

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada saat ini bisnis merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam keberlangsungan kehidupan manusia. Karena setiap manusia membutuhkan harta kekayaan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Maka dari itu, semua orang berlomba-lomba dalam mendirikan suatu bisnis, pada era modern saat ini sudah banyak ditemukan bisnis-bisnis baru dengan kreatifitas manusia dalam mengembangkan bisnisnya dan kemajuan teknologi yang mendorong kemajuan bisnis tersebut.

Dalam Islam, berbisnis merupakan aktivitas yang sangat dianjurkan. Islam mengajarkan tentang cara Rasulullah SAW dalam berbisnis yang dapat dijadikan pedoman dalam berbisnis di saat ini. Sebagai salah satu hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia, Al-Qur'an memberikan banyak tuntunan yang dapat dijadikan pedoman dalam melakukan kegiatan bisnis dan disisi lain Rasulullah SAW menggambarkan cara berbisnis yang sesuai dengan syariah Islam. Pada masa mudanya Rasulullah SAW juga merupakan pelaku bisnis yang sukses. Pada saat ini, kesadaran para pelaku bisnis dalam menerapkan etika bisnis yang baik harus ditingkatkan. Kejujuran sangat diperlukan saat ini dalam berbisnis, dengan adanya kejujuran maka kegiatan bisnis akan berjalan dengan baik dan tidak ada pihak lain yang dirugikan.

Bisnis di dalam Islam dikendalikan oleh aturan syariah, sehingga semua kegiatan bisnis harus sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dengan

memperhatikan aturan halal dan haram, sementara bisnis non Islam dilandaskan pada nilai-nilai material. Perbedaan antara keduanya adalah di dalam bisnis Islam dikendalikan oleh aturan halal dan haram, baik cara memperolehnya maupun pemanfaatannya. Sementara bisnis non Islam yang terpenting adalah tercapainya tujuan bisnis mereka.²

Namun seiring perkembangan zaman pada saat ini, banyak bisnis dan perdagangan yang tidak sesuai dengan prinsip syariah dalam Islam. Bisnis dan perdagangan secara Islam maupun non Islam tidak ada perbedaannya. Banyak bisnis dan perdagangan yang sudah tidak memperhatikan aturan halal dan haram. Kurangnya kesadaran dari para pembisnis dan pedagang menyebabkan banyaknya bisnis dan perdagangan yang mengabaikan aturan-aturan bisnis dan perdagangan secara Islam. Misalkan, di berbagai daerah di Indonesia sudah banyak ditemukan pedagang yang telah mengabaikan aturan halal dan haram, seperti memperjual belikan daging sapi glonggongan, hal itu merupakan salah satu perdagangan yang sudah tidak sesuai dengan aturan-aturan dalam Islam. Daging sapi hukumnya halal untuk diperjual belikan, namun memperjual belikan daging sapi glonggongan termasuk jual beli yang diharamkan di dalam Islam, karena termasuk penipuan dalam jual beli. Daging glonggongan adalah daging yang dihasilkan dari sapi yang dipaksa meminum air sebanyak-banyaknya sebelum disembelih, dengan tujuan untuk menambah berat badan sapi tersebut. Sehingga, ketika dijual harganya lebih mahal dan mendapatkan

² Havis Arafik, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam Kontemporer*, (Depok: Kencana, 2017), hal. 137

keuntungan yang berlipat. Menjual daging sapi glonggongan hukumnya adalah haram.³

Etika bisnis Islam bertujuan untuk manusia menjalin kerjasama, tolong-menolong dan menjauhkan diri dari sikap dengki dan dendam serta hal-hal yang tidak sesuai dengan syariat Islam. Etika bisnis Islam juga berfungsi sebagai pengatur aktivitas ekonomi.⁴ Pada saat ini sudah banyak ditemukan bisnis-bisnis syariah seperti bisnis hijab syariah, baju muslim, kosmetik halal, ojek syariah yang tentunya pada praktiknya selalu memperhatikan etika bisnis Islam yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Manusia akan bekerja keras dan berusaha untuk memperoleh harta dan kekayaan yang mereka butuhkan. Salah satu pekerjaan yang dapat membantu manusia untuk mendapatkan harta yaitu melalui perdagangan. Bahkan Rasulullah SAW pernah mengatakan bahwa sebagian rezeki manusia diperoleh dari aktivitas perdagangan. Dengan demikian, dengan berdagang inilah, pintu rezeki akan dibuka oleh Allah, sehingga karunia Allah akan terpancar dari padanya, jual beli merupakan salah satu kegiatan yang diperbolehkan.⁵

³ Dr. Zain An-Najah, "*Hukum Daging Sapi Gelonggongan*", diakses dari <https://www.ahmadzain.com/read/karya-tulis/461/hukum-daging-gelonggongan/>, pada tanggal 23 Oktober 2020

⁴ Muslich, *Etika Bisnis Islam*, (Jakarta: Ekonosia, 2004), cet. 1, hal. 29

⁵ Jusmaliani, *dkk, Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hal. 45

Pasar adalah lembaga ekonomi tempat bertemunya pembeli dan penjual, baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk melakukan transaksi perdagangan. Sebagai lembaga yang bersentuhan langsung dengan masyarakat, pasar mempunyai peran yang strategis dalam perekonomian rakyat. Pasar dalam kaitannya dengan pembangunan ekonomi juga memiliki pengaruh yang besar khususnya dalam rangka meningkatkan pendapatan asli daerah yang sangat penting demi keberlangsungan pembangunan baik di pusat maupun di daerah. Oleh karena itu keberadaan dan pengelolaannya sangatlah perlu diperhatikan oleh Pemerintah.⁶

Pasar rakyat adalah tempat dimana bertemunya penjual dan pembeli yang ditandai dengan adanya proses jual beli secara langsung. Didalam bangunannya juga hanya terdiri dari kios-kios atau los dan dikelola dalam suatu pengelolaan pasar. Pada pasar rakyat, sebagian besar menjual berbagai kebutuhan hidup sehari-hari seperti barang pangan dan sandang, dimana terdapat proses penawaran secara bijak sampai menemukan titik dimana terdapat persetujuan oleh kedua belah pihak (penjual dan pembeli). Pasar seperti ini pada umumnya dapat ditemukan di kawasan pemukiman agar pembeli lebih mudah untuk mencapai pasar. Dalam pasar rakyat biasanya harga lebih murah atau terjangkau di banding di pasar modern, sehingga semua kalangan masyarakat dapat melakukan kegiatan jual beli di pasar rakyat. Pasar rakyat biasanya hanya rame di pagi sampai siang hari saja, pasar rakyat

⁶ Disperindag, *Buku Profil Disperindag*, hal. 5

biasanya ada dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan yang terbatas.⁷

Pasar tradisional atau pasar rakyat selalu diidentikkan dengan lingkungan yang kurang bersih atau masih cenderung kotor. Banyak orang yang beranggapan bahwa pasar tradisional akan selalu dijadikan lingkungan yang kurang bersih atau masih kumuh. Hal itu sedikit demi sedikit telah dirubah oleh pemerintah dengan adanya pembangunan pasar yang dijadikan lingkungan yang lebih bersih dan juga terikat dengan peraturan tentang kebersihan pasar agar mindset masyarakat yang selama ini selalu berfikir bahwa pasar tradisional tidak bisa bersih. Jadi dengan adanya peraturan yang diberlakukan maka pedagang tidak hanya akan memikirkan dagangan dan juga keuntungannya saja tetapi juga tentang kebersihan lingkungan tempat berdagang. Akan tetapi dengan pembangunan pasar yang dijadikan modern tentunya juga akan merubah pola pemikiran para pedagang dan juga pembeli.

Dengan adanya perkembangan jaman dan adanya tuntutan untuk memenuhi kebutuhan hidup, maka persaingan bisnis semakin tinggi. Dengan adanya persaingan yang tinggi menimbulkan para pelaku bisnis memanfaatkan segala cara untuk mendapatkan keuntungan dan bahkan mengabaikan etika dalam berdagang secara Islami sehingga merugikan bagi pihak lain. Pada saat ini masih banyak kita jumpai beberapa pedagang pasar di pasar rakyat yang

⁷Andreina Putri Anggraeni, *Revitalisasi Pasar Tradisional dalam Pemberdayaan Pedagang Pasar Panjerejo Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung*, (Surabaya: Universitas Airlangga, 2018), hal. 4

melakukan perdagangan secara tidak jujur.⁸ Fenomena tersebut disebut dengan ditorsi pasar. Ditorsi pasar merupakan bentuk penyimpangan yang menyebabkan terjadinya ketidakseimbangan dan ketidakadilan di pasar.⁹

Tabel 1.1
Data Distorsi Pasar di Pasar Ampel Surabaya

134 Responden		
Prosentase	Motif	Frekuensi
64,4%	<i>Ba'i Najasy</i>	Tinggi
67,2%	<i>Ikhtisar</i>	Tinggi
60,4%	<i>Tadlis</i>	Tinggi
38,8%	<i>Taghrir</i>	Tinggi

Sumber data : *data diolah*

Data tersebut diatas merupakan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mahasiswa Unair di pasar Ampel Surabaya. Hasil penelitiannya menunjukkan adanya keadaan distorsi pasar di pasar Ampel Surabaya, dengan hasil yang ditunjukkan dari jawaban 134 responden. Dari tabel diatas menunjukkan bahwa sebanyak 64,4% mendominasi frekuensi pernyataan adanya motif *ba'ijj najasy* (rekayasa pasar) dengan frekuensi tinggi. Sebanyak 67,2% mendominasi frekuensi pernyataan adanya motif *ikhtisar* (penimbunan) dengan frekuensi tinggi. Sebanyak 60,4% mendominasi frekuensi pernyataan

⁸ Ema Mardiyah, Asep Suryanto, *Analisis Penerapan Etika Bisnis Syariah di Pasar Tradisional Singaparna Kab. Tasikmalaya*, (Fakultas Ekonomi Universitas Tasikmalaya), 2010, hal. 2

⁹ Lukmanul Hakim, *Distorsi Pasar dalam Pandangan Ekonomi Islam*, Jurnal Ekonomi Madania, Vol. 1 No. 1, 2017, hal. 1

adanya motif *tadlis* (penipuan) dengan frekuensi tinggi. Sebanyak 38,8% mendominasi frekuensi pernyataan adanya motif *taghrir* (ketidak jelasan) dengan frekuensi tinggi.¹⁰

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa masih ditemukan adanya keadaan distorsi pasar, dibuktikan dengan adanya praktik-praktik perdagangan yang bertolak belakang dengan prinsip pasar yang sesuai dengan perspektif ekonomi Islam seperti *ba'i najasy* (rekayasa pasar), *ikhtisar* (penimbunan), *tadlis* (penipuan) dan *taghrir* (ketidak jelasan) dengan frekuensi yang tinggi. Praktik-praktik perdagangan tersebut sangat dilarang dalam Islam, karena memberikan keuntungan yang cepat dan lebih banyak tetapi merugikan komponen pasar yang lain.

Berkaitan dengan perilaku tersebut, dalam bisnis bukan hanya mencari keuntungan semata, tetapi juga untuk mencari keberkahan. Dalam berbisnis, memperhatikan syariat Islam sangat penting dan tidak boleh dilanggar, baik dalam strategi, proses maupun praktek dan seterusnya. Islam memiliki perangkat, yaitu norma agama dalam segala aspek kehidupan termasuk dalam usaha dan bisnis. Bisnis saat ini cenderung tidak memperhatikan masalah etika bisnis baik secara sosial maupun Islam. Akibatnya, sesama pelaku bisnis sering berbenturan kepentingannya, mereka akan saling menjatuhkan satu sama lain. Jadi, etika bisnis Islam sangat diperlukan dalam kegiatan berbisnis khususnya berdagang.

¹⁰ Rinalidi Yoga Tamara, *Distorsi Pasar Versi Ekonomi Islam menurut Perspektif Konsumen (Studi Kasus Pasar Ampel Surabaya)*, Universitas Ailangga, 2019, hal. 1

Dalam jual beli atau perniagaan, Allah telah mengatur etika yang harus diperhatikan oleh para pedagang, apabila telah datang waktunya untuk beribadah, segala aktivitas jual beli harus ditinggalkan dan segera melaksanakan ibadah yang telah diperintahkan Allah sebagaimana Firman-Nya:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا نُودِيَ لِلصَّلَاةِ مِنْ يَوْمِ الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْا إِلَىٰ ذِكْرِ اللَّهِ وَذَرُوا الْبَيْعَ ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ ٩

Artinya : *“Wahai orang-orang yang beriman, Apabila telah diseru untuk melaksanakan sholat pada hari Jum’at, maka segeralah kamu mengingat Allah dan tinggalkan jual beli. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui” (QS-Al-Jumu’ah: 9).*¹¹

Kejujuran merupakan pondasi awal dalam etika berdagang. Banyaknya kasus penipuan atau pengurangan timbangan yang sering terjadi atau tidak adanya harga yang transparan menimbulkan kerugian pada pihak konsumen. Pembeli atau konsumen seharusnya menerima barang dalam kondisi baik dengan harga yang wajar. Mereka juga harus diberitahu apabila terdapat kekurangan-kekurangan pada suatu barang, kelengkapan suatu informasi, daya tarik dan kelebihan suatu barang atau produk menjadi faktor yang sangat menentukan bagi pembeli atau konsumen untuk menentukan pilihannya.¹² Oleh karena itu, informasi merupakan hal pokok yang dibutuhkan oleh setiap

¹¹ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur’an dan Terjemahannya*, (Bandung: Sigma Creative Media Corp, 2012), hal. 555

¹² Rafik Isa Bekum, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hal. 72

konsumen dan konsumen juga memerlukan kejujuran dalam menerima informasi. Nilai kejujuran ini dapat dicontoh dari Nabi Muhammad SAW.

Beliau adalah seorang pedagang yang terkenal dengan kejujurannya, sesuai dalam Firman Allah SWT dalam Q.S Al-Syu'ara: 181-183:

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ۝ ١٨١ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۝ ١٨٢ وَلَا تَبْخَسُوا
النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ۝ ١٨٣

Artinya : *“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu merugikan orang lain, dan timbanglah dengan timbangan yang benar. Dan janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi hak-haknya dan janganlah membuat kerusakan di bumi”.* (QS-Al-Syu'ara:181-183)¹³

Kabupaten Tulungagung adalah sebuah daerah yang masyarakatnya sangat kental dan masih menjunjung tinggi nilai-nilai tradisional, sehingga masyarakatnya masih mempercayakan pasar rakyat sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Sedangkan di era saat ini pasar rakyat adalah indikator nasional peningkatan kestabilan harga ataupun inflasi domestik dari barang-barang kebutuhan pokok masyarakat yang diperjualbelikan seperti gula, beras, minyak dan bahan sembako lainnya.¹⁴

Pasar Panjerejo berada di Jalan Raya Panjerejo desa Panjerejo merupakan salah satu pasar rakyat yang berada di Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung yang menampung hasil polowijo dan pertanian dari daerah sekitarnya yang meliputi Kecamatan Pucanglaban, Kecamatan Ngunut dan Kecamatan Kalidawir. Pasar rakyat Panjerejo menempati lahan seluas

¹³ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung, CV. Penerbit Al-Jumanatul 'Ali Art, 2004), hal. 374

¹⁴ *Ibid.*, hal. 2

6.635 meter persegi milik Pemerintah Kabupaten Tulungagung. Pasar rakyat Panjerejo mempunyai dua pasar yang beroperasi yaitu pasar umum atau pasar harian dan pasar khusus yang dihuni pedagang kaki lima. Pasar umum berada di dalam wilayah pasar rakyat Panjerejo yang mulai beroperasi pada pukul 04.00 hingga 17.00 WIB, sedangkan pasar khusus berada di luar atau di halaman pasar rakyat Panjerejo yang mulai beroperasi pada pukul 17.00 hingga 21.00 WIB.¹⁵

Tabel 1.2
Jumlah Pedagang Berdasarkan Jenis Dagangan

JENIS MAKANAN	JUMLAH
Makanan	58
Daging Ayam	12
Ikan	16
Sayur	66
Pakaian	18
Buah	7
Perancang	73
Sepatu	3
Kembang	2
Kelapa	5
Telur	5
Beras	2
Emas	1
Elektro	1
Gerabah	5
Kain	3

¹⁵ Wawancara dengan Ibu Wiwik Emy, Koordinator Pasar Panjerejo

Kerupuk	7
Parfum	1
Plastik	1
Roti	2
Salon	1

Sumber: Kantor pasar Panjerejo

Maka dari itu khususnya para pedagang di pasar rakyat Panjerejo harus memiliki etika bisnis Islam yang telah diajarkan oleh Rasulullah SAW. Dengan adanya etika bisnis Islam yang diterapkan oleh para penjual khususnya di pasar rakyat Panjerejo bisa menjadikan transaksi yang bernilai secara vertikal (manusia dengan Tuhan) maupun horizontal (manusia dengan manusia) dan pada akhirnya akan memperoleh profit yang sebenarnya. Melihat permasalahan tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian untuk mengetahui **“Implementasi Etika Bisnis Islam pada Perilaku Pedagang Pasar Rakyat (Studi Kasus Pasar Rakyat Panjerejo Tulungagung)”**

B. Fokus Penelitian

Guna mempermudah dalam pelaksanaan penelitian dan juga ketika menganalisis penelitian, maka difokuskan pada berikut:

1. Bagaimana Perilaku Pedagang di Pasar Rakyat Panjerejo Kabupaten Tulungagung ?
2. Bagaimana Implementasi Etika Bisnis Islam pada Perilaku Pedagang di Pasar Rakyat Panjerejo Kabupaten Tulungagung ?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan perilaku pedagang di pasar rakyat Panjerejo Kabupaten Tulungagung.
2. Untuk mendeskripsikan Implementasi Etika Bisnis Islam pada Perilaku Pedagang Pasar rakyat Panjerejo Kabupaten Tulungagung.

D. Identifikasi Penelitian dan Batasan Masalah

Peneliti hanya membatasi ruang lingkup penelitian yang berkaitan dengan perilaku para pedagang pasar di Pasar Rakyat Panjerejo Kabupaten Tulungagung, lokasi penelitian adalah di desa Panjerejo Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung.

E. Manfaat Penelitian

Hal penting dalam sebuah penelitian adalah manfaat atau kegunaan yang dapat dirasakan serta diterapkan dari hasil sebuah penelitian. Adapun manfaat yang diharapkan setelah penelitian ini berlangsung, yaitu:

1. Kegunaan Teoritis

Dapat bermanfaat untuk semua pihak yang terkait untuk membantu dalam menyelesaikan permasalahan ekonomi dan bisnis terutama mengenai etika bisnis secara Islam.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi peneliti

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai berdagang yang benar dan sesuai dengan etika bisnis secara Islam.

b. Bagi Institut Agama Islam Negeri Tulungagung

Dapat dijadikan bahan referensi penelitian lebih lanjut dalam bidang yang sama yaitu etika bisnis Islam untuk para pedagang pasar dan memberikan referensi untuk kepustakaan.

c. Bagi pedagang

Dapat memberikan masukan kepada para pedagang agar berdagang yang sesuai dengan etika bisnis secara Islam.

F. Penegasan Istilah

1. Penegasan Istilah

a. Perilaku Produsen

Menurut Mohammad Hidayat yang dikutip oleh Izzah Dienillah perilaku produsen merupakan suatu kegiatan berupa proses mencari, mengalokasikan dan mengolah sumber daya menjadi *output* dalam rangka meningkatkan dan memberi masalah bagi sesama umat manusia. Perilaku produsen masyarakat pada dasarnya merupakan perilaku rasional di dalam mengalokasikan sumber daya dengan

tujuan untuk menghasilkan barang dan jasa, sehingga mampu memenuhi kebutuhan masyarakat.¹⁶

b. Teori Perilaku Produsen dalam Islam

Teori perilaku produsen dalam perspektif Islam merupakan ilmu yang mempelajari tentang perilaku ekonomi manusia dimana perilakunya diatur berdasarkan agama Islam.¹⁷

c. Pasar Rakyat

Pasar rakyat adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah Daerah, swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah yang bekerjasama dengan pihak swasta dengan tempat usaha yang berupa toko, los, kios dan tenda yang dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dengan proses jual beli melalui tawar menawar.

Nuraini dan Merdekawati berpendapat bahwa pasar rakyat juga sering disebut pasar konkrit, dengan menekankan arti secara fisik.¹⁸ Asribestari dan Setyono menjelaskan bahwa pasar rakyat adalah pasar dimana terdapat penjual dan pembeli yang saling tawar

¹⁶ Izzah Dienillah, *Analisis Pengaruh Perilaku Produsen terhadap Pemberdayaan dan Kesejahteraan Petani dalam Perspektif Maqasyid Syariah (Studi pada Petani Kopi Kecamatan Sumber Wringin Kabupaten Bondowoso)*, (Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2019), hal. 17

¹⁷ Takdir dan Harfika, *Teori Perilaku Produsen dalam Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional (Studi Perbandingan)*, (*Jurnal Of Institution And Sahria Finance: Volume 2 Nomor 1, 2019*), hal. 86

¹⁸ E Nuraini dan Merdekawati, *Ekonomi untuk SMA/MA kelas X*, (Sidoarjo: Mas Media Buana Pustaka, 2013), hal. 65

menawar secara langsung sehingga terjadi kesepakatan harga antara kedua belah pihak.¹⁹

Kesimpulan yang dapat diambil dari pengertian diatas adalah bahwa pasar rakyat adalah jenis pasar yang cara bertransaksinya masih bersifat tradisional yaitu dengan tawar menawar guna mendapatkan kesepakatan harga antara penjual dan pembeli dan membayarnya dengan uang tunai. Pasar rakyat juga dapat disebut dengan pasar tradisional.

d. Etika Bisnis Islam

Dalam buku etika bisnis karangan Prof. Dr. H. Muhammad Djakfar menyebutkan bahwa etika bisnis Islam adalah norma-norma etika berdasarkan Al-Qur'an dan hadist yang harus dijadikan sebagai acuan oleh manusia dalam aktivitas bisnisnya.

Etika bisnis Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekawatiran, karena sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar. Nilai etik, moral, susila atau akhlak adalah nilai-nilai yang mendorong manusia menjadi pribadi yang utuh seperti kejujuran, kebenaran, kaedilan, kemerdekaan, kebahagiaan

¹⁹ Ratna Asribestari dan Setyono J.S, *Pengaruh Daya Tarik Pasar Tradisional dan Pasar Modern Terhadap Preferensi Konsumen* "Studi Koperasi Pasar Karangayu dan Giant superdome", (Semarang: Jurnal Teknik PWK, Vol. 2, ISSN , 2013, hal. 66

dan cinta kasih. Apabila nilai etik ini dilaksanakan dengan baik akan menyempurnakan hakikat manusia seutuhnya.²⁰

2. Penegasan Operasional

Secara operasional penelitian dengan meninjau dan mengamati secara langsung terhadap perilaku pedagang dalam pelaksanaan jual beli yang dilakukan di pasar rakyat Panjerejo. Tujuan dari Etika Bisnis Islam adalah untuk mengajarkan manusia untuk menjalin kerjasama, tolong-menolong dan menjauhkan diri dari sikap dengki, dendam serta hal-hal yang tidak sesuai dengan prinsip syariah.

²⁰ Dr. Mardani, *Hukum Bisnis Syariah*, (Jakarta: Prenada Media, 2017), hal. 12-13