi akan tetapi juga dapat menimbulkan efek negatif dari kemajuan tersebut yaitu akan membawa kegelisahan dikalangan banyak orang. Namun dengan adanya kemajuan diberbagai bidang dapat membawa angin baik untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam berwirausaha atau berbisnis.

Berbisnis merupakan suatu aktifitas yang berkaitan dengan kegiatan ekonomi dalam dunia bisnis, daya pikir dan ketrampilan saja belum dapat menjamin atas keberhasilan dunia bisnis. Sukses hanya dapat diraih jika sinergi antara pemikiran, ketrampilan, dan sikap mental maju, dengan demikian maka seorang pebisnis akan mampu menjalankan bisnisnya dengan maksimal. Salah satu usaha bisnis yang sering dilakukan yaitu kegiatan dagang ataupun jual beli. Di dalam Islam rezeki dapat didatangkan dari berbagai pintu, dan 9 dari 10 pintu

rezeki dapat diperoleh melalui sebuah perdagangan sebagaimana yang telah diajarkan oleh Rasulullah dengan berdagang kita juga dapat memenuhi anjuran yang telah dianjurkan oleh Rasulullah SAW untuk memperbaiki perekonomian.

Dalam berdagang salah satu aktivitas yang sering dilakukan yaitu aktivitas jual beli dimana kegiatan ini dilakukan oleh masyarakat sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Salah satu tempat yang paling sering dan banyak digunakan untuk aktivitas jual beli adalah pasar, dalam kegiatan pemasaran bisa saja menjadi sebuah peluang dan bisa juga menjadi sebuah ancaman bagi masyarakat itu sendiri hal ini dikarenakan dalam dunia pemasaran bahwasannya pasar itu bersifat tidak pasti dan dapat berubah sewaktu-waktu. Dengan semakin berkembangnya zaman yang ditandai dengan ikut berkembangnya perekonomian yang sangat pesat sehingga memunculkan persaingan bisnis yang begitu ketat. Dengan adanya sebuah persaingan yang begitu tinggi ini para pelaku bisnis atau pedagang ikut andil dalam menggunakan segala cara untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya tanpa mereka memperhatikan etika dalam bisnis dalam menjalankan usaha dagangnya dan keluar dari ajaran yang telah diajarkan dalam agama Islam.

Islam telah mengajarkan kepada setiap umatnya melalui kegiatan yang telah dicontohkan oleh Rasulullah bahwa setiap kegiatan harus disesuaikan dengan Al-qur'an maupun hadits tidak luput juga dalam kegiatan ekonomi. Salah satunya yaitu sebagai seorang pelaku usaha dalam kegiatan transaksi jual beli bertujuan untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen. Apabila kita

kaitkan dengan kehidupan sehari-hari maka hal ini tidak akan lepas kaitannya dengan akhlak, moral dan etika. Etika bisnis Islam mengajarkan tentang baik, buruk, salah, benar, halal dan haram dalam aktivitas bisnis berdasarkan prinsip moralitas yang sesuai dengan ajaran Islam yang tertuang dalam Al-Qur'an dan Hadits. Namun dalam kenyataannya para pelaku bisnis masih menggunakan segala cara demi meraup keuntungan yang sebesar-besarnya dan bahkan para pelaku bisnis sering mengabaikan etika dalam bisnis dalam menjalankan usahanya.

Pada dasarnya ketiga istilah akhlak, moral, dan etika tersebut mempunyai makna yang sama yaitu mengenai norma atau nilai-nilai kebaikan yang harus dijunjung tinggi dalam berbagai aktivitas utamanya yaitu aktifitas bisnis. Berbicara tentang moral dan etika asosiasi kita juga pada istilah akhlak.¹ Dengan demikian ada tiga istilah yang menjadi nilai kebajikan dan keadilan yang sudah dikenal dalam kehidupan sehari-hari, yaitu moral, etika dan akhlak. Prinsip dalam ajaran Islam manusia dituntut untuk berbuat baik pada dirinya sendiri maupun kepada orang lain juga berbuat baik kepada alam maupun lingkungan agar terciptanya sebuah hubungan yang mutualisme hal ini sesuai berdasarkan prespektif ajaran etika atau akhlak dalam Islam.² Dengan demikian ada tiga

¹ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis (Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi)*, (Jakarta:Penebar Plus⁺, 2012), hal., 70.

² *ibid*, hal. 21.

istilah yang menjadi sumber nilai kebaikan dan keadilan yang sudah dikenal dalam kehidupan sehari-hari, yaitu moral, etika dan akhlak.

Titik tekan 'moral' adalah aturan-aturan normatif yang perlu ditanamkan dan dilestarikan secara sengaja baik oleh keluarga, lembaga pendidikan, lembaga pengajian dan sebagainya. Dengan begitu moral adalah suatu aturan atau tata cara hidup. Jika kita tarik garis batas antara etika dan moral maka aturan-aturan normatif (dalam bahasa agama Islam disebut akhlak). Dimana akhlak lebih dimaksudkan sebagai suatu paket yang bersifat mengikat dan harus diterapkan dalam kehidupan sehari-hari sebagai seorang muslim. Implementasi etika bisnis Islam tidak dapat dipisahkan dari kesuksesan suatu bisnis, hal ini telah dibuktikan dari berbagai penelitian yang menunjukkan bahwa adanya hubungan yang positif antara implementasi etika bisnis Islam terhadap kesuksesan suatu usaha.

Mengabaikan etika bisnis dan menghalalkan segala cara dalam menjalankan suatu bisnis demi mendapatkan keuntungan yang banyak rela dilakukan oleh para pelaku bisnis hal ini dapat menjadi bukti bahwa adanya suatu persaingan yang ketat dalam aktivitas bisnis. Salah satu contoh kegiatan yang mungkin sering dijumpai apabila kita teliti yaitu, masih banyak para pedagang yang melakukan penyimpangan-penyimpangan dalam penjualan dan masalah yang rawan terjadi di pasar tradisional antara lain pengurangan takaran dari timbangan, pengoplosan barang kualitas bagus dengan kualitas buruk dan lain sebagainya. Sehingga kecurangan-kecurangan tersebut membuat para calon

pembeli merasa tidak nyaman untuk datang ke pasar tradisional. Seharusnya konsumen menerima barang dalam kondisi yang baik dan dengan harga wajar. Dan seorang penjual seharusnya memberitahu pada konsumen apabila produk yang diberikan kurang baik dengan harga yang sesuai.

Sebagai seorang konsumen tentunya sangat membutuhkan kejujuran akan informasi mengenai barang yang akan mereka beli dari seorang pedagang sehingga konsumen tidak merasa dirugikan atas transaksi yang telah dilakukan. Untuk itu dibentuknya pengelola pasar diharapkan mampu berperan dalam meningkatkan tingkat kejujuran pelaku bisnis.³ Nilai kejujuran dan disertai dengan adanya hak khiyar atau memilih barang yang di praktikkan oleh Nabi Muhammad SAW pedagang yang terkenal akan kejujurannya. Sebagaimana firman Allah pada Al-Qur'an surat An-Nisa ayat 29 sebagai berikut:

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

Terjemahannya:

“hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu”⁴

³ Wawancara Bapak Yusantoso Pengelola Pasar Rejotangan ,Tanggal 20 Februari 2020

⁴ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: Diponegoro, 2011), hal. 82.

Dalam potongan ayat diatas dijelaskan bahwa adanya larangan memakan sebagian harta milik orang lain dengan cara yang batil atau buruk seperti dengan sumpah dusta, ghosob, mencuri, suap riba, dan sebagainya. Sumpah dusta itu memang akan melariskan barang dagang yang dijual oleh pedagang akan tetapi menghapus keberkahan. Seorang muslim itu bersaudara dengan muslim lainnya, maka tidak halal bagi mereka menjual barang kepada saudaranya barang yang cacat, kecuali ia menjelaskannya. Dan dalam jual beli diberikannya hak untuk memilih barang yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Dalam kegiatan jual beli di pasar tradisional sangat diperlukannya sebuah Kejujuran baik itu dari pihak penjual maupun dari pihak pembeli. Pasar Tradisional dapat diartikan suatu tempat yang didirikan, dibangun, dan dikelola oleh pemerintah, baik itu Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara, dan Badan Usaha Milik Daerah yang merupakan sebagai titik temu nya antara dua belah pihak yaitu penjual dan pembeli untuk melakukan proses transaksi jual beli secara langsung dalam bentuk eceran dengan adanya proses tawar menawar dan bangunannya biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai terbuka yang dibuka oleh penjual maupun pengelola pasar. Di dalam Pasar Tradisional kecamatan Rejotangan terjadi persaingan bisnis antara pedagang satu dengan yang lainnya guna meraup keuntungan.

Dibutuhkannya sebuah Etika bisnis yang berfungsi sebagai *controlling* (pengatur) terhadap aktivitas ekonomi, karena secara filosofi etika mendasarkan diri pada nalar ilmu agama untuk menilai. Jadi etika diartikan sebagai suatu

perbuatan dasar yang bertujuan untuk memimpin dan dijadikan batasan akan perilaku individu. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komit dan menciptakan sebuah kepercayaan dalam bertransaksi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat. Dengan adanya sebuah kebebasan itu manusia mampu memilih antara yang baik dan yang jahat, benar dan salah, halal dan haram akan tetapi harus tetap berlandaskan pada etika yang telah ada.

Ekonomi Islam dapat diartikan sebagai ilmu yang mempelajari tentang permasalahan ekonomi yang timbul dari setiap individu dalam bermasyarakat dengan memperhatikan dan telah mengambil langkah-langkah untuk mencegah dampak negatif dari ketidakadilan ekonomi⁵. Prinsip dari perekonomian Islam diarahkan agar terbentuk suatu kesejahteraan umat bukan malah menimbulkan suatu kerusakan dengan demikian pelaku ekonomi Islam harus benar-benar menjaga alam agar tidak menjerumus pada kerusakan.

Pedagang yang telah memahami etika bisnis dalam menjalankan bisnis dan usahanya akan selalu berpegang teguh pada ajaran-ajaran yang telah ditetapkan oleh Nabi Muhammad SAW. Pedagang juga tidak akan menjalankan bisnis yang akan merugikan konsumen sehingga mendatangkan kerjasama dan tolong-menolong yang baik diantara pedagang maupun konsumen. Selain itu apabila pedagang telah memahami etika bisnis Islam maka pedagang

⁵ Mohamed Aslam Hancef, *Peikiran Ekonomi Islam Kontemporer: Analisis Komperatif Terpilih*, (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2010), Cet. Ke- 1, hal., 17.

telah mampu menerapkan etika dan perilaku bisnis yang berlandaskan pada etika berkaitan dengan akhlak, moral dan perilaku.

Dengan adanya kondisi pengetahuan pedagang, sosial ekonomi, sampai terjadinya sebuah persaingan usaha para pedagang pasar tradisional di Kecamatan Rejotangan berdasarkan kondisi dan permasalahan diatas merupakan awal dari alasan mendasar untuk melanggar etika bisnis yang telah ada demi untuk mendapatkan keuntungan yang besar dengan modal yang tidak terlalu besar. Dalam kasus ini peneliti akan menggunakannya sebagai bahan untuk dijadikan penelitian dengan judul **“ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS PEDAGANG SEMBAKO DI PASAR TRADISIONAL DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi kasus di Pasar Tradisional Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungaung)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang diatas, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pemahaman etika bisnis pedagang sembako di pasar tradisional kecamatan Rejotangan kabupaten Tulungagung ditinjau dari perspektif ekonomi Islam?
2. Bagaimanakah penerapan etika bisnis pedagang sembako di pasar tradisional Kecamatan Rejotangan kabupaten Tulungagung jika ditinjau dari perspektif ekonomi Islam?

3. Bagaimanakah dampak dari penerapan etika bisnis pedagang sembako yang disesuaikan dengan ekonomi Islam di pasar tradisional Kecamatan Rejotangan kabupaten Tulungagung?

C. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mendeskripsikan pemahaman etika bisnis pedagang sembako apabila dilihat dari prespektif ekonomi Islam di Pasar Tradisional Kecamatan Rejotangan, Kabupaten Tulungagung.
2. Untuk mendeskripsikan penerapan etika bisnis pedagang sembako dalam transaksi jual beli di Pasar Tradisional Kecamatan Rejotangan, Kabupaten Tulungagung apabila ditinjau dari prinsip - prinsip etika bisnis ekonomi Islam.
3. Untuk mendeskripsikan dampak yang ditimbulkan apabila pedagang sembako di Pasar Tradisional Kecamatan Rejotangan telah menerapkan etika bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

D. Identifikasi Penelitian dan Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, masalah-masalh dalam penelitian ini dapat diidentifikasi antara lain: (1) perbedaan pedagang sembako di

pasar tradisional yang menerapkan dan tidak menerapkan etika bisnis Islam, (2) masih minimnya pemahaman pedagang sembako bahwa pentingnya menerapkan etika dalam menjalankan bisnisnya, (3) munculnya persaingan bisnis secara tidak sehat antar pedagang sembako di pasar tradisional.

Karena adanya keterbatasan waktu, tenaga, pikiran dan supaya penelitian dapat dilakukan secara lebih mendalam, maka tidak semua masalah yang diidentifikasi akan diteliti. Untuk itu maka peneliti member batasan bahwa penelitian ini hanya dilakukan di Pasar Tradisional Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung, variabel yang akan diteliti yaitu penerapan etika dan perilaku bisnis pedagang sembako yang ada di pasar tradisional kecamatan Rejotangan berdasarkan prespektif ekonomi Islam.

E. Manfaat Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan adapun kegunaan penelitian ini ada 2 yaitu bersifat teoritis dan praktis, berikut penjelasannya:

1. Secara Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran di bidang kajian ilmu Ekonomi Islam yang dapat memperluas wawasan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan. Selain itu dalam penelitian ini diharapkan juga dapat dijadikan sebagai penambah ilmu pengetahuan di bidang ekonomi Islam khususnya mengenai konsep etika dan

perilaku bisnis pedagang sembako di pasar tradisional yang disesuaikan dengan ajaran yang telah diajarkan oleh Rasulullah SAW.

2. Secara Praktis

a. Bagi Lokasi Penelitian

Sebagai masukan pedagang dipasar tradisional kecamatan Rejotangan untuk menerapkan etika bisnis dan perilaku bisnis yang disesuaikan dengan ekonomi Islam dengan meningkatkan tingkat kejujuran dan etika bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam supaya memperoleh keberkahan didalam menjalankan bisnisnya.

b. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan akan menjadi referensi tambahan informasi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan mengenai ekonomi Islam. Serta sebagai sumbangsih perbendaharaan dan menambah koleksi kepustakaan di IAIN Tulungagung di bidang Ekonomi Islam khususnya wawasan yang berkaitan dengan etika dan perilaku bisnis pedagang sembako di pasar tradisional.

c. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan digunakan sebagai bahan acuan, rujukan, atau referensi bagi peneliti selanjutnya dengan menggunakan tema yang sama secara lebih kreatif untuk merancang dan menyusun penelitian.

F. Penegasan Istilah

Sesuai dengan judul penelitian diatas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau evaluasi sebagai bahan pertimbangan dalam pengawasan pasar tradisional khususnya dalam penerapan etika dan perilaku bisnis yang diterapkan oleh pedagang sembako yang ada di pasar tradisional Kecamatan Rejotangan sehingga dapat meningkatkan mutu kejujuran pedagang. Berikut yang dimaksud dengan:

1. Definisi Konseptual

a. Etika Bisnis

Etika berasal dari kata Yunani *ethos*, yang dalam bentuk jamaknya (*ta etha*) berarti adat istiadat atau kebiasaan yang dilakukan secara berulang-ulang.⁶ Etika sendiri dapat diartikan sebagai bidang ilmu yang bersifat normatif dikatakan sebagai ilmu normatif karena etika ini memiliki peran sebagai penentu hal apa yang akan dilakukan oleh seorang individu. Etika bisnis adalah suatu ilmu studi yang dikhususkan mengenai moral atau nilai-nilai positif tentang benar dan salah yang dilakukan seorang individu dalam menjalankan usaha bisnisnya.

b. Bisnis Islam

Bisnis Islam atau yang lebih dikenal dengan sebutan bisnis syariah ini merupakan suatu kegiatan usaha yang berkaitan dengan aktifitas jual

⁶ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis (Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi)*, (Jakarta:Penebar Plus⁺, 2012), hal. 14

beli yang dilandaskan pada hukum Islam dengan adanya batasan bagaimana cara perolehan keuntungan yang dikembangkan dengan konsep halal dan haram.⁷ Bentuk bisnis Islam atau syariah sebenarnya tidak jauh berbeda dengan bisnis umumnya yaitu sebuah usaha yang dijalankan untuk memproduksi suatu barang atau jasa yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan. Hanya saja dalam bisnis Islam ini aturan-aturan yang digunakan berlandaskan pada ajaran dan aturan Allah yang didasarkan pada al-Qur'an dan Hadits.

c. Pedagang Sembako

Pedagang adalah seorang yang menjual dan menjajakan barang atau kebutuhan-kebutuhan yang dibutuhkan oleh konsumen.⁸ Sedangkan sembako merupakan singkatan dari Sembilan bahan pokok yang merupakan bahan-bahan utama yang dijadikan makanan pokok oleh konsumen. Namun dengan seiring berkembangnya waktu pedagang sembako saat ini tidak hanya menjual Sembilan bahan pokok namun mereka menjual beberapa kebutuhan terkait dengan barang-barang yang sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari oleh konsumen sebagai sasaran jualan mereka.

d. Jual Beli Islami

⁷ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis...* hal. 13

⁸ Hidayat, *Pedagang dan Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan., 2016), hal., 27

Jual beli adalah segala bentuk yang berkaitan dengan proses pemindahan hak milik barang atau asset kepada orang lain termasuk dalam lingkup pengertian jual beli.⁹ Sedangkan jual beli Islami dapat diartikan sebagai suatu aktifitas tukar menukar barang dengan alat pembayaran atau uang yang dilakukan antara pihak penjual dan pembeli dimana dalam kegiatan transaksinya disesuaikan dengan kaidah-kaidah Islamiah atau disesuaikan dengan ajaran al-Qur'an dan Hadits.

e. Ekonomi Islam

Ekonomi Islam merupakan sebuah bidang ilmu yang menjelaskan dan menerangkan tentang terjadinya masalah-masalah dibidang ekonomi dari setiap individu dalam masyarakat yang memiliki kepercayaan terhadap nilai-nilai kehidupan Islami.¹⁰

2. Definisi Operasional

Secara operasional penelitian ini ditujukan untuk mengetahui bagaimana pedagang sembako yang ada di pasar tradisional Kecamatan Rejotangan telah memahami etika dan perilaku bisnis menurut prespektif ekonomi Islam dalam menjalankan kegiatan bisnisnya.

⁹ Buchari Alma, Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*,..., hal. 243.

¹⁰ Dede Nurohman, *Memahami Dasar-dasar Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Sukses Offset, 2011), cet. Ke-1, hal. 03.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam penulisan proposal skripsi ini, peneliti menggunakan acuan pokok buku pedoman penyusunan skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri Tulungagung (IAIN) Oktober 2018. Untuk mempermudah pemahaman, maka peneliti membuat sistematika penulisan sesuai dengan buku pedoman skripsi tersebut. Secara garis besar, penulisan penelitian kualitatif ini terdiri dari tiga bagian, bagian awal, bagian utama, terdiri dari: Bab I pendahuluan, Bab II kajian pustaka, Bab III metode penelitian, Bab IV hasil penelitian, Bab V pembahasan, dan Bab IV penutup, dan bagian yang ke tiga adalah bagian akhir.

Bagian awal dalam penelitian ini akan memuat halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan dosen pembimbing, moto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi dan abstrak.

BAB I: PENDAHULUAN

Didalam bab pendahuluan ini didalamnya memuat uraian mengenai: (a) latar belakang masalah, (b) rumusan masalah, (c) tujuan penelitian, (d) pembatasan masalah, (e) manfaat hasil penelitian, (f) definisi istilah, (g) sistematika penulisan skripsi. Pendahuluan ini berisi tentang hal-hal pokok yang nantinya dapat dijadikan sebagai pedoman penelitian dalam memahami bab-bab selanjutnya.

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Dalam bab ini peneliti akan membahas tentang kajian singkat permasalahan secara teoritis yang memberikan sedikit penjelasan terkait judul penelitian yang meliputi: (a) deskripsi teori tentang 1) pengertian etika bisnis yang disesuaikan dengan perspektif ekonomi Islam dan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, 2) perilaku bisnis Islam, 3) transaksi jual beli yang memuat dasar jual beli dan rukun syarat jual beli oleh pedagang sembako, 4) pengertian pasar dan macam-macamnya, 5) dasar-dasar ekonomi Islam, (b) hasil penelitian terdahulu.

BAB III: METODE PENELITIAN

Dalam bab ini peneliti akan membahas proses penelitian yang dilakukan dalam penulisan yang terdiri dari: (a) pendekatan dan jenis penelitian, (b) lokasi penelitian, (c) kehadiran peneliti, (d) data dan sumber data, (e) teknik pengumpulan data, (f) teknik analisis data, (g) pengecekan keabsahan temuan, (h) tahap-tahap penelitian.

BAB IV: HASIL PENELITIAN

Pada bab ini terdiri dari: (a) paparan data, dan (b) temuan penelitian. Pada bab ini peneliti akan menjawab fokus penelitian dan membahasnya secara mendalam dari hasil data yang telah diperoleh. Dinama peneliti akan menguraikan tentang sejauh mana pemahaman dan penerapan perilaku bisnis Islam oleh pedagang sembako di pasar tradisional Kecamatan Rejotangan.

BAB V: PEMBAHASAN

Pada bab pembahasan ini berisi mengenai analisis disertai dengan cara melakukan konfirmasi dan sintesis antara temuan penelitian dengan teori dan penelitian yang telah ada.

BAB VI: PENUTUP

Berisikan tentang: (a) kesimpulan, dan (b) saran- saran atau rekomendasi yang sesuai dan berkaitan dengan penelitian.