

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional Ngunut dalam Perspektif Etika Bisnis Islam” ini ditulis oleh Kiki Wahyu Tri Septiwulandari, NIM 17402163464. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing Nur Aziz Muslim, M.H.I

Pasar bagi masyarakat tidak hanya sebagai tempat bertemunya antara penjual dan pembeli tetapi juga sebagai tempat yang berguna untuk berinteraksi sosial. Banyak diantara para penjual yang belum sadar tentang etika bisnis dalam berdagang yang tentunya akan berdampak pada diri mereka. Dalam penelitian ini peneliti lebih tertarik pada para pedagang bahan makanan di pasar tradisional Ngunut, karena bahan ini selalu dicari oleh konsumen ketika pergi ke pasar tradisional, dan para pedagang tersebut mayoritas beragama Islam. Meski demikian tidak bisa dipungkiri bahwasannya dalam proses bertransaksi masih banyak sekali menggunakan praktik yang diharamkan dalam Islam.

Fokus masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimana penerapan etika bisnis Islam yang dilakukan pedagang dalam melakukan transaksi dipasar tradisional Ngunut? (2) Bagaimana dampak perilaku pedagang yang tidak menerapkan etika bisnis Islam dalam kegiatan berdagang?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif, dengan menggunakan penelitian lapangan. Sumber data yang diperoleh yaitu sumber data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis datanya menggunakan reduksi data, pemaparan data, serta penarikan kesimpulan temuan. Sedangkan pengecekan keabsahan temuan menggunakan triangulasi data, Pendiskusian teman sejawat, dan perpanjangan keikutsertaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Penerapan etika bisnis Islam yang dilakukan pedagang dalam melakukan transaksi di Pasar Tradisional Ngunut yaitu mengutamakan prinsip keridhoan, saling ikhlas, suka sama suka, penentuan kesepakatan harga, menakar dengan timbangan yang pas, takut terhadap dosa, adanya tera ulang timbangan, kejujuran, dan terbuka terhadap informasi kualitas barang, tidak melakukan kecurangan, mengharap berkah dari kegiatan perdagangan. (2) Dampak perilaku pedagang yang tidak menerapkan etika bisnis Islam dalam kegiatan berdagang menurut warga Pasar Tradisional Ngunut yaitu seperti pembeli yang tidak akan kembali berbelanja ketika pedagang memberikan pelayanan yang kurang sopan, atau karena pedagang acuh dan bersikap kurang baik dalam memberikan pelayanan, pembeli jera untuk membeli kembali ketika penjual berbicara kurang sopan terhadap pembeli yang sedang menawar.

Kata Kunci: *Perilaku Pedagang, Etika Bisnis Islam, Pasar Tradisional*

ABSTRACT

The thesis entitled "The Analysis of Seller' Behavior in the Ngunut Traditional Market in the Perspective of Islamic Business Ethics" written by Kiki Wahyu Tri Septiwulandari, Register Number 17402163464. Department of Islamic Economics, Faculty of Islamic Economics and Business. Advisor Nur Aziz Muslim, M.H.I

The Market for the community is not only a meeting place for sellers and buyers but also as a useful place for social interaction. Many of the sellers are not aware of business ethics in trading which of course will have an impact on them. In this research, researcher is more interested in food ingredients Seller in the Ngunut Traditional Market, because these ingredients are always sought after by consumers when they go to traditional markets, and the majority of these Sellers are Moslem. However, it cannot be denied that in the transaction process there are still a lot of practices that are forbidden in Islam.

The focuses of the problems in this research are: (1) How is the implementation of Islamic business ethics by seller in conducting transactions in the Ngunut Traditional Market? (2) What is the impact of the behavior of Seller who do not apply Islamic business ethics in trading activities?

This research used a qualitative-descriptive approach, using field research. The sources of data obtained by primary and secondary data sources. The data collection techniques used in the form of interviews, observation, and documentation. The data analysis used data reduction, data exposure, and conclusion drawing of findings. While checking the validity of the findings using data triangulation, peer discussion, and extension of participation.

The results of this research indicate that (1) The implementation of Islamic business ethics carried out by sellers in conducting transactions at the Ngunut Traditional Market, namely prioritizing the principles of pleasure, mutual sincerity, consensual, mutual benefit sharing, determining price agreements, not harming one party, measuring with the right scales, fearing against sins, periodic re-calibration of the scales, honesty, and being open to information on the quality of goods, not committing fraud, hoping for blessings from trading activities. (2) The impact of the behavior of sellers who do not apply Islamic business ethics in trading activities according to the residents of the Ngunut Traditional Market, namely buyers who will not return to shopping when Seller provide services that are not polite, or because Seller are indifferent and behave badly in providing services, buyers are deterred to repurchase when the seller speaks impolitely to the buyer who is bidding.

Keywords: *Trader's Behavior, Islamic Business Ethics, Traditional Market*