

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Dunia bisnis memang menjadi suatu hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia, khususnya dalam perspektif ekonomi. Bisnis menjadi salah satu sumber mata pencaharian yang memiliki potensi luar biasa jika dibandingkan dengan profesi-profesi lainnya, sehingga tidak heran apabila dunia bisnis terus mengalami perkembangan yang sangat pesat dari waktu ke waktu. Namun seiring perkembangan waktu tersebut, tak sedikit orang melihat bisnis semakin mengkhawatirkan. Banyak dari pelaku bisnis, memahami bisnis adalah bisnis saja yaitu meraup keuntungan yang sebesar-besarnya dalam waktu sesingkat mungkin, namun rela meninggalkan nilai-nilai yang seharusnya ditegakkan secara utuh, yaitu nilai-nilai moralitas. Hukum ekonomi klasik yang mengendalikan modal sekecil mungkin dan mengeruk keuntungan sebesar mungkin telah menjadikan para ‘pelaku bisnis’ menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan. 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 mendapatkan keuntungan bahkan sering mengabaikan moralitas dalam menjalankan bisnis. Seperti contoh, masih banyak para pebisnis atau pedagang yang melakukan penyimpangan-penyimpangan dalam melakukan kegiatannya. Perilaku menyimpang ditemukan di kalangan pedagang antara lain pengurangan takaran

dari timbangan, pengoplosan barang kualitas bagus dengan yang buruk, harga yang tidak sesuai dengan kualitas barang dan lain sebagainya. Hal ini tidak mengherankan jika para pelaku bisnis jarang memperhatikan tanggung jawab sosial dan mengabaikan moral dalam kegiatan berbisnisnya.

Moralitas dalam berbisnis merupakan suatu perlengkapan utama dari keberhasilan para pelaku bisnis. Ketiadaan moral akan membangun konflik dan ketidakharmonisan aktivitas bisnis itu sendiri. Perilaku berbisnis seharusnya tidak luput dari adanya nilai moral atau etika bisnis. moralitas bisnis berperan penting sebagai penentu apa yang harus dilakukan dan tidak dilakukan oleh seorang individu maupun kelompok. moral memiliki peran penting dalam dunia bisnis ketika masyarakat memahami bisnis tujuan utamanya memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya. Adanya moral bertujuan untuk mengajarkan manusia untuk menjalin kerjasama, tolong menolong dan menjauhkan diri dari sikap iri, dengki dan dendam serta hal-hal yang tidak sesuai dengan syariat Islam. Dengan demikian, sangat perlu sekali untuk memahami pentingnya etika dalam berbisnis. Pelaku-pelaku bisnis diharapkan bisa bertindak secara etis dalam berbagai aktivitasnya, artinya bahwa etika bisnis berusaha mengarahkan apa yang seharusnya (*das sollen*) dilakukan setiap individu dalam melakukan kegiatan pemenuhan kebutuhan ekonominya.

Dalam Islam, bisnis yang diperbolehkan adalah bisnis yang menghasilkan pendapatan yang halal dan berkah. Islam mendorong kepada pengikutnya untuk melakukan berbagai bentuk usaha, salah satunya yaitu dengan berniaga atau berdagang. Tetapi untuk menjalankan usaha perdagangan

secara Islam, dituntut menggunakan tata cara khusus dan memiliki aturan dagang yang mengatur bagaimana seharusnya seorang pedagang melakukan proses jual beli agar selalu mendapatkan keberkahan dan di ridhai oleh Allah SWT di dunia maupun akhirat. Islam tidak membiarkan begitu saja seseorang bekerja mengikuti kehendaknya sendiri untuk mencapai tujuan dengan menghalalkan segala cara melakukan penipuan, kecurangan, sumpah palsu, riba, menyuap dan perbuatan yang dilarang lainnya. Nilai-nilai etika dalam Islam tidak terlepas dari kejujuran, keadilan dan keterbukaan.

Dalam kajian studi Islam etika bisnis selama ini lebih didasarkan pada Al-Qur'an dan Hadist. Digunakan tidak saja demi menjaga berbagai kepentingan dalam bisnis, melainkan lebih dari itu pelaksanaannya memberikan jaminan kepada pihak-pihak yang terlibat untuk memperoleh keberkahan dari berbagai aktivitas bisnisnya. Nabi Muhammad SAW dalam tinjauan sejarah dikenal sebagai pelaku bisnis yang sukses, sehingga kajian tentang etika bisnis perlu melihat perilaku bisnis Nabi Muhammad semasa hidupnya. Perilaku sekaligus sebagai petunjuk yang dicontohkan Rasulullah dalam berbisnis terkandung dalam empat sikap yang dijadikan kunci sukses dalam mengelolah bisnisnya, yaitu: *Siddik, Amanah, Fatanah* dan *Tabligh*.

Kejujuran merupakan pondasi awal dalam etika berdagang. Maraknya kasus penipuan atau pengurangan timbangan atau tidak adanya harga transparan menimbulkan kerugian pada pihak konsumen, beberapa penelitian YLKI (Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia) diantaranya marak mendapati pedagang yang curang atau menipu konsumen, tidak jarang

konsumen merasa dirugikan.¹ Kejujuran dalam kegiatan berdagang sangat diperlukan oleh pembeli atau konsumen. Nilai kejujuran ini pula telah dipraktikkan oleh nabi Muhammad SAW. Beliau adalah seorang pedagang yang terkenal 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 تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ^(١٨٣)

Terjemahannya:

“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 dimuka 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 bentuk apapun, adanya sebuah penyimpangan dalam menimbang, menakar dan mengukur barang merupakan satu contoh wujud kecurangan dalam berbisnis.³

Namun, faktanya dilapangan masih sering dijumpai praktik dagang yang tidak memperhatikan nilai-nilai etika dalam pelaksanaannya sehingga

¹ Lailatul Hikmah, “Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia”, <http://lailatulblog.blogspot.com/2011/02/yayasan-lembaga-konsumen-indonesia.html>. Diakses pada tanggal 04 Februari 2021.

² Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: Diponegoro, 2011), hal. 374.

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

seringkali timbul penyimpangan seperti mengurangi takaran dan timbangan, pengoplosan barang bagus dengan barang buruk, dan lain sebagainya. Fenomena tersebut menggambarkan bahwa masih ada beberapa pedagang di masyarakat yang kurang menjalankan nilai-nilai moralitas dalam berdagang atau berbisnis. Mereka masih berorientasi terhadap keuntungan duniawi saja dan meninggalkan etika berbisnisnya dengan melakukan segala cara. Fenomena tersebut telah melanggar nilai-nilai dan hukum agama Islam yang sudah sangat tegas melarang dan mencela segala bentuk kecurangan dalam transaksi jual beli. Dalam UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pada Pasal 8 ayat 1 a dan b dinyatakan bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi dan memperdagangkan barang dagangan yang tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih, atau netto, tidak sesuai ukuran takaran, dan timbangan menurut ukuran yang sebenarnya.⁴

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 dalam 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.

⁴ Akhmad Mujahiddin, *Ekonomi Islam: Sejarah, Konsep, Instrumen, Negara dan Pasar*, (Jakarta: Rajawali Pers, Cet. 3, 2014), hal. 144.

Sebagai seorang pedagang muslim yang beriman kepada Allah harus menerapkan nilai-nilai moral dalam kegiatannya sehari-hari. Sehingga dalam pelaksanaan kegiatan usahanya (berdagang), tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga memperhatikan nilai-nilai etis. Adapun nilai-nilai etis dalam kegiatan usahanya seperti bersikap jujur, amanah, tepat dalam menimbang, menjauhi gharar, tidak menimbun barang dan saling menguntungkan antara penjual dan pembeli serta transparan kepada konsumen tentang harga dan kualitas barang atau jasa yang diperjual belikan agar mendapat ridho Allah SWT dan mendapat legitimasi kepercayaan konsumen sehingga rezeki yang di dapat menjadi berkah.

Pasar dalam kaitannya dalam meningkatkan pendapatan asli daerah yang sangat penting demi kelangsungan pembangunan baik dipusat maupun daerah. Pasar merupakan suatu tempat elemen yang memiliki peran penting dalam perekonomian, baik itu pasar tradisional maupun pasar modern. Sebagai salah satu urat nadi, pasar juga menjadi salah satu barometer bagi tingkat pertumbuhan ekonomi masyarakat. 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. 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 masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan dengan tawar menawar.⁵

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.

Kondisi Pelaku bisnis di pasar tradisional Ngemplak Tulungagung terutama pedagang muslim menjadi fokus dalam penelitian ini tentunya tidak bisa menafikan adanya pelaksanaan moralitas dalam berbisnis secara Islami. Namun tak bisa dipungkiri dengan berbagai latar belakang pendidikan yang

⁵ *Undang-Undang Peraturan Daerah Kabupaten Tulungagung tentang Perlindungan, Pemberdayaan Pasar Tradisional & Penataan serta Pengendalian Pasarmodern*, (Tulungagung: Pemkab, 2011), hal. 5

beragam dan dengan berbagai watak yang dimiliki oleh para pedagang, baik penjual maupun pembeli dapat memicu pula lahirnya ketersinggungan dan ketidaksesuaian dalam bertransaksi. Penelitian yang dilakukan Susi Widiyari, menyatakan pedagang pasar tradisional ngemplak Tulungagung khususnya pedagang sayuran tomat masih belum transparan menjual belikan barang dagangannya, dibuktikan dengan pedagang mengoplos barang yang baik dengan barang yang kurang baik dalam sebuah peti buah.⁶

Penulis memilih pasar tradisional Ngemplak Tulungagung sebagai objek penelitian alasannya karena semakin pentingnya mengintegrasikan dan menegakan dimensi moralitas bisnis terhadap para pelaku bisnis seiring perkembangan zaman yang dihadapkan dengan persaingan bisnis yang begitu tinggi, sehingga tidak jarang para pelaku bisnis menghalalkan segala segala cara untuk mendapatkan keuntungannya walaupun harus mengabaikan moralitas dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. Dalam hal ini yaitu para pedagang di pasar, termasuk didalamnya 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 bentuk kecurangan lainnya. Selain itu

⁶ Susi Widiyari, *Perilaku Pedagang Grosir Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam, Jurnal Al-Hikmah, Vol 8, 2020, hal. 34.*

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 segala bentuk aktivitas yang terjadi di pasar. Berdasarkan latar belakang diatas penulis ingin mengkaji lebih dalam tentang “Dimensi Moralitas Bisnis Pedagang Pasar Tradisional Ngemplak Tulungagung”.

B. Fokus Penelitian

Penelitian ini ingin menelusuri terlebih dahulu pemahaman para pedagang pasar mengenai moralitas bisnis dalam setiap aktivitas transaksi jual beli yang terjadi di pasar Ngemplak Tulungagung. Penelusuran terhadap pemahaman pedagang mengenai moralitas bisnis itu sendiri sangat penting dilakukan terlebih dahulu, karena dengan adanya moralitas bisnis akan berusaha mengarahkan apa yang seharusnya dilakukan oleh seorang pembisnis atau pedagang, sehingga ini akan berpengaruh terhadap hasil keuntungan dalam kegiatan usahanya (berdagang), dimana keuntungan disini tidak hanya berorientasi pada keuntungan duniawi saja tetapi juga keuntungan akhirat. Kaitanya dengan hal ini yaitu upaya dalam mencari keberkahan. Oleh karena itu, penelitian ini ingin menjawab pertanyaan berikut:

1. Bagaimana pemahaman moralitas bisnis pedagang di pasar tradisional Ngemplak Tulungagung?

2. Perilaku pedagang seperti apa yang dapat mendatangkan keberkahan menurut mereka pedagang pasar Tradisional Ngemplak Tulungagung?
3. Bagaimana implikasi moralitas terhadap pelaku bisnis (pedagang) di pasar tradisional Ngemplak Tulungagung?

C. Identifikasi Penelitian dan Batasan Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman, para pelaku bisnis (pedagang) dihadapkan dengan persaingan bisnis yang begitu tinggi. dengan adanya persaingan bisnis tersebut tidak bisa dipungkiri akan memicu ketidaksesuaian dalam bertransaksi jual beli. Para pelaku bisnis bisa dan berpeluang menghalalkan segala cara untuk mendapat keuntungan dengan mengabaikan nilai-nilai moralitasnya. Dalam kaitanya hal ini adalah pedagang yang ada didalam pasar. Terkadang masih sering dijumpai pedagang pasar yang melakukan kecurangan terhadap pembeli, seperti contoh pengurangan dalam menakar dan menimbang, pengoplosan barang kualitas bagus dengan barang yang kualitasnya kurang bagus dan lain sebagainya, tentunya hal ini sangat jauh dari cerminan nilai moralitas dalam aktivitas berdagangya. Dengan pengabaian nilai-nilai moralitas tersebut bisa mengakibatkan kerugian bagi para konsumen dan menjaukan kegiatan bisnisnya dari keberkahan.

Untuk menghindari kesimpang siuran dan interpretasi yang keliru terhadap hasil penelitian, sekaligus untuk mempermudah penelitian ini, maka penulis memfokuskan kajian penelitian tentang “Dimensi Moralitas Bisnis Pedagang Pasar Tradisional Ngemplak Tulungagung”.

D. Tujuan Penelitian

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

1. Menjelaskan pemahaman moralitas bisnis pedagang di pasar tradisional Ngemplak Tulungagung.
2. Menjelaskan perilaku pedagang yang bisa mendatangkan keberkahan menurut pandangan para pedagang di pasar tradisional Ngemplak Tulungagung.
3. Menjelaskan implikasi moralitas terhadap pelaku bisnis (pedagang) di pasar tradisional Ngemplak Tulungagung.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

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 kegiatan transaksi berdagang.

2. Manfaat Praktis

- a. 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.

b. Bagi Pedagang

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi para pedagang dalam menerapkan etika bisnis atau moralitas bisnis yang ada di pasar Ngemplak Tulungagung khususnya, dan umumnya menjadi pertimbangan pemerintah setempat untuk menerapkan etika bisnis tersebut keseluruh pasar yang ada di Kabupaten Tulungagung.

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 dalam melakukan transaksi perdagangan.

F. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

a. Moralitas Bisnis

Moralitas bisnis merupakan seperangkat aturan moral yang berkaitan dengan baik dan buruk, benar dan salah, bohong dan jujur yang bertujuan untuk mengendalikan perilaku manusia dalam menjalankan aktifitas bisnis agar memperoleh keberkahan.⁷

⁷ Muslich, *Etika Bisnis: Pendekatan Substantif dan Fungsional*, (Yogyakarta: Ekonosia Fakultas Ekonomi UII, 1998), hal. 4.

b. Pedagang

Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjual belikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh keuntungan.⁸ Pedagang adalah mereka yang melakukan perbuatan perniagaan sebagai pekerjaannya sehari-hari. Perbuatan perniagaan pada umumnya adalah perbuatan pembelian barang untuk dijual lagi.⁹

c. Pasar Tradisional

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar.¹⁰ Kebanyakan pasar tradisioal menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian, barang elektronik, jasa dan lain-lain.

2. Definisi Operasional

Penelitian ini ingin mengetahui seberapa jauh pemahaman para pedagang tentang prinsip moralitas berbisnis secara Islam dalam kegiatan berdagang seperti prinsip keadilan, kejujuran, tanggungjawab dan prinsip

⁸ Eko Sujatmiko, *Kamus IPS*, (Surakarta: Aksara Sinergi Media Cet. I, 2014), hal. 231.

⁹ C.S.T. Kensil dan Christine kansil, *Pokok-pokok Pengetahuan Hukum dagang Indonesia*, (Jakarta : Sinar Grafika, 2008), hal. 15.

¹⁰ Siti Minakusnia, "*Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Ngalian Semarang Dalam Pespektif Etika bisnis Islam*", Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo, 2015, hal. 51.

kebijakan, dimana muara akhirnya adalah keberkahan. Pentingnya perilaku pedagang dalam transaksi perdagangan di pasar Ngemplak Tulungagung dalam menerapkan etika bisnis yang seperti contohnya: dalam melakukan takaran maupun timbangan apakah sudah pas dan tanpa dikurang-kurangkan, keramahan pedagang terhadap pembeli, persaingan antar pedagang, empati pada pembeli, pelayanan yang baik untuk pembeli baik yang membeli atau hanya sekedar bertanya, penempatan janji, dan kualitas barang yang baik sesuai dengan harga yang ditawarkan.

G. Sitematika Penulisan Skripsi

Dalam skripsi ini, penulis membagi pembahasan menjadi enam bab, dan tiap-tiap bab terdiri dari sub bab. Berikut ini akan dipaparkan mengenai sitematika dari penulisan skripsi untuk mempermudah pemahaman dan memberi arahan agar dalam menyusun skripsi dengan runtut dan juga sistematis dari pada pokok dari masalah yang diteliti beserta penjelasannya:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis memaparkan tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Pembatasan Masalah, Manfaat Hasil Penelitian, Penegasan Istilah, dan Sitematika 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

Pada bab ini 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, pedagang dan pasar tradisional selanjutnya akan dijelaskan hasil penelitian terdahulu dan kerangka 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 Dimensi Moralitas Bisnis Pedagang Pasar Tradisional Ngemplak Tulungagung, sejauh mana pemahaman pedagang mengenai etika bisnis Islam dan upayanya dalam mencari keberkahan pada kegiatan bisnis yang dilakukan pedagang pasar tradisional Ngemplak Tulungagung.

BAB V: PEMBAHASAN

Dalam bab ini membahas tentang posisi temuan atau teori yang ditemukan terhadap teori-teori temuan sebelumnya, serta interpretasi dan penjelasan dari temuan teori yang diungkap dari lapangan.

BAB VI: PENUTUP

Dalam bab ini berisikan tentang kesimpulan yang berhasil ditemukan, juga berisi saran-saran yang cukup membangun untuk disampaikan terkait dengan hasil penelitian dan bagian paling akhir berupa lampiran-lampiran.