

**ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM
TERHADAP PERILAKU PEDAGANG SEMBAKO
MUSLIM DI PASAR SANGKUMPAL BONANG**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

**MUHAMMAD IRMANSYAH RITONGA
NIM: 21 402 00104**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2025**

**ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM
TERHADAP PERILAKU PEDAGANG SEMBAKO
MUSLIM DI PASAR SANGKUMPAL BONANG**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

**MUHAMMAD IRMANSYAH RITONGA
NIM: 21 402 00104**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2025**

**ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM
TERHADAP PERILAKU PEDAGANG SEMBAKO
MUSLIM DI PASAR SANGKUMPAL BONANG**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

**MUHAMMAD IRMANSYAH RITONGA
NIM. 2140200104**

PEMBIMBING I
R.124/6-25

Dr. Rosnani Siregar, M.Ag.
NIP. 19740626 200312 2 001

PEMBIMBING II
C. Muhamad Yarham / 23-06-2025

M. Yarham, M.H.
NIP. 19921009 202012 1 003

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2025**

Hal : Skripsi
An. **Muhammad Irmansyah Ritonga** Padangsidimpuan, 24 Juni 2025
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN SYAHADA Padangsidimpuan
di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum, Wr.Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n Muhammad Irmansyah Ritonga yang bejudul "*Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Sembako Muslim di Pasar Sangkumpal Bonang*". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang Munaqasyah untuk mempertanggung jawabkan skripsi nya ini.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama dari Bapak/Ibu kami sampaikan terima kasih.

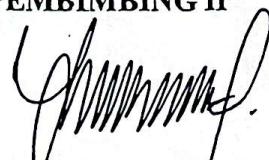
Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

PEMBIMBING I



Dr. Rosnani Siregar, M.Ag.
NIP.19740626 200312 2 001

PEMBIMBING II



M. Yarham, M.H
NIP. 19921009 202012 1 003

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang,
bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Irmansyah Ritonga
NIM : 2140200104
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Sembako Muslim di Pasar Sangkumpal Bonang.

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah Menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak syah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan Pasal 14 Ayat 12 Tahun 2023.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 2 Tahun 2023 tentang Kode Etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 24 Juni 2025
Saya yang Menyatakan



MUHAMMAD IRMANSYAH RITONGA
NIM. 2140200104

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Irmansyah Ritonga
NIM : 2140200104
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Hak Bebas Royalty Nonekslusif (*Non Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Sembako Muslim di Pasar Sangkumpal Bonang”**.

Dengan Hak Bebas Royalty Nonekslusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidimpuan
Pada Tanggal : 24 Juni 2025
Saya yang Menyatakan,



MUHAMMAD IRMANSYAH RITONGA
NIM. 2140200104



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPuan
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin KM. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : MUHAMMAD IRMANSYAH RITONGA
NIM : 21 402 00104
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Sembako Muslim di Pasar Sangkumpal Bonang.

Ketua

Muhammad Wandisyah R. Hutagalung, M.E
NIDN. 2027029303

Sekretaris

M. Yarham, M.H
NIDN. 2009109202

Anggota

Muhammad Wandisyah R. Hutagalung, M.E
NIDN. 2027029303

M. Yarham, M.H
NIDN. 2009109202

Rini Hayati Lubis, M.P
NIDN. 2013048702

Zulkifa Matondang, M.Si
NIDN. 2017058302

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Rabu / 25 Juni 2025
Pukul : 09.00 WIB s/d Selesai
Hasil/Nilai : Lulus/ 78 (B)
Indeks Predikat Kumulatif : 3,44
Predikat : Sangat Memuaskan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPuan
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin KM. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PERILAKU PEDAGANG SEMBAKO MUSLIM DI PASAR SANGKUMPAL BONANG
NAMA : MUHAMMAD IRMANSYAH RITONGA
NIM : 21 402 000104

Telah dapat diterima untuk memenuhi
syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, 14 Juli 2025



ABSTRAK

Nama : Muhammad Irmansyah Ritonga

Nim : 2140200104

Judul Skripsi : Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Sembako Muslim Di Pasar Sangkumpal Bonang.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang sembako muslim di Pasar Sangkumpal Bonang Kota Padangsidimpuan, latar belakang penelitian ini adanya perilaku pedagang sembako muslim di pasar Sangkumpal Bonang yang tidak sesuai dengan nilai-nilai etika bisnis Islam. Adanya ketidak sesuaian yang dilakukan pedagang sembako muslim di Pasar Sangkumpal Bonang menimbulkan kerugian oleh orang lain, kerugian ini terjadi karena tindakan kecurangan yang dilakukan dalam transaksi jual beli sembako seperti pada pengurangan timbangan. Dan pedagang lebih memilih kepentingan dunia daripada akhirat, dimana dalam waktu sholat tiba pedagang lebih mengutamakan melayani pembeli daripada sholat lebih awal. Penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Pengambilan subjek pada penelitian dilakukan dengan sampai mengarah kepada titik jenuh. Informan penelitian ini terdiri dari 10 yaitu 7 pedagang sembako muslim dan 3 pembeli sembako muslim. Teknik analisis data dalam penelitian ini melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pedagang sembako muslim sudah memahami etika bisnis Islam seperti pada jujur dalam berdagang, adil dalam takaran timbangan, bersikap ramah kepada pembeli. Dalam penerapan etika bisnis Islam melalui prinsip-prinsip etika bisnis Islam pedagang sembako muslim sudah menerapkan prinsip kehendak bebas dan prinsip ihsan, namun pedagang sembako muslim masih belum menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis islam seperti pada prinsip tauhid, prinsip keseimbangan dan prinsip tanggung jawab sehingga berdampak negatif terhadap pembeli karena merasa dirugikan atas tindakan yang menyimpang dari etika bisnis Islam.

Kata kunci: Penerapan, Etika Bisnis Islam, Perilaku Pedagang.

ABSTRACT

Name : Muhammad Irmansyah Ritonga

Reg. Number : 2140200104

Thesis Title : Analysis Of The Application Of Islamic Business Ethics On The Behavior Of Muslim Grocery Traders In Sangkumpal Bonang.

This study aims to analyze the understanding and application of islamic business ethich to the behavior of muslim grocery traders in the Sangkumpal Bonang market, Padangsidimpuan City, the backhgroud of this research is the behavior of muslim grocery traders in the Sangkumpal Bonang market which is not in accordance with the values of Islamic business ethics. The existence of non-compliance by muslim grocery traders in the Sangkumpal Bonang market causes losses by others, this loss occurs because of fraudulent acts committed in the sale and purchase of basic food transactions such as reducing scales. And traders prefer the interests of the world rather than hereafter, where in prayer time traders prioritize serving buyers rather than praying early. This research uses descriptive qualitative with data collection techniques through observation, interviews and documentation. Taking the subject in the study was carried out by leading to the saturation point. The informants of this study consisted of 10, namely 7 muslim grocery traders and 3 muslim grocery buyers. Data analysis techniques in this study through data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results of this study indicate that most muslim grocery merchants already understand Islamic business ethics, such as honesty in trading, fairness in weighing measurements, and being friendly to customers. In applying islamic business ethics, muslim grocery merchants have implemented the principles of free will and ihsan, but they have not yet applied other principles of Islamic business ethics such as the principle of tawhid, the principle of balance, and the principle of responsibility. This has a negative impact on customers, who feel disadvantaged by actions that deviate from Islamic business ethics.

Keywords: Applications, Islamic Business Ethics, Merchant Behavior

خلاصة

الاسم : محمد إرمانسيا ريتونغا
نیم : ٢١٤٠٢٠٠٤
عنوان الرسالة : تحليل تطبيق أخلاقيات العمل الإسلامي على سلوك تجار البقالة المسلمين في سوق سانجكومبال بونانغ

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل فهم وتطبيق أخلاقيات العمل الإسلامية تجاه سلوك تجار البقالة المسلمين في سوق سانجكومبال بونانج، مدينة بادانجسيديمبوان. خلفية هذه الدراسة هي سلوك تجار البقالة المسلمين في سوق سانجكومبال بونانج الذي لا يتوافق مع قيم أخلاقيات العمل الإسلامية. يتسبب التناقض الذي يمارسه تجار البقالة المسلمين في سوق سانجكومبال بونانج في خسائر لآخرين، وتحدث هذه الخسارة بسبب الإجراءات الاحتياطية التي يتم تنفيذها في معاملات البقالة مثل تقليل الوزن. ويفضل التجار المصالح الدينوية على الآخرة، حيث يعطي التجار الأولوية لخدمة المشترين بدلاً من الصلاة مبكراً عند حلول وقت الصلاة. تستخدم هذه الدراسة أساليب وصفية نوعية مع تقنيات جمع البيانات من خلال الملاحظة والمقابلات والتوثيق. تمأخذ المشاركين في الدراسة حتى وصلوا إلى نقطة التشبع. يتكون المخبرون في هذه الدراسة من 10، وهم 7 تجار بقالة مسلمين و3 مشترين مسلمين للبقالة. كانت تقنية تحليل البيانات في هذه الدراسة من خلال اختزال البيانات وعرضها واستخلاص النتائج. تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن تجار البقالة المسلمين يدركون بالفعل أخلاقيات العمل الإسلامية، كالصدق في التعامل، والعدل في القياس، والرفق بالمشترين. وقد طبق تجار البقالة المسلمين، من خلال تطبيقهم لأخلاقيات العمل الإسلامية، مبدأ حرية الإرادة ومبدأ الإحسان، لكنهم لم يطبقوها بعد مبادئ أخلاقيات العمل الإسلامية، كمبادئ التوحيد، ومبدأ التوازن، ومبدأ المسؤولية، مما يؤثر سلباً على المشترين، إذ يشعرون بالظلم نتيجةً لافعالهم التي تنحرف عن أخلاقيات العمل الإسلامية.

الكلمات المفتاحية: التنفيذ، أخلاقيات الأعمال الإسلامية، سلوك التجار.

KATA PENGANTAR



Assalamu’alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan dan melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul penelitian “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Sembako Muslim Di Pasar Sangkumpal Bonang”. Serta tidak lupa shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani keperibadianya yang senantiasa dinantikan syafaatnya di akhir nanti.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang terbatas dan jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan rasa syukur, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Rektor UIN SYAHADA Padangsidimpuan serta Bapak Prof. Dr. Erwadi, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Ibu Dr. Rukiah, S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Adminiistrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan Ibu Dra. Hj. Replita, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan. Serta Bapak/Ibu Dosen dan juga Staff di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan yang telah memberikan Ilmu Pengetahuan, dorongan dan juga masukan kepada peneliti dalam proses perkuliahan UIN SYAHADA Padangsidimpuan.
4. Ibu Dr. Rosnani Siregar, M. Ag., selaku Pembimbing I dan Bapak M. Yarham, M.H., selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktu dan tempat untuk memberikan pengarahan, masukan dan semangat dalam ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi, M. Hum., selaku Kepala Perpustakaan dan Pegawai Perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu Dosen UIN SYAHADA Padangsidimpuan yang dengan ikhlas memberikan ilmu pengetahuan serta dorongan yang sangat berarti

dan bermanfaat bagi peneliti dalam peroses perkuliahan di UIN SYAHADA Padangsidimpuan.

7. Bapak H. Rahuddin Harahap, S.H, M.H selaku Kepala Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian dan Perdagangan Kota Padangsidimpuan, serta staf dan pegawai lainya yang telah meluangkan waktu, memberikan informasi yang peneliti butuhkan, dan memberikan izin riset bagi peneliti untuk meneliti di Pasar Sangkumpal Bonang Kota Padangsidimpuan.
8. Teristimewa kepada kedua orang tua saya yaitu Bapak Ali Arpan Ritonga dan Ibu Syaripah Harahap yang telah memberikan kasih sayang, nasehat, motivasi, dalam memenuhi kebutuhan peneliti dan dukungan serta doa terbaiknya kepada peneliti selama melalui proses perkuliahan sampai ke tahap penyelesaian skripsi ini. Walaupun beliau tidak sempat duduk di bangku perkuliahan namun mereka bekerja keras demi memberikan kesempatan pendidikan yang lebih baik kepada keempat anaknya dari yang telah mereka lalui sebelumnya, semoga bapak dan ibu bahagia selalu dan sehat selalu serta diberikan umur yang panjang.
9. Kepada Abang saya Habibul Rahman Ritonga dan Kakak saya Desi Harianti Ritonga dan Hafifah Ulfa Ritonga yang telah memberikan motivasi, semangat serta salah satu donatur penulis dalam menjalankan perkuliahan sampai proses penyelesaian skripsi ini.

10. Kepada sahabat penulis di bangku perkuliahan yaitu Ismail Hamzah, dan Iswandi Siregar serta teman seperjuangan khususnya ES-4 angkatan 2021 yang banyak membantu penulis dalam mengerjakan skripsi dan tak pernah henti saling menyemangati.

11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan secara satu persatu yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesaiya skripsi ini.

Dengan memohon rahmat dan Ridho Allah SWT seluruh pihak yang peneliti sebutkan selalu dalam lindungan Allah SWT dan mudah-mudahan segala bantuan yang diberikan kepada penulis menjadi amal baik dan mendapat ganjaran yang setimpal dari Allah SWT.

Peneliti menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan, untuk itu penulis berharap kepada pembaca agar memberikan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kebaikan dan kesempurnaan skripsi ini kedepannya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan mendapat ridho Allah SWT.

Padangsidimpuan, Juni 2025
Penulis

Muhammad Irmansyah Ritonga
NIM. 21 402 00104

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

Fonenm Konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan latin. Dibawah ini daftar dan huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Şa	ş	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Şad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	đ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	ge
ف	Fa	F	ef
ق	Qaf	Q	ki
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	el
م	Mim	M	em
ن	Nun	N	en
و	Wau	W	we
ه	Ha	H	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	Y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
/	Fathah	A	A
— /	Kasrah	I	I
— ۚ	Dammah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
◦ ی	Fathah dan ya	Ai	a dan i
◦ و	Fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, translit erasinya berupa huruf dan tanda.

Tanda dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ی.....	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
ی...// ..	Kasrah dan ya	ī	i dan garis bawah
و.....	Dommah dan wau	ū	u dan garis atas

C. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua:

1. Ta Marbutah hidup yaitu Ta Marbutah yang hidup atau mendapat harkat, fathah, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.
2. Ta Marbutah mati yaitu Ta Marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata akhir katanya Ta Marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka Ta Marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

D. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ج. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

Dinyatakan di depan daftar transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah diletakkan di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara : bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf Capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri, dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kawa sandangnya.

Penggunaan huruf awal untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

I. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu kerensmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber : Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*, Cetakan Kelima, Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama, 2003.

DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN	
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
BERITA ACARA MUNAQASYAH	
LEMBAR PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR.....	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	ix
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah.....	7
D. Batasan Istilah	7
E. Rumusan Masalah	8
F. Tujuan Penelitian.....	8
G. Manfaat Penelitian.....	9
H. Sistematika Pembahasan	10
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	12
1. Etika Bisnis Islam	12
2. Tujuan Etika Bisnis Islam	15
3. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam.....	15
4. Perilaku Pedagang Sembako	18
5. Jenis-Jenis Pedagang	20
6. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pedagang	23
7. Transaksi Jual Beli	23
B. Penelitian Terdahulu	26
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	31
B. Jenis Penelitian.....	31
C. Subjek Penelitian.....	31
D. Sumber Data Penelitian.....	32
E. Teknik Pengumpulan Data	33
F. Teknik Pengecekan dan Keabahan Data	34
G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	35

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	37
1.	Sejarah Pasar Sangkumpal Bonang.....	37
2.	Letak geografis Pasar Sangkumpal Bonang.....	38
B.	Deskripsi Data Penelitian	39
C.	Hasil Penelitian	44
1.	Pemahaman Pedagang Sembako Muslim Tentang Etika Bisnis Islam di Pasar Sangkumpal Bonang.....	44
2.	Penerapan etika bisnis Islam pada perilaku pedagang sembako muslim di Pasar Sangkumpal Bonang	47
D.	Pembahasan Hasil Penelitian	63
1.	Pemahaman Pedagang Sembako Muslim Tentang Etika Bisnis Islam di Pasar Sangkumpal Bonang.....	63
2.	Penerapan etika bisnis Islam pada perilaku pedagang sembako muslim di Pasar Sangkumpal Bonang	64
E.	Keterbatasan Penelitian.....	67

BAB V PENUTUP

A.	Kesimpulan.....	69
B.	Saran.....	70

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel IV.1 Karakteristik Informan.....	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar IV.1 Karakteristik Informan Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Gambar IV.2 Karakteristik Informan Berdasarkan Agama	41
Gambar Iv.3 Karakteristik Informan Berdasarkan Usia	42
Gambar Iv.4 Karakteristik Informan Berdasarkan Pendidikan.....	43

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam telah membuat aturan hukum tentang hubungan antara manusia dengan Allah SWT dan manusia dengan manusia. Hukum yang dibuat itu bersumber dari Al-Quran dan As-Sunnah. Hubungan antara manusia dengan manusia kita dapat melihat dalam kegiatan bisnis. Kegiatan bisnis ini adalah kegiatan yang biasanya dilakukan oleh manusia untuk memenuhi kebutuhan dan juga sarana prasarana dalam menjalankan kehidupan sehari-hari. Islam menekankan dalam berbisnis atau berdagang harus memiliki etika yang baik. Di dalam kegiatan berbisnis Islam etika sangat di utamakan dan salah satu praktek perdagangan yang umum yaitu harus suka sama suka.¹

Pada konteks ekonomi Islam, setiap transaksi jual beli harus mengikuti kaidah-kaidah syariah yang berlaku. Kaidah-kaidah tersebut seperti milarang praktik riba (bunga), maysir (perjudian), gharar (ketidakpastian), dan unsur-unsur lain yang bertentangan dengan prinsip-prinsip moral Islam. Oleh karena itu, dalam konteks jual beli, perspektif ekonomi Islam harus diperhatikan, dengan fokus pada beberapa aspek

¹ M Gladion Diego Hermika Putra & Arsa & Solichah, “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pasar Tradisional Merlung,” dalam *Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah* Volume 1, No. 6 Desember 2023, hlm, 103.

penting, seperti kepatuhan terhadap syariah, pemahaman dan penerapan prinsip-prinsip etika, serta dampak sosial dari transaksi tersebut.²

Etika bisnis Islam merupakan kumpulan dari nilai-nilai yang mengatur tentang apa yang di anggap baik dan buruk, benar dan salah dalam aktivitas bisnis, yang berlandaskan pada prinsip-prinsip moral sesuai dengan ajaran syariah. Selain itu etika bisnis Islam juga mencerminkan pemikiran atau perenungan mengenai aspek moral dalam dunia ekonomi dan bisnis, termasuk pertimbangan terhadap tindakan yang terpuji atau tercela, layak atau tidak, serta benar atau salah dalam perilaku kerja dan kegiatan bisnis seseorang.³

Dunia perdagangan terdapat konsep moral atau etika bisnis yang harus di ikuti oleh pedagang dalam setiap aspek aktivitas bisnis mereka. Meskipun demikian, dilapangan sering kali ditemukan perubahan dalam penerapan etika berbisnis, seperti masih adanya praktik perdagangan yang mengandalkan sistem riba, gharar, penipuan dalam takaran atau timbangan, tadlis, ihtikar dan perbuatan batil lainnya. Hal ini disebabkan oleh kurangnya rasa kebersamaan, tanggung jawab sosial, kejujuran, serta masalah lainnya. Perubahan dalam nilai etika ini menyebabkan terjadinya pelanggaran dalam kegiatan bisnis.⁴

² M Yarham dkk, "Perspektif Ekonomi Syariah Dalam Jual Beli Online Di Kota Barus," *Jurnal Masharif Al-Syariah: dalam Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* Volume 9, No. 1 (2024), hlm. 432.

³ An Ras Try Astuti, *Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)*, (Parepare: Iain Parepare Nusantara press, 2022), hlm. 12.

⁴ Khairil Umuri and Azharsyah Ibrahim, "Analisis Perilaku Pedagang Kaki Lima Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam," *dalam Jurnal Iqtisaduna*, Volume 6, No. 2 Desember 2020, hlm. 187–197.

Pasar Sangkumpal Bonang merupakan pusat perdagangan di Kota Padangsidimpuan, dengan sebagian besar pedagang yang ada di pasar ini beragama Islam. Dalam konteks pasar yang kompetitif, etika bisnis Islam memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan kualitas hubungan antara pedagang konsumen, serta keberlanjutan usaha yang dijalankan. Etika bisnis Islam juga berfungsi untuk mengatur segala aktivitas ekonomi. Adanya permasalahan mengenai takaran timbangan, pelayanan yang kurang ramah, tidak jujur dalam informasi barang, persaingan sesama pedagang serta penetapan harga.

Peneliti akan melakukan penelitian terhadap pedagang sembako muslim yang ada di Pasar Sangkumpal Bonang. Pedagang sembako pada umumnya sering ditemukan di pasar atau sekitaran kota Padangsidimpuan, karena sembako merupakan kebutuhan pokok masyarakat yang harus ada di dapur dan memiliki peran sentral dalam aktivitas ekonomi sehari-hari. Pedagang sembako yang ada di Pasar Sangkumpal Bonang berjumlah sebanyak 79 pedagang, dimana pedagang yang beragama Islam sebanyak 72 orang dan pedagang yang non muslim sebanyak 7 orang.⁵

Berdasarkan hasil observasi awal pedagang sembako di pasar sangkumpal bonang masih melakukan tindakan yang tidak dibenarkan dalam islam seperti pengurangan timbangan, pelayanan yang kurang ramah, tidak memberikan informasi barang secara jelas. Seperti pada hasil wawancara dengan Ibu Nikma selaku pembeli sembako mengatakan:

⁵ Dinas Perdagangan Kota Padangsidimpuan, Senin 2 Juni 2025, Pukul 10:00 WIB.

“Saya pernah dicurangi sekali dua kali tetapi tidak pada toko langganan saya, seperti barang yang saya beli timbanganya kurang, pas saya coba timbang kembali dirumah ternyata kurang dan pada akhirnya saya tidak lagi mau membeli ke tempat toko itu”.⁶

Begitu juga dengan yang di alami ibu Juita mengenai pelayanan yang dilakukan pedagang sembako muslim, beliau mengatakan:

“Menurut saya pelayanan yang dilakukan pedagang masih kurang, apalagi kalau pembelinya ramai, ada pedagang yang melayani seenaknya barang yang saya minta kadang lama sekali diambil padahal ada pembeli yang baru datang langsung dikasih, jadi saya merasa tidak dihargai apa karena barang yang saya beli itu sedikit makanya diperlakukan begitu”.⁷

Etika bisnis Islam, yang didasarkan pada prinsip-prinsip syariat Islam, seperti kejujuran keadilan dan tanggung jawab sosial, seharusnya menjadi pedoman bagi setiap pedagang muslim dalam menjalankan aktivitas jual beli. Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti terhadap pedagang sembako muslim Pasar Sangkumpal Bonang, peneliti melihat :

“Ketika pedagang sedang menimbang gula dan pada saat Pedagang menimbang gula tersebut dan melebihi batas yang ditimbang kemudia pedagang menguranginya akan tetapi pedagang tersebut tidak menimbang ulang gula yang telah dikurangi itu”.⁸

Dalam situasi ini, pedagang mengurangi jumlah barang yang ditimbang akan tetapi tidak menimbang ulang, disitu tidak terlihat jelas apakah hasil dari timbangan itu pas, lebih atau kurang. Jadi seakan akan pedagang pedagang memberi kesan bahwa perbedaan sedikit tidak penting. Disitu terdapat ketidak jelasan mengenai jumlah barang yang

⁶ Nikma, Pembeli Sembako Muslim, Wawancara, Senin 28 April 2025, Pukul 9:10 WIB.

⁷ Juita, Pembeli Sembako Muslim, Wawancara, Senin 28 April 2025, Pukul 9:15 WIB.

⁸ Hasil Observasi Peneliti, Toko Sembako, Kamis, 13 Maret 2025, Pukul 12:10 WIB.

sebenarnya diberikan kepada pembeli, yang berpotensi merugikan atau membingungkan pembeli.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti terhadap pedagang sembako yaitu Ibu Sari mengenai penetapan harga beliau mengatakan:

“Saya menetapkan harga itu sesuai dari harga pasar, dan terkadang saya mengambil keuntungan sedikit dari modal, karena kalau harga yang saya buat itu tinggi pembeli tidak akan mau datang karena ada pedagang lain yang harganya murah”.⁹

Berdasarkan hasil wawancara dengan pedagang yaitu Ibu Sari, beliau menetapkan harga sesuai dengan harga pasar dan mengambil keuntungan tidak terlalu jauh dari modal, pernyataan tersebut tidak ada tindakan yang melanggar dari perilaku etika bisnis Islam.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Aisyah selaku pembeli sembako mengenai kualitas barang yang dijual, beliau mengatakan:

“Iya pernah, seperti membeli cabai merah setiap cabai yang saya beli itu pasti ada cabai yang setengah busuk, pedagang sepertinya mencampur cabai yang tidak bagus dengan yang bagus menurut saya itu tindakan yang tidak baik karena saya merasa dirugikan padahal harga cabai itu seperti harga yang pada umumnya, maunya kalau sudah begitu pedagang memberikan harga yang murah bukan malah sama”.¹⁰

Dengan meningkatnya kesadaran etika bisnis, ajaran agama Islam mengatur setiap aspek kehidupan manusia, termasuk perekonomian dan bisnis. Islam mengajarkan setiap muslim untuk menerapkan syariah dalam bisnis mereka untuk menghasilkan pendapatan yang berkah dan mulia,

⁹ Sari, Pedagang Sembako Muslim, Wawancara, Senin 28 April 2025, Pukul 10:00 WIB.

¹⁰ Aisyah, Pembeli Sembako, Wawancara, Senin 28 April 2025, Pukul 10:10 WIB.

sambil menekankan perilaku manusia yang adil dan stabil. Semua aspek ekonomi harus dimasukkan kedalam etika bisnis Islam.¹¹

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti menyatakan bahwa terkadang masih ada pembeli yang merasa tidak puas dalam berbelanja dikarenakan dari takaran timbangan yang tidak sesuai, pelayanan yang kurang baik, serta barang yang bagus dan tidak bagus dicampur, pembeli merasa dirugikan akibat dari perilaku pedagang yang tidak baik seperti, mereka tidak jujur dalam melakukan transaksi jual beli. Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : “**Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Sembako Muslim Di Pasar Sangkumpal Bonang”.**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, terdapat beberapa masalah dalam penerapan etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang sembako muslim yaitu sebagai berikut :

1. Masih adanya tindakan yang dapat merugikan pembeli seperti tidak bersikap jujur dalam takaran timbangan.
2. Masih ada pedagang yang mencampurkan barang yang tidak bagus dengan yang bagus.
3. Masih ada pedagang yang pelayanannya tidak baik sehingga membuat pembeli tidak nyaman dalam bertransaksi.

¹¹ Zumrotis Sholihah, “Strategi Penerapan Etika Bisnis Islam Untuk Meningkatkan Kelayakan UMKM Halal Di Indonesia,” *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi* 1, no. 1 (2024): 56–69.

4. Kurangnya pemahaman mengenai etika bisnis Islam serta prinsip-prinsip etika bisnis Islam.

C. Batasan Masalah

Penelitian ini agar lebih terarah dan lebih fokus pada permasalahan yang akan dikaji maka perlu adanya batasan masalah. Maka peneliti memberikan batasan masalah hanya membahas bagaimana penerapan dan pemahaman pedagang sembako terhadap etika bisnis Islam serta prinsip-prinsip etika bisnis Islam.

D. Batasan Istilah

Agar dapat terhindar dari kesalahpahaman dalam mengartikan istilah-istilah yang ada dalam penelitian ini, maka dibuatlah batasan-batasan istilah untuk menjelaskan beberapa istilah yaitu :

1. Etika berasal dari kata yunani kuno yaitu *ethos* yang berarti adat kebiasaan. Etika adalah ilmu tentang perbuatan tingkah laku manusia dengan prinsip yang disistematisasi tentang tindakan moral yang benar.¹²
2. Bisnis merupakan aktifitas usaha individu yang terorganisasi untung menciptakan penghasilan (laba) atau menjual barang dan jasa guna untuk mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kehidupan masyarakat.¹³
3. Pedagang adalah orang-orang yang melakukan aktifitas kegiatan perdagangan sehari-hari sebagai mata pencarian dan pekerjaan.

¹² An Ras Try Astuti, *Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)*, hlm. 15.

¹³ Muhammad Toriq Nurmadiansyah, “*Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Praktek*” (Yogyakarta: Cakrawala Pustaka 2021), hlm. 5.

Pedagang merupakan orang yang menjual belikan produk kepada pembeli baik secara langsung atau tidak.¹⁴ Pedagang yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pedagang sembako muslim di Pasar Sangkumpal Bonang

4. Pasar adalah tempat dimana bertemuanya antara penjual dan pembeli untuk setiap jenis barang dan jasa sehingga dapat menetapkan harga keseimbangan dan jumlah yang diperdagangkan.¹⁵ Pasar yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Pasar Sangkumpal Bonang Kota Padangsidimpuan.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti uraikan di atas maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pemahaman pedagang sembako muslim tentang etika bisnis Islam di Pasar Sangkumpal Bonang ?
2. Bagaimana penerapan etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang sembako muslim di Pasar Sangkumpal Bonang?

F. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui bagaimana pemahaman pedagang sembako muslim tentang etika bisnis Islam di Pasar Sangkumpal Bonang.

¹⁴ Nur Azizah et al., “Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang Muslim Bugis Di Pasar Kading Kecamatan Barebbo Penelitian,” *Ekonomika* 8, no. 2 (2025): 305–313.

¹⁵ Ibid. hlm. 308.

2. Untuk mengetahui bagaimana penerapan etika bisnis Islam pada perilaku pedagang sembako muslim di Pasar Sangkumpal Bonang.

G. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan melalui sumbangsih pemikiran dan kontribusi penting dalam memahami bagaimana analisis penerapan etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang sembako muslim di Pasar Sangkumpal Bonang.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat menjadi sebagai penambah ilmu dan wawasan peneliti tentang analisis penerapan etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang sembako muslim di Pasar Sangkumpal Bonang.

- b. Bagi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidiimpuan

Penelitian ini dapat menjadi sumber informasi yang berguna bagi akademisi dan peneliti yang tertarik untuk mendalami bagaimana analisis pengaruh etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang sembako muslim di Pasar Sangkumpal Bonang.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi masyarakat sebagai sumber ilmu pengetahuan terkait etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang sembako muslim di Pasar Sangkumpal Bonang.

d. Bagi Pedagang Sembako Muslim di Pasar Sangkumpal Bonang

Penelitian ini dapat memberikan panduan praktis kepada Pedagang sembako muslim di Pasar Sangkumpal Bonang, dan pemangku kepentingan lainnya tentang memperhatikan nilai-nilai etika bisnis Islam dan menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam melakukan transaksi jual beli di Pasar Sangkumpal Bonang.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pembaca dalam memahami dan menelah penelitian ini, maka peneliti membuat sistematika pembahasan yang terdiri dari lima bab, yaitu sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan, Latar belakang masalah, Identifikasi masalah, Batasan masalah, Batasan istilah, Rumusan masalah, Tujuan penelitian, Manfaat penelitian.

Bab II : Kajian teori, Dalam bab kedua ini menjelaskan tentang teori-teori yang mendukung penelitian.

Bab III : Metode penelitian, Waktu dan lokasi penelitian, Jenis penelitian, Subjek penelitian, Sumber data, Teknik pengumpulan data, Teknik pengecekan dan keabsahan data, Teknik pengolahan dan analisis data.

Bab IV : Hasil penelitian yang terdiri dari, Gambaran umum lokasi penelitian, Karakteristik informan, Hasil penelitian, Pembahasan hasil penelitian dan Keterbatasan penelitian.

Bab V : Penutup yang terdiri atas Kesimpulan dan Saran.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Etika Bisnis Islam

a. Pengertian Etika

Secara umum, istilah etika (*ethics*) dapat diartikan sebagai gambaran dari perilaku individu dalam suatu kelompok sosial tertentu. Etika berfokus pada penilaian terhadap suatu tindakan, apakah dianggap baik atau buruk, benar atau salah, berdasarkan standar rasionalitas dan pola pikir yang berlaku di masyarakat setempat.¹⁶

Menurut Wahyu dan Ostaria etika adalah bidang utama dalam filsafat yang mempelajari nilai-nilai dan kebiasaan. Istilah Yunani kuno, “*ethikos*,” memiliki arti “berasal dari kebiasaan” yang berkaitan dengan kualitas. Dalam etika, kita membahas istilah “benar” dan “salah,” serta “baik” dan “buruk”. Kajian yang mengupas hak dan tanggung jawab moral, bersama dengan yang dianggap baik dan jahat disebut etika.¹⁷

¹⁶ Siti Maro’ah, *Etika Dalam Bisnis Berbasis Syariah*, (Surabaya: Academia.Edu 2019), hlm. 1.

¹⁷ Ainun Pratiwi Harahap and M. Yarham, “Etika Dan Bisnis Sebagai Strategi Bisnis Jangka Panjang Pada Era Global,” *Journal Economic Excellence Ibnu Sina* 1, no. 3 (2023): 207–217.

b. Pengertian Bisnis

Bisnis adalah suatu kelompok yang memperjual belikan barang dan jasa kepada konsumen atau pengusaha lainnya, dengan tujuan memperoleh keuntungan. Secara historis bisnis berasal dari bahasa inggris *businees*, dari kata *busy* yang bermakna sibuk dalam hal kelompok atau komunitas dan juga masyarakat. Belarti dalam artian sibuk dalam melakukan atau bekerja yang mendapatkan keuntungan.¹⁸

c. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis adalah pengaplikasian etika terhadap perilaku bisnis. Etika bisnis berfungsi sebagai panduan terhadap pelaku bisnis seperti, saham, manajer, dan pengusaha untuk melakukan bisnis secara etis terhadap suatu kelompok perusahaan. Contoh etika bisnis yaitu tidak menghianati amanah yang telah dipercayakan terdapat dalam Al-Qur'an surat Al anfal ayat 27.¹⁹

يَأَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُوْفُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَخُوْفُوا أَمْتِنَكُمْ وَآتُّمُ تَعْلَمُونَ ﴿٢٧﴾

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu menghianati Allah dan Rasul serta janganlah kamu menghianati amanat yang dipercayakan kepadamu, sedangkan kamu mengetahui”.²⁰

¹⁸ Sigit Indrawijaya and Dahmiri , *Pengantar Bisnis Penulis*, (Jambi: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi, 2017), hlm. 1.

¹⁹ Nanda ikhwanuddin. Dkk, “Buku Etika Bisnis Profesi,” *Repository.Ubharajaya.Ac.Id* (Bandung: Widina Bahakti Persada Bandung, 2022). hlm 19.

²⁰ Surah Al-Anfal Ayat 27: Arab, Latin, Terjemah dan Tafsir Lengkap, <https://quran.nu.or.id/al-anfal/27> (diakses, 13 Maret 2025, Pukul 20.23 WIB).

Etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip Islam juga dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis, yaitu refleksi tentang perbuatan baik, buruk, tercela, benar, alah, wajar, pantas, tidak pantas, dari perilaku seseorang dalam berbisnis atau bekerja, jadi dapat dipahami bahwa etika bisnis Islam merupakan seperangkat prinsip atau norma yang di terapkan oleh para pelaku bisnis dalam bertransaksi, berperilaku dan berelasi guna mencapai tujuan bisnisnya dengan selamat.²¹

Menurut Shepia, Zaenal Abidin dan Sri Kardasi dalam bukunya, Etika bisnis Islam terdiri dari sejumlah panduan moral dan nilai-nilai yang diambil dari ajaran Islam. Prinsip-prinsip ini mengarahkan cara bertindak dan menjalankan bisnis agar bisa mencapai keadilan, kejujuran dan kesejahteraan untuk semua orang yang terlibat.²²

2. Dasar Huku Etika Bisnis Islam

Sudah jelas dasar huku etika bisnis Islam bersumber dari Al-Qur'an dan sunnah nabi. Disetiap konsep atau pemikiran yang berhubungan dengan permasalahan etika bisnis Islam harus bersandarkan pada dinding-dinding kedua sumber pokok tersebut dan

²¹ An Ras Try Astuti, "Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)", hlm. 1.

²² Shepia, *Pasar Islami Pemnerapan Etika Bisnis Islam Bagi Pedagang Sembako*, (Jambi: Zabags Qu Publish, 2024), hlm. 1.

kedua ranting sumber pokok itu.²³ Seperti pada Surah Al-Baqarah Ayat 276:

يَمْحُقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُرْبِي الصَّدَقَاتِ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كُفَّارٍ أَثِيمٍ ﴿٢٧٦﴾

“Allah menghilangkan keberkahan dari riba dan menyuburkan sedekah Allah tidak menyukai setiap orang yang sangat kufur lagi bergelimang dosa”

Seperti hadis Nabi:

مَنْ صَدَقَ فِي بَيْعِهِ وَشَرَائِهِ فَهُوَ فِي عِدَادِ الشُّهَدَاءِ يَوْمَ الْقِيَامَةِ

“Pedagang yang jujur dan amanah akan dibangkitkan bersama para nabi, orang-orang yang benar, dan para syuhada”

3. Tujuan Etika Bisnis Islam

Adapun terdapat empat tujuan etika bisnis islam antara lain sebagai berikut :

- Membangun kode etik bisnis yang sesuai dengan prinsip Islam, yaitu dapat mengatur, mengembangkan, dan melindungi produk yang telah dibuat atau usaha yang sedang dijalankan, serta dapat berfungsi sebagai pendekatan dalam merancang bisnis atau usaha.
- Etika bisnis bisa berfungsi sebagai landasan hukum pada menetapkan pertanggungjawaban khususnya bagi diri sendiri maupun orang lain.
- Etika bisnis juga dapat berfungsi sebagai dokumen hukum dalam menyelesaikan permasalahan yang timbul dalam dunia bisnis.

²³ M Toriq Nurmadiansyah, Etika Bisnis Islam Konsep dan Praktek, (Depok : Cakrawala Media Pustaka 2021), hlm. 27.

- d. Etika bisnis dapat berguna dan memberikan kontribusi dalam memecahkan permasalahan pelaku bisnis terhadap masyarakat sekitar.²⁴

4. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

Etika Bisnis Islam sangat Mengedepankan nilai-nilai Al- Qur'an dan Hadist. Oleh karena itu, beberapa nilai dasar di dalam etika bisnis Islam ini yang memiliki prinsip yang berasal dari ajaran agama Islam, diantaranya sebagai berikut :

- a. Prinsip Tauhid

Tauhid menjelaskan dasar utama etika dalam Islam terdapat pada keyakinan sepenuhnya terhadap kebebasan mutlak Allah. Tauhid merupakan aspek vertikal dalam ajaran Islam. Dalam penerapannya, islam mengabungkan berbagai aktifitas manusia seperti politik, ekonomi, sosial dan agama serta menekankan pentingnya keteraturan dan konsistensi. Hubungan vertikal ini menggambarkan bentuk kepasrahan kepada Allah, dimana pencapaian, mimpi dan tindakan sepenuhnya diarahkan untuk menaati kehendaknya.²⁵

- b. Prinsip Keseimbangan

Prinsip keseimbangan atau adil menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam yang berhubungan dengan semua harmoni pada alam semesta. Maka dari itu keseimbangan, kebersamaan,

²⁴ Adek Safitri Nasution and M. Yarham, "Peran Penting Etika Bisnis Islam Terhadap Pendapatan Dan Pengembangan Umkm," *Welfare* 2, no. 1 (2023): 47–48.

²⁵ An Ras Try Astuti, *Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)*, hlm. 22.

kemoderatan adalah prinsip etis mendasar yang wajib diaplikasikan dalam aktivitas dan entitas bisnis.²⁶

c. Prinsip Kehendak Bebas

Dalam perspektif Islam, manusia dianggap sebagai makhluk yang diberikan kebebasan berkehendak, meskipun pada kenyataanya hanya tuhan yang memiliki kebebasan mutlak. Namun, dalam kerangka ciptaanya, manusia diberikan kebebasan relatif. Manusia diberi kebebasan untuk bertindak sesuai keinginan, bahkan memiliki kebebasan untuk memilih beriman atau tidak. Karena kebebasan tersebut, manusia juga harus mempertanggung jawabkanya setiap keputusan yang dibuatnya.²⁷

Berdasarkan prinsip kehendak bebas dalam konteks bisnis, manusia memiliki kebebasan untuk membuat suatu kesepakatan, baik untuk memenuhi ataupun melanggar janji tersebut. Seorang muslim yang menyakini kehendak Allah akan menghargai dan menepati setiap janji yang telah dibuatnya.

d. Prinsip Tanggung Jawab

Kebebasan yang tidak ada batasnya merupakan hal yang tidak mungkin, dikarenakan tidak menuntut tanggung jawab. Supaya memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, setiap manusia wajib mempertanggung jawabkan apa yang diperbuatnya.

²⁶ Ibid. hlm. 20.

²⁷ Muhammad Toriq Nurmadiansyah, *Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Praktek*, hlm. 38.

e. Prinsip Ihsan

Segala keputusan dan tindakan harus memberikan keuntungan bagi manusia baik di dunia maupun di akhirat. Selain tindakan yang tidak mendapatkan keuntungan seharusnya tidak dilakukan. Dalam konteks bisnis, ihsan merupakan perbuatan untuk melakukan kebaikan hati dan meletakkan bisnis pada tunjuan berbuat kebaikan.²⁸

Nilai-nilai dalam islam adalah cara dan usaha untuk memahami apa yang baik dan buruk terkait dengan semua belah pihak yang terlibat. Berbisnis belarti berusaha mendapatkan keuntungan yang sejalan dengan ajaran agama Islam. Dalam nilai-nilai bisnis Islam, terdapat prinsip-prinsip yang berlandaskan pada Al-Quran dan Hadis, sehingga dapat dinilai melalui beberapa aspek dasar yang mencakup :

- a. Membawa keberkahan
- b. Berdagang adalah cara beribadah kepada Allah tanpa melanggar hukum syariah
- c. Persaudaraan dalam Islam
- d. Jujur dalam ukuran dan timbangan, serta menawarkan barang yang halal dan jelas.
- e. Menyediakan barang yang berkualitas baik
- f. Tidak menyembunyikan kekurangan dari barang yang dijual

²⁸ An Ras Try Astuti, *Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)*, hlm. 20-21.

- g. Tidak bersaing secara tidak sehat dengan pedagang lain
- h. Menghindari praktik riba
- i. Memberikan zakat setelah mencapai batas tertentu dan waktu yang ditentukan²⁹

5. Perilaku Pedagang

a. Pengertian Perilaku

Perilaku adalah respons atau reaksi yang dilakukan oleh individu, yang dapat terlihat dalam bentuk gerakan tubuh, ekspresi wajah, atau perubahan raut muka juga termasuk sebagai perilaku. Dengan kata lain perilaku mencakup segala tindakan yang dilakukan oleh tubuh.³⁰

Perilaku dari perspektif biologis, dapat diartikan sebagai aktivitas atau tindakan yang dilakukan oleh organisme tersebut. Perilaku manusia merupakan suatu bentuk aktivitas yang dilakukan oleh individu itu sendiri. Oleh karena itu, perilaku pedagang merujuk pada segala tindakan yang dilakukan oleh pedagang dalam menjalankan aktivitas perdagangan. Pada dasarnya, perilaku mencerminkan akhlak (etika) seseorang. Jika seseorang mematuhi prinsip-prinsip etika, maka ia cenderung akan menunjukkan

²⁹ Rifqi Imamil Azam, "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jasa Irigasi Persawahan Di Desa Plancungan Kecamatan Slahung," *Skripsi*, (Ponorogo: IAIN Ponorogo 2024), hlm. 31-48.

³⁰ Putri Natasya, "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Buah-Buahan Di Pasar Tradisional," *Skripsi*, (Aceh: UIN AR-Raniry Banda Aceh 2016), hlm. 1-23.

prilaku yang baik dalam setiap aktivitas atau tindakanya, termasuk dalam kegiatan bisnis.³¹

Dalam penelitian ini, yang dimaksud dengan perilaku adalah segala bentuk tindakan yang dilakukan oleh pedagang sembako muslim di Pasar Sangkumpal Bonang selama menjalankan aktivitas perdagangan.

b. Pengertian Pedagang

Pedagang adalah individu yang terlibat dalam melakukan jual beli barang yang menawarkan barang yang bukan merupakan hasil dari produksinya sendiri dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Atau dengan kata lain, pedagang adalah orang-orang yang menjalankan usaha dagang sebagai pekerjaannya sehari-hari, dimana kegiatan pekerjaanya pada umumnya adalah membeli barang dan dijual kembali.³²

Defenisi pedagang menurut pasal 1 angka 2 UU No 29 Tahun 1948 mengenai pemberantasan penimbunan barang penting, mengatakan bahwa pedagang adalah individu yang mendapatkan dan menyimpan barang dengan tujuan untuk dijual kembali kepada

³¹ Muhammad Rizal, "Perilaku Pedagang Muslim Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam," *Skripsi*, (Aceh: UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2019), hlm. 14-15.

³² Zahira Aryani, dkk, "Perilaku Pedagang Dalam Transaksi Jual Beli Sembako Di Pasar Pagutan Kota Mataram Ditinjau Dari Ekonomi Islam," dalam *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Volume 3, No. 2 Desember 2024, hlm. 114–138.

orang atau badan lain baik yang masih asli maupun yang belum diolah menjadi barang lain.³³

Pedagang adalah individu atau badan usaha yang terlibat dalam kegiatan jual beli barang atau jasa dengan tujuan untuk memperbolehkan keuntungan. Dalam konteks ini, pedagang bertindak sebagai perantara yang memindahkan barang dari produsen ke konsumen, baik itu dalam skala kecil (eceran) maupun besar (Grosir). Pedagang bisa berupa perorangan, kelompok, atau badan usaha yang menjangkan kegiatan perdagangan secara terus-menerus.

6. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pedagang

Ada beberapa yang dapat mempengaruhi perilaku pedagang yaitu : Takaran timbangan, Kualitas barang, Keramahan, Penepatan janji, Pelayanan, Empati pada pelanggan, bersaing sesama pedagang.

a. Takaran Timbangan

Takaran adalah ukuran yang tetap dan konsisten yang digunakan untuk suatu tugas, dan tidak boleh ditambah atau dikurangi. Menjaga kesempurnaan takaran atau timbangan adalah kewajiban yang harus dipatuhi oleh setiap orang.³⁴ Seperti dalam firman Allah SWT QS. Ar-Rahman Ayat 9.

وَأَقِمُوا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ ﴿٩﴾

³³ Pemerintah Republik Indonesia, “Undang-Undang Nomor 29 Tahun 1948 Tentang Pemberantasan Penimbunan Barang Penting” (1948), hlm. 1–8.

³⁴ Ahmad Munir Hamid, “Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Sudut Pandang Ekonomi Islam,” dalam *Jurnal Ekonomi Syariah*, Volume 5, No. 2 Juli 2022, hlm. 51–68.

"Dan tegakkanlah timbangan itu dengan adil dan janganlah kamu mengurangi timbangan itu"³⁵

b. Kualitas Barang

Kualitas barang atau produk merujuk pada tingkat keunggulan atau kondisi suatu produk. Kualitas produk terdiri dari berbagai atribut atau karakteristik yang ada pada produk tersebut dan digunakan untuk memenuhi harapan konsumen. Kualitas produk adalah aspek yang sangat penting yang harus dijaga oleh setiap pedagang, terutama jika mereka ingin barang yang dipasarkan dapat bersaing di pasar dan memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen.³⁶

c. Keramahan

Secara bahasa, ramah berarti memiliki tutur kata yang manis dan sikap yang menyenangkan. Dalam pengertian lain, ramah diartikan sebagai memiliki sikap yang baik hati dan menarik dalam berkomunikasi, serta mudah bergaul dan menyenangkan dalam interaksi sosial, baik melalui ucapan maupun tindakan di hadapan orang lain.

d. Penetapan Janji

Seseorang akan mendapatkan kepercayaan jika perkataannya selalu jujur dan dapat dipercaya. Begitu pula, seorang pembeli akan mempercayai pedagang jika pedagang

³⁵ Surat Ar-Rahman Ayat 9: Arab, Latin, Terjemah dan Tafsir Lengkap, <https://quran.nu.or.id/ar-rahman/9> (Diakses Pada 28 Juni 2025, Pukul 11:59 WIB).

³⁶ Ibid, hlm 58.

tersebut dapat mewujudkan apa yang telah dia katakan, salah satunya dengan menepati janji yang telah dibuat.³⁷

e. Pelayanan

Melayani pembeli dengan baik adalah kewajiban agar pelanggan merasa puas, seorang penjual harus mampu mendengarkan perasaan pembeli. Biarkan pembeli berbicara dan mendengarkan dengan penuh perhatian tanpa mengganggu atau memotong pembicaranya.³⁸

f. Empati Pada Pelanggan

Empati yang ditunjukkan oleh pedagang kepada pelanggan dapat terwujud melalui komunikasi yang baik antara karyawan dan pelanggan untuk memahami keinginan serta kebutuhan pelanggan.³⁹

7. Sembako

a. Pengertian Sembako

Sembako merupakan singkatan dari sembilan bahan pokok yang mencakup berbagai jenis makanan dan minuman yang lazim dibutuhkan oleh masyarakat.⁴⁰ Sembako adalah kebutuhan yang wajib ada dan diperjual belikan di pasar dengan tujuan melengkapi

³⁷ Ibid, hlm 58.

³⁸ Dheka Hesty Arline, “Analisis Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pasar Cinangsi Gandrungmangu),” *skripsi IAIN Purwokerto* 4 (2020).hlm. 23.

³⁹ Moh Ajie Wahyu Setiawan and Ni Wayan Sukmawati Puspitadewi, “Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Pelanggan Paa Nasabah PT ‘X’ Cabang Pamolokan Sumenep,” *Unesa Journal Repository*, no. 14 (2022). hlm. 96–107.

⁴⁰ Asep Toyib Hidayat, Dwi Puspita Sari, and Pebrinda Andriani, “Forecasting Penjualan Produk Sembako Menggunakan Metode Triple Exponential Smoothing,” *Resolusi: Rekayasa Teknik Informatika dan Informasi* 4, no. 4 (2024). hlm. 436–445.

kebutuhan sehari-hari. Sembako menurut Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No 7 Tahun 2020 tentang harga acuan pembelian di tingkat petani dan harga acuan penjualan di tingkat konsumen bahwa sembako merupakan bahan pokok seperti, Beras, Gula Pasir, Minyak Goreng dan Mentega, Daging Ayam, Daging Sapi, Telur Ayam, Susu, Jagung, Gas, dan Minyak Tanah serta Garam Beryodium.⁴¹

8. Transaksi Jual Beli

a. Pengertian Jual Beli

Jual beli adalah tukar menukar harta dengan harta dengan berbagai cara tertentu yang bertujuan untuk memindahkan kepemilikan.⁴²

Jual beli menurut Siti Choiriyah dalam bukunya adalah suatu akad tukar menukar barang atau benda yang memiliki nilai secara suka rela antara kedua belah pihak, yang satu menerima barang dan pihak lainnya menerima sesuai dengan perjanjian yang disepakati dan dibenarkan Syara.⁴³

b. Syarat dan Rukun Jual Beli

1. Pelaku transaksi, yaitu penjual dan pembeli.
2. Objek transaksi, yaitu harga dan barang.

⁴¹ Kementerian Hukum et al., “Berita Negara,” no. 7 (2020). hlm. 1–7.

⁴² Darwis Harahap, Dkk, *Fiqih Muamalah*, ed. Tim Kreatif Merdeka Kreasi, 2nd ed. (Medan: Anggota IKAPI, 2021). hlm. 33.

⁴³ Siti Choiriyah, “Muamalah Jual Beli Dan Selain Jual Beli,”(Surakarta : CDAC STAIN Surakarta 2009): hlm. 18.

3. Akad (transaksi), yaitu segala tindakan yang dilakukan kedua belah pihak yang menunjukkan mereka sedang melakukan transaksi baik tindakan itu berbentuk kata-kata maupun perbuatan.⁴⁴
- c. Dasar hukum jual beli

Berdagang atau jual beli adalah salah satu cara yang baik dalam mencari rezeki. Secara hukum, jual beli pada dasarnya diperbolehkan dalam Islam. Artinya, seorang muslim boleh mencari penghasilan melalui aktivitas jual beli maupun usaha lainnya. Namun, seseorang apabila memilih jalan jual beli, maka ia wajib melaksanakanya dengan cara yang halal sesuai dengan ajaran agama Islam. Praktik jual beli yang mengandung unsur penipuan, kecurangan, riba, dan semacamnya dilarang keras.⁴⁵ Seperti dalam firman Allah SWT QS. Al-Baqarah Ayat 275.

وَأَحَلَ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَمَ الرِّبُو

“Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”

Mengenai ini Rasulullah SAW bersabda :

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، قَالَ: نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْحُصَاءِ، وَعَنْ بَيْعِ الْغَرِيرِ

“Dari Abu Hurairah r.a, ia berkata; Nabi SAW. Melarang jual beli yang mengandung gharar (Penipuan, samar-samar) (HR. Muslim)”.

⁴⁴ Darwis Harahap, Dkk, *Fiqih Muamalah*, hlm. 37

⁴⁵ Choiriyah, “Muamalah Jual Beli Dan Selain Jual Beli.” hlm. 18.

B. Penelitian Terdahulu

Dalam penyusunan peroposal ini, sebelum melakukan penelitian lebih lanjut, langkah pertama yang di ambil adalah meninjau penelitian-penelitian sebelumnya. Tujuan dari tinjauan ini adalah untuk memastikan bahwa topik yang sedang diteliti saat ini berbeda dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Muhammad Rizal (Skripsi, Universitas Islam Negeri AR-Rainiry Banda Aceh, 2019)	Perilaku Pedagang Muslim Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Emas di Pasar Aceh)	Pedagang muslim di Pasar Aceh sudah menerapkan nilai-nilai syariah dengan baik, tetapi sebagian masih ada yang belum menerapkan syariah seperti pelayanan yang baik, itu disebabkan karena kurangnya pengetahuan tentang Etika Bisni Islam. nilai-nilai syariah berpengaruh terhadap strategi perdagangan emas di Pasar Aceh. ⁴⁶
2	Muansar Rusman (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2019)	Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang (Studi Kasus Pasar Tradisional Andi Tadda Kota Palopo)	Semakin meningkatnya nilai-nilai etika bisnis Islam yang akan diberikan maka akan berdampak kepada nilai-nilai perilaku pedagang, dan dari hasil uji t yang telah dilakukan Muansar Rusman bahwa etika bisnis Islam secara keseluruhan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pedagang

⁴⁶ Rizal, "Perilaku Pedagang Muslim Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Emas Di Pasar Aceh)." hlm. 72.

			di Pasar Andi Tadda Kota Palopo. ⁴⁷
3	Agus Tarmo K (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2020)	Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang diPasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo.	Para Pedagang Pasar Tradisional di Sumoroto Kauman Ponorogo sudah memahami etika bisnis Islam serta dengan prinsip- prinsip etika bisnis Islam. Para pedagang juga sudah menerapkan etika bisnis islam dengan baik serta dengan prinsip-prinsipnya seperti, prinsip tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan ihsan. ⁴⁸
4	Aprilia Tri Wulandari (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, (2021)	Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Sembako di Pasar Dolopo Madiun	Pedagang Sembako yang berada di Pasar Dolopo Madiun sudah memahami Etika Bisnis Islam, akan tetapi masih banyak diantara pedagang sembako yang masih belum memahami prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam seperti sifat jujur dan adil. ⁴⁹
5	Putri Natasya (Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2021)	Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Buah- buahan di Pasar Tradisional, Pasar induk Lambaro, Kabupaten Aceh Besar.	Perilaku pedagang buah- buahan di Pasar Induk Lambaro sudah menerapkan etika bisnis Islam, akan tetapi beberapa para pedagang buah-buahan sebagian kecil masih belum menerapkan etika bisnis Islam. Dimana pedagang tersebut masih mementingkan keuntungan tanpa memperhatikan

⁴⁷ Muansar Rusman, “Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang (Studi Kasus Pasar Tradisional Andi Tadda Kota Palopo),” *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2020).

⁴⁸ Agus Tarmo K, “Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo” (Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2020), hlm. 103.

⁴⁹ Wulandari, “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Sembako Di Pasar Dolopo Madiun”, hlm. 87.

			kepuasan konsumen. Penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang dilakukan pedagang buah-buahan itu masih belum sepenuhnya menerapkannya seperti pada prinsip kejujuran, tauhid, tanggung jawab, dan kehendak bebas. ⁵⁰
6	Munika Hayati, Muh. Arief Budiman, & Yulida Mardini (Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 5., No. 1 Januari-Juli 2024)	Praktek Jual Beli Pedagang Sembako Di Pasar Tradisional Astambul Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.	Praktek jual beli pedagang sembako di Pasar Tradisional Astambul belum sepenuhnya menerapkan etika bisnis Islam dan beberapa pedagang sembako belum mengetahui apa yang dimaksud dengan etika bisnis Islam. Prinsip-prinsip etika bisnis Islam juga belum sepenuhnya terlaksana. ⁵¹
7	Anggi Nur Iftitah & Novie Andriani Zakariya (Jurnal <i>Of Islamic Management</i> , Vol. 5., No. 1 Januari 2025)	Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli.	Pedagang di Pasar Manukan dengan konsisten mengaplikasikan prinsip-prinsip etika Islam, seperti kejujuran, transparansi kualitas barang serta memberikan pelayanan yang baik terhadap pembeli. ⁵²

1. Persamaan penelitian Muhammad Rizal dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas perilaku pedagang muslim dan perbedaan pada penelitian ini adalah penelitian Muhammad Rizal membahas

⁵⁰ Natasya, "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Buah-Buah Di Pasar Tradisional" , Skripsi, (Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2021), hlm. 71.

⁵¹ Muh Arief Budiman and Yulida Mardini Munika Hayati, "Praktek Jual Beli Pedagang Sembako Di Pasar Tradisional Astambul Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam 123," *Dalam Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Volume 5, No. 1 Januari-Juli 2024, hlm. 78.

⁵² Anggi Nur Iftitah and Novie Andriani Zakariya, "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli," *dalam Journal Of Islamic Management*, Volume 5, No. 1 Januari 2025, hlm. 116.

bagaimana perilaku pedagang muslim menurut perspektif etika bisnis Islam. Sedangkan pada penelitian ini membahas bagaimana penerapan etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang sembako muslim di Pasar Sangkumpal Bonang.

2. Persamaan penelitian Muansar Rusman dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas penerapan etika bisnis islam terhadap perilaku pedagang muslim dan Perbedaan penelitian Muansar Rusman pada penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan Muansar Rusman membahas penerapan etika bisnis Islam kepada semua jenis pedagang muslim, sedangkan pada penelitian ini adalah hanya membahas bagaimanaa penerapan etika bisnis Islam pada perilaku pedagang sembako muslim di Pasar Sangkumpal Bonang.
3. Persamaan penelitian Agus Tarmo K dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas penerapan atau implementasi etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang muslim dan perbedaan penelitian Agus Tarmo K dengan penelitian ini adalah penelitian Agus Tarmo K penerapan etika bisnis Islam fokus pada semua pedagang dengan usaha yang berbeda-beda sedangkan penerapan etika bisnis Islam pada penelitian ini hanya fokus kepada pedagang sembako saja.
4. Persamaan penelitian Aprilia Tri Wulandari dengan penelitian ini adalah sama-sama mebahas bagaimana penerapan etika bisnis Islam terhadap pedagang sembako dan perbedaanya adalah bahwa lokasi penelitian Aprilia Tri Wulandari di Pasar Dolopo Madiun sedangkan

lokasi penelitian ini adalah di Pasar Sangkumpal Bonang Kota Padangsidimpuan.

5. Persamaan penelitian Putri Natasya dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas bagaimana penerapan etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang dan perbedaan penelitian Putri Natasya dengan penelitian ini adalah bahwa penelitian yang dilakukan Putri Natasya hanya berfokus pada perilaku pedagang buah-buahan, sedangkan pada penelitian ini berfokus pada pedagang sembako muslim yang ada di Pasar Sangkumpal Bonang.
6. Persamaan penelitian Munika dengan penelitian ini adalah sama-sama mengkaji etika bisnis Islam dan perbedaan pada penelitian Munika dengan Penelitian ini adalah lokasi penelitian yang dilakukan dimana lokasi penelitian Munika dilaksanakan di Pasar Tradisional Astambul sedangkan penelitian ini dilaksanakan di Pasar Sangkumpal Bonang Kota Padangsidimpuan.
7. Persamaan penelitian Anggi Nur Iftitah & Novie Andriani Zakariya dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas penerapan etika bisnis Islam dan perbedaan penelitian Anggi Nur Iftitah & Novie Andriani Zakariya dengan penelitian ini adalah penerapan etika bisnis islam pada penelitian Anggi & Novie tertuju pada transaksi jual beli saja sedangkan penelitian ini Penerapanya tertuju pada segala aktivitas perdagangan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi pada penelitian ini dilaksanakan di Pasar Sangkumpal Bonang Kota Padangsidimpuan dan penelitian ini dilaksanakan mulai dari bulan November 2024 sampai Juni 2025.

B. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, pendekatan kualitatif adalah metode yang melihat dan mengungkapkan suatu kejadian yang menemukan makna atau pemahaman yang mendalam mengenai masalah yang dihadapi, baik berupa gambar, kata dan kejadian.⁵³

C. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah hal yang secara mendalam berhubungan dengan masalah yang akan diteliti, serta berfungsi sebagai sumber dimana informasi dapat diperoleh dalam konteks penelitian. Oleh karena itu, subjek penelitian menjadi pusat utama dalam proses pengumpulan data penelitian.⁵⁴ Subjek penelitian pada penelitian ini adalah 7 Pedagang Sembako muslim dan 3 pembeli sembako di Pasar Sangkumpal Bonang.

Pengambilan informan dalam penelitian ini apabila telah sampai ke arah titik jenuh/sama, dimana hal ini sesuai dengan pendapat Amtai alaslan

⁵³ A Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, 4th ed. (Jakarta: Kencana, 2017). hlm. 43

⁵⁴ Mochamad Nashrullah et al., *Metodologi Penelitian Pendidikan (Prosedur Penelitian, Subjek Penelitian, Dan Pengembangan Teknik Pengumpulan Data)* (Jawa Timur: Umsida Press, 2023). hlm. 19.

pada bukunya, bahwa pengambilan sampel/informan akan berakhir apabila sudah ada terjadi pengulangan informasi (tingkat kejemuhan), jika tidak ada lagi informasi baru yang ditemukan pada permasalahan yang diteliti maka penarikan sampelpun berakhir.⁵⁵

D. Sumber Data Penelitian

Sumber data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu :

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang dikumpulkan peneliti langsung dari sumbernya dengan mengamati dan mencatat dan hasilnya akan digunakan untuk memecahkan persoalan yang akan dicari jawabanya.⁵⁶ Data primer pada penelitian ini adalah pedagang sembako muslim dan pembeli di Pasar Sangkumpal Bonang Kota Padangsidimpuan.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan dari orang lain atau lembaga tertentu yang diambil langsung dari sumbernya dan diolah menjadi bentuk-bentuk seperti tabel, grafik, gambar dan lainnya.⁵⁷ Data Sekunder diperoleh dari literatur yang relevan, seperti buku, artikel, jurnal, dan laporan penelitian terdahulu yang berkaitan

⁵⁵ Amtai Alaslan, *Metode Penelitian Kualitatif*, ed. Shara Nurachma, PT RajaGrafindo Persada, 1st ed., vol. 11 (Depok: PT RajaGrafindo Persada, Depok, 2019). hlm. 66.

⁵⁶ Anak Agung Putu Agung and Anik Yuesti, *Metode Penelitian Bisnis-Kuantitatif-Dan-Kualitatif* (Bandung: CV. Noah Aletheia, 2019). hlm. 63.

⁵⁷ Ibid, hlm . 63.

dengan penerapan etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang sembako muslim.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang buat peneliti untuk memperoleh data melalui penelitian lapangan ini sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi adalah salah satu metode yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dalam penelitian melalui pengamatan dan pengindraan. Kemudian peneliti menyusun laporan berdasarkan apa yang peneliti lihat, dengar dan rasakan selama proses pengamatan. Pengamatan dilakukan untuk memperoleh pandangan yang lebih jelas dan detail tentang suatu peristiwa atau kejadian.⁵⁸

2. Wawancara

Menurut W.Gulo wawancara adalah interaksi langsung antara peneliti dan informan. Proses komunikasi berlangsung melalui sesi tanya jawab dalam interaksi langsung, sehingga gerakan serta ekspresi wajah informan dapat melengkapi jawaban yang diberikan informan. Oleh karena itu , wawancara tidak sekadar memproleh pemahaman atau gagasan, tetapi juga bisa menggali lebih dalam lagi seperti prasaan, pengalaman, emosi dan motif yang dimiliki oleh informan tersebut.⁵⁹ Wawancara yang dilakukan peneliti yaitu dengan para

⁵⁸ Feny Rita Fiantika, dkk, *Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif, Rake Sarasik* (Padang: Pt. Global Eksekutif Teknologi, 2022), hlm. 21-22.

⁵⁹ Rokhani, *Penelitian Kualitatif Penelitian Kualitatif: Pembelajaran Berbasis Kasus Untuk Mahasiswa Penyuluhan Pertanian.*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2023), hlm . 90.

pedagang sembako yang muslim dan pembeli di pasar Sangkumpal Bonang Kota Padangsidimpuan yang merupakan subjek dari penelitian ini. Wawancara ini dilakukan dengan secara tidak terstruktur yaitu wawancara yang mengekor dari pertanyaan sebelumnya.

3. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari istilah dokumen yang berarti tulisan atau catatan. Metode dokumentasi berarti cara mengumpulkan informasi dengan mendokumentasikan data yang sudah tersedia. Metode ini lebih sederhana dibanding dengan metode pengumpulan data lainnya.⁶⁰ Dokumentasi yang digunakan pada penelitian ini adalah dalam bentuk gambar dan rekaman suara sebagai bukti dalam data yang didapatkan.

F. Teknik Pengecekan dan Keabsahan Data

Teknik pengecekan dan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

1. Triangulasi Sumber

Trigulasi sumber bertujuan untuk menguji keaslian data, pengecekan data yang telah diperoleh dari beberapa sumber. Contohnya uji keaslian data tentang gaya kepemimpinan individu maka pengumpulan data dan pengecekan data yang dilakukan kebawahannya pimpinanya. Trigulasi sumber ini bertujuan untuk mencari

⁶⁰ Hardani, dkk , *Buku Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*, (yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020). hlm. 149.

kebenaran informasi tertentu melalui metode dan sumber pengolahan data.⁶¹

2. Triangulasi Metode

Metode ini dilakukan dengan cara melakukan pengecekan informasi yang diperoleh melalui berbagai sumber yang sama tetapi menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik ini dengan menggabungkan hasil observasi lapangan dan wawancara untuk memastikan keaslian data.⁶²

G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

1. Reduksi Data

Reduksi data belarti menyederhanakan informasi, memilih elemen utama, memfokuskan pada apa yang penting, mengidentifikasi tema dan pola dan juga mengilangkan bagian yang tidak relevan. Tujuan dari reduksi data ini adalah untuk menyederhanakan informasi yang diperoleh selama proses pengumpulan data di lapangan.⁶³

2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan kumpulan informasi yang terorganisasi, yang memungkinkan untuk menarik kesimpulan. Langkah ini

⁶¹ Moh. Miftachul Choiri Umar Sidiq, *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan* (Ponorogo: CV Nata Karya, 2019), hlm. 94.

⁶² Amtai Alaslan, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Depok: PT RajaGrafindo Persada 2019), hlm. 102

⁶³ Rani Rahim dkk, " *Metodologi Penelitian Sosial: Teori Dan Praktik*", (Panglayungan: Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia, 2023), hlm. 100-101.

dilakukan dengan menyusun informasi yang terorganisasi, yang memungkinkan untuk menarik kesimpulan.⁶⁴

3. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan yang ditarik oleh peneliti masih bersifat sementara, karena peneliti masih terbuka untuk menerima masukan dari peneliti lain. Kesimpulan tersebut dapat berubah jika peneliti menemukan bukti baru selama penelitian lapangan, sehingga akhirnya peneliti dapat memperoleh kesimpulan yang lebih meyakinkan.⁶⁵

⁶⁴ Ibid, hlm. 101.

⁶⁵ Ahmad Adil, "*Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif: Teori Dan Praktik*," (Jakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020), hlm. 168.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Pasar Sangkumpal Bonang

Pasar Sangkumpal Bonang adalah salah satu Pasar Tradisional yang sangat penting di Kota Padangsidimpuan, Provinsi Sumatera Utara. Pasar ini bukan hanya berfungsi sebagai pusat perdagangan, tetapi juga merupakan bagian integral dari kehidupan sosial dan budaya masyarakat setempat. Pasar Sangkumpal Bonang awalnya bernama Pasar Baru yang sudah berdiri dari ratusan tahun yang lalu sekitar tahun 1800 sebagai pusat perdagangan pada masa itu.⁶⁶

Awal dibangunnya Pasar Sangkumpal Bonang pada tahun 2003 pasca terjadinya kebakaran yang besar di Pasar Baru. Berketepatan setelah Padangsidimpuan ditetapkan sebagai kota berdasarkan UU No. 4 tahun 2001 tentang pembentukan Kota Padangsidimpuan. Pada tanggal 17 Oktober 2001 oleh Mendagri atas nama Presiden RI diresmikan Padangsidimpuan menjadi Kota.⁶⁷

Kebakaran Pasar pada masa itu menimbulkan banyak polemik, mulai dari isu dimana Pasar itu sengaja dibakar oleh preman setempat, Pedagang sampai orang luar. Hal itu didasari oleh keinginan masyarakat agar pemerintah memperhatikan Kota yang baru dilantik.

⁶⁶ <https://okepasid.blogspot.com/2018/08/pasar-terbesar-di-tapanuli-selatan-ada.html> diakses pada hari Selasa, 27 Mei 2025 Pukul 21: 10 WIB.

⁶⁷ <https://okepasid.blogspot.com/2018/08/pasar-terbesar-di-tapanuli-selatan-ada.html> (diakses pada hari Selasa, 27 Mei 2025 Pukul 21: 15 WIB).

Tujuan dari dibakarnya Pasar itu akhirnya berhasil, dimana mulai tahun 2003 Pasar Baru dijadikan Pasar Sangkumpal Bonang sebagai Pasar Modren pertama di masanya.⁶⁸

Nama Pasar Sangkumpal Bonang berasal dari nama Aek Sangkumpal Bonang yang mengalir dari jalan sitombol sekarang dan berakhir disungai Batang Ayumi. Konon katanya nama ini diambil supaya Pasar Sangkumpal Bonang selalu lancar dan berumur panjang seperti sungai Sangkumpal Bonang dimana airnya bersih dan sungainya panjang.⁶⁹

2. Letak geografis Pasar Sangkumpal Bonang Padangsidimpuan

Pasar Sangkumpal Bonang adalah salah satu pusat perdagangan terbesar di Kota Padangsidimpuan. Pasar ini tempat titik temu sosial dan berinteraksi, tegur, sapa dan menjalin hubungan persaudaraan yang baik. Pasar ini terletak di pusat kota dengan bangunan tiga lantai dan luasnya mencapai sekitar satu hektar.

Pasar Sangkumpal Bonang adalah pasar yang menjadi lokasi penelitian penerapan etika bisnis Islam terhadap pedagang sembako muslim. Dalam pembahasan dikemukakan tentang letak geografis yang menyangkut luas daerah serta pembangunan area Pasar Sangkumpal Bonang Kota Padangsidimpuan. Dapat dilihat dari batas-batas berikut :

⁶⁸ <https://okepasid.blogspot.com/2018/08/pasar-terbesar-di-tapanuli-selatan-ada.html> (diakses pada hari Selasa, 27 Mei 2025 Pukul 21: 23 WIB).

⁶⁹ <https://okepasid.blogspot.com/2018/08/pasar-terbesar-di-tapanuli-selatan-ada.html> (diakses pada hari Selasa, 27 Mei 2025 Pukul 21: 25 WIB).

- a. Sebelah timur berbatasan dengan daerah kantin
- b. Sebelah selatan berbatasan dengan jalan baru I
- c. Sebelah utara dengan sate rajawali
- d. Sebelah barat berbatasan dengan pajak batu.⁷⁰

B. Deskripsi Data Penelitian

Informan dalam penelitian ini adalah pedagang sembako yang beragama muslim dan pembeli di Pasar Sangkumpal Bonang Kota Padangsidimpuan. Yang dijadikan informan dapat dilihat dari jenis kelamin, umur, dan pendidikan. Berikut ini hasil dari pengelompokan peneliti dijadikan sebagai informan di Pasar Sangkumpal Bonang Kota Padangsidimpuan.

Tabel IV.I Karakteristik Informan

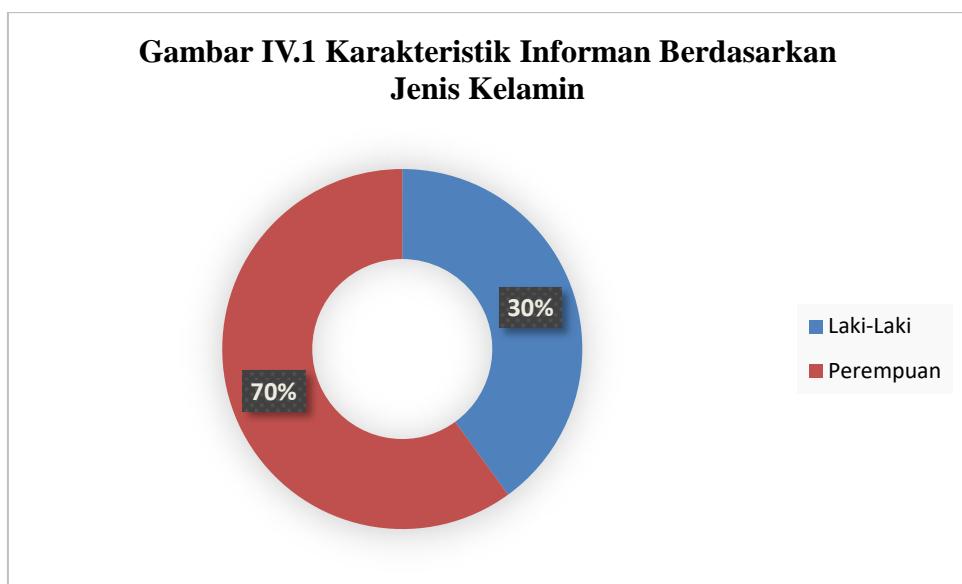
No	Karakteristik Informan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	Jenis Kelamin	Laki-Laki	3
		Perempuan	7
2	Agama	Islam	10
3	Usia	20 – 30 tahun	3
		31 – 40 tahun	3
		41 – 50 tahun	1
		51 – 72 tahun	3
4	Pendidikan	SD	1
		SMP	1
		SMA	7
		Sarjana	1

1. Jenis Kelamin

Karakteristik jenis kelamin dari informan dalam penelitian ini mencakup laki-laki dan perempuan yang merupakan pedagang dan

⁷⁰ Robi Atun Adawiyah, “Pengaruh Tingkat Religiusitas Terhadap Etika Bisnis Pedagang Muslim Di Pasar Sangkumpal Bonang Padangsidimpuan” skripsi (Padangsidimpuan : Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, 2021), hlm. 50.

pembeli di pasar Sangkumpal Bonang Kota Padangsidimpuan. Perbedaan jenis kelamin ini menjadi faktor penting dalam menentukan jawaban yang diberikan kepada peneliti, karena merupakan bagian dari pendekatan dalam proses wawancara. Tujuan dari pengelompokan ini adalah untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai jenis kelamin para informan, yang dapat dilihat melalui data dalam gambar berikut:

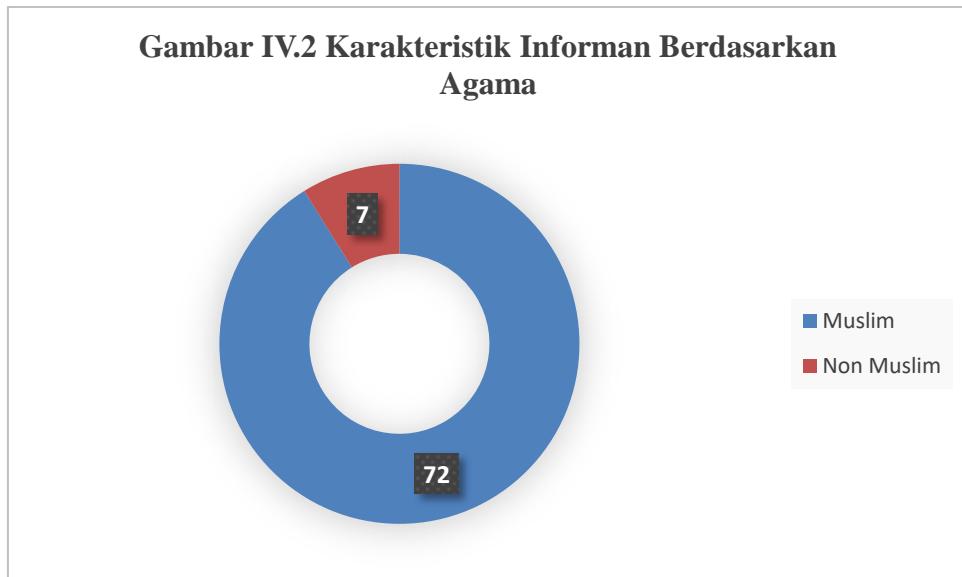


Berdasarkan dari data gambar IV.1 di atas dapat disimpulkan bahwa jumlah informan yang merupakan jenis kelamin laki-laki berjumlah 3 orang dengan persentase sebesar 30% dan informan yang merupakan jenis kelamin perempuan berjumlah 7 orang dengan persentase sebesar 70%.

2. Agama

Dalam penelitian ini, karakteristik agama informan yang digunakan adalah pedagang dan pembeli yang beragama Islam di pasar Sangkumpal Bonang Kota Padangsidimpuan. Agama menjadi salah

satu faktor yang mempengaruhi jawaban yang diberikan oleh informan, karena menjadi bagian dari pendekatan peneliti saat melakukan wawancara. Untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai latar belakang agama para informan, dapat dilihat pada gambar berikut:



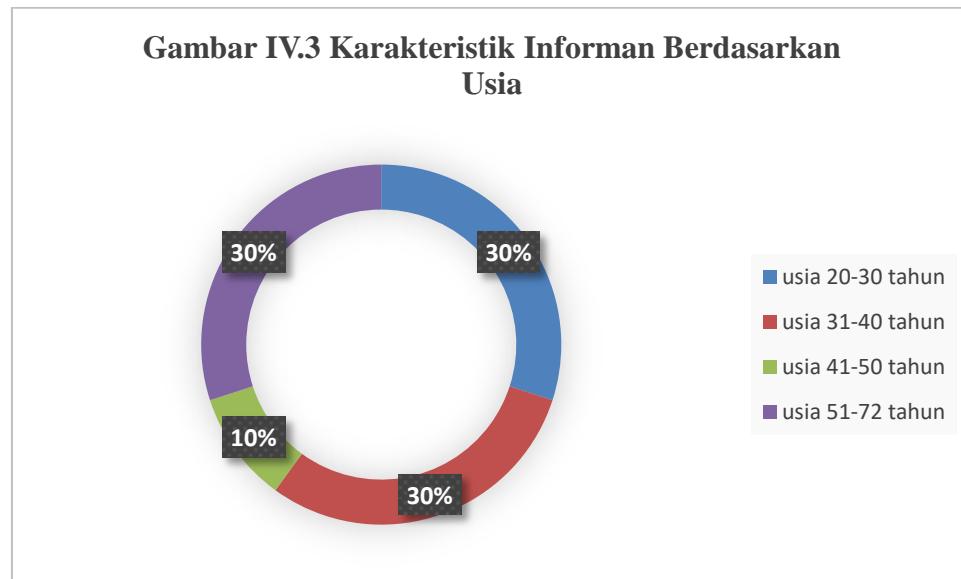
Sumber data : dinas perindustrian, perdagangan, UKM Padangsidimpuan
dan hasil obserasi peneliti

berdasarkan dari data gambar IV.2 di atas, diketahui bahwa pedagang yang beragama Islam berjumlah 72 orang dan pedagang yang non muslim berjumlah 7 orang dan jumlah informan pada penelitian ini sebanyak 10 orang yang merupakan pedagang sembako beragama Islam.

3. Rentang Usia

Informan pada penelitian ini bervariasi, mulai dari usia dewasa hingga tua, yakni antara 20-70 tahun. Variasi usia ini memungkinkan peneliti untuk menangkap perbedaan pengalaman dan cara pandang dari

berbagai kelompok umur. Untuk lebih jelas tentang usia informan dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:

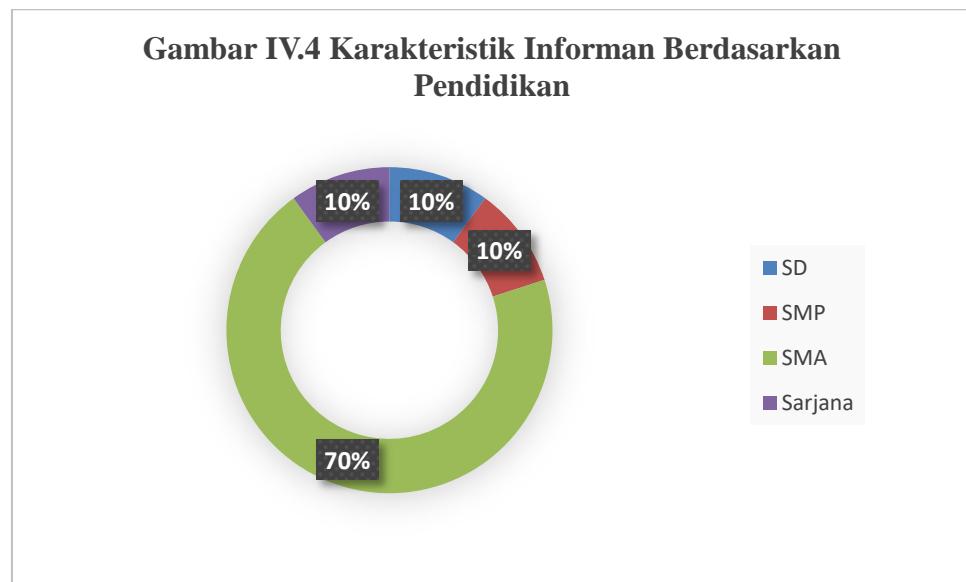


Berdasarkan dari data gambar IV.3 di atas, dapat disimpulkan bahwa jumlah informan yang berusia 20-30 tahun berjumlah sekitar 3 orang dengan persentase sebesar 30%, jumlah karakteristik usia informan yang berumur 31-40 tahun berjumlah sekitar 3 orang dengan persentase sebesar 30%, kemudian jumlah karakteristik usia informan yang berumur 41-50 tahun berjumlah sekitar 1 orang dengan persentase sebesar 10% dan jumlah karakteristik usia informan yang berumur 51-72 tahun berjumlah sekitar 3 orang dengan persentase sebesar 30%.

4. Pendidikan

Latar belakang pendidikan informan juga beragam, mulai dari tingkat sekolah menengah hingga perguruan tinggi. Perbedaan ini memberikan wawasan yang lebih luas, karena setiap tingkat pendidikan membawa pengaruh tersendiri dalam memahami topik yang akan

diteliti. Pendidikan informan dalam penelitian ini mulai dari SD,SMP,SMA dan sarjana, untuk lebih jelas mengenai pendidikan informan dapat dilihat pada gambar berikut:



Berdasarkan dari data gambar IV.4 di atas, dapat disimpulkan bahwa jumlah informan yang pendidikan SD berjumlah sekitar 1 orang dengan persentase sebesar 10%, jumlah informan yang berpendidikan sampai SMP berjumlah sekitar 1 orang dengan persentase sebesar 10%, jumlah informan yang berpendidikan sampai SMA berjumlah sekitar 7 orang dengan persentase sebesar 70% dan jumlah berpendidikan sampai Sarjana berjumlah sekitar 1 orang dengan persentase sebesar 10%.

C. Hasil Penelitian

1. Pemahaman Pedagang Sembako Muslim Tentang Etika Bisnis

Islam di Pasar Sangkumpal Bonang.

Etika merupakan seperangkat nilai moral yang menjadi pedoman dalam membedakan tindakan yang baik dan buruk. Bidang ini bersifat normatif karena berperan dalam menentukan tindakan yang seharusnya dilakukan atau dihindari oleh seseorang. Dalam Islam, Al-Qur'an mengajarkan manusia untuk bersikap jujur, tulus, ikhlas dan konsisten dalam kebenaran di sepanjang hidupnya, dan prinsip ini sangat relevan dalam dunia bisnis. Islam menekankan bahwa setiap aktivitas bisnis harus dijalankan secara jujur, terbuka dan menjauhi segala kebohongan serta eksplorasi. Oleh karena itu, setiap pelaku usaha dituntut untuk bersikap adil dan lurus dalam menjalankan transaksi bisnisnya. Pemahaman ini sangat penting bagi pelaku usaha agar bisnis mereka tetap berjalan secara berkelanjutan, serta memperoleh ridho Allah SWT dan keberkahan dalam usahanya.

Akan tetapi di dalam prakteknya masih ada pedagang yang belum begitu paham tentang baik dan buruk dalam melakukan transaksi jual beli yang sesuai dengan etika bisnis Islam terutama para pedagang sembako muslim di Pasar Sangkumpal Bonang.

Berikut hasil wawancara dengan pedagang sembako muslim mengenai pemahaman etika bisnis Islam:

- a. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Mahmul selaku pedagang sembako muslim mengenai pemahaman etika bisnis Islam, beliau mengatakan :

“Iya saya paham sedikit tentang berdang dengan ajaran Islam, seperti dalam timbangan itu harus sesuai jangan dilebihkan dan jangan dikurangi selain itu berdagang itu harus menggunakan akad jual beli”.⁷¹

- b. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Erliana Harahap selaku pedagang sembako muslim mengenai pemahaman etika bisnis Islam, beliau mengatakan:

“Iya, dalam ajaran Islam kita diajarkan untuk jujur apalagi dalam hal timbangan, timbangan itu harus sesuai tidak boleh menipu dan harganya harus sesuai dengan modal, kita tidak boleh mengambil keuntungan terlalu jauh dari modal seperti yang diajarkan Nabi Muhammad, mendapatkan keuntungan yang tipis tetapi selalu lancar”.⁷²

- c. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Destiana sari selaku pedagang sembako muslim mengenai pemahaman etika bisnis Islam, beliau mengatakan:

“Iya saya tau, dari segi timbangan lah kita bilang, timbangan yang dilakukan itu harus pas tidak boleh melebihi atau menguranginya, misalkan lebih satu garis aja dengan 10 kali sudah satu ons jadi pas-pas saja”⁷³.

⁷¹ Mahmul, Pedagang Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 13 Juni 2025. Pukul 10.18 WIB).

⁷² Erliana Harahap, Pedagang Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 13 Juni 2025. Pukul 10.28 WIB).

⁷³ Destiana Sari, Pedagang Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 13 Juni 2025. Pukul 10.35 WIB).

- d. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Zulkifli Tanjung selaku pedagang sembako muslim mengenai pemahaman etika bisnis Islam, beliau mengatakan:

“dalam berdagang timbangan itu harus dilakukan sesuai yang diinginkan pembeli misalkan pembeli meminta 1kg jadi yang di timbang itu harus 1kg tidak boleh kurang”.⁷⁴

- e. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Sukron selaku pedagang sembako muslim mengenai pemahaman etika bisnis Islam, beliau mengatakan:

“Saya ketahui berdagang secara Islam itu harus jujur dan kita tidak boleh melakukan curang kepada pembeli karena jika kita curang maka kepercayaan pembeli akan menurun kepada kita begitu juga dengan menipu, tidak boleh menipu dalam berdagang”.⁷⁵

- f. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Lisna selaku pedagang sembako muslim mengenai pemahaman etika bisnis Islam, beliau mengatakan:

“Iya saya memahaminya, berdagang itu harus jujur terutama dalam hal timbangan, dalam berdagang timbangan itu harus pas tidak boleh dikurang-kurangi supaya dagangan kita itu semakin lancar dan berkah”.⁷⁶

- g. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Romada Harahap selaku pedagang sembako muslim mengenai pemahaman etika bisnis Islam, beliau mengatakan:

⁷⁴ Zulkifli Tanjung, Pedagang Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 13 Juni 2025. Pukul 10.42 WIB).

⁷⁵ Sukron, Pedagang Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 14 Juni 2025. Pukul 11.08 WIB).

⁷⁶ Lisna, Pedagang Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 14 Juni 2025. Pukul 11.18 WIB).

“Iya, berdagang dalam ajaran Islam itu kita diajarkan berdagang secara bersih dan kita tidak boleh berbohong kepada pembeli, karena berbohong itu dibenarkan, kita juga tidak boleh menipu kepada pembeli intinya harus bersihlah dalam berdagang”.⁷⁷

2. Penerapan Etika Bisnis Islam pada Perilaku Pedagang Sembako

Muslim di Pasar Sangkumpal Bonang

Pasar sangkumpal bonang merupakan tempat dimana bertemuanya penjual dan pembeli dengan berbagai macam budaya dan juga suku. Akan tetapi pedagang dan pembeli di Pasar Sangkumpal Bonang mayoritasnya adalah muslim, maka dari itu penerapan etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang sangat penting bagi pedagang terutama pada pedagang sembako muslim, prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam yang harus diterapkan seperti prinsip tauhid, prinsip keseimbangan, prinsip kehendak bebas, prinsip tanggung jawab dan prinsip ihsan.

Berikut hasil wawancara dengan pedagang sembako dan pembeli mengenai penerapan etika bisnis Islam pada prinsip tauhid:

a. Penerapan etika bisnis Islam pada prinsip tauhid terhadap pedagang sembako dan pembeli:

Tauhid menjelaskan dasar utama etika dalam Islam terdapat pada keyakinan sepenuhnya terhadap kebebasan mutlak Allah. Tauhid merupakan aspek vertikal dalam ajaran Islam. Dalam penerapannya, islam mengabungkan berbagai aktifitas manusia

⁷⁷ Romada Harahap, Pedagang Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 14 Juni 2025. Pukul 10.30 WIB).

seperti politik, ekonomi, sosial dan agama serta menekankan pentingnya keteraturan dan konsistensi. Hubungan vertikal ini menggambarkan bentuk kepasrahan kepada Allah, dimana pencapaian, mimpi dan tindakan sepenuhnya diarahkan untuk menaati kehendaknya.

1. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Mahmul selaku pedagang sembako muslim mengenai penerapan etika bisnis Islam pada prinsip tauhid, beliau mengatakan:

“saya disini berdagang sudah ada empat tahun, dalam menimbang barang seperti tepung itu harus pas berbeda dengan minyak apabila minyak itu memiliki tempat seperti jeriken maka jerikenya itu ditimbang terlebih dahulu, misalkan berat jerikenya sekitar dua ons dan minyak yang dia butuhkan satu kilo maka saya menimbangnya menjadi satu kilo dua ons, mengenai sistem penjualan yang saya gunakan ada yang cash dan hutang, kalau hutang biasanya pembeli membayar hutang yang minggu kemaren kemudian dia akan berhutang lagi, pernah ada telat yang membayar tetapi saya biarkan saja”.⁷⁸

2. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Erliaan Harahap selaku pedagang sembako muslim mengenai penerapan etika bisnis Islam pada prinsip tauhid, beliau mengatakan:

“Saya menimbang barang itu harus pas saya tidak mau mengurangi timbangan, daripada saya mengurangi timbangan lebih baik saya melebihkan timbangannya karena apabila kita berbuat baik seperti melebihkan timbangannya rezeki kita itu akan berlebih dalam sistem penjualan ada yang cash ada juga hutang seperti bawang putih, bawang merah itu berhutang, saya tidak mau

⁷⁸ Mahmul, Pedagang Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 13 Juni 2025. Pukul 10.20 WIB).

memberikan denda kepada pembeli yang telat bayar hutang”.⁷⁹

3. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Destiana Sari selaku pedagang sembako muslim mengenai penerapan etika bisnis Islam pada prinsip tauhid, beliau mengatakan:

“Menimbang barang itu seperti yang saya katakan tadi, apabila saya menimbang barang timbanganya itu pas dan tidak akan dikurang-kurangi terkadang lebih segaris aja gapapa, kalau sistem penjualan ibu menggunakan sistem penjualan secara cash dan juga hutang, kalau ada pembeli yang telat membayar hutangnya saya tidak akan denda”.⁸⁰

4. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Zulkifli Tanjung selaku pedagang sembako muslim mengenai penerapan etika bisnis Islam pada prinsip tauhid, beliau mengatakan:

“Soal menimbang, minimalnya pas tetapi terkadang saya itu melebihkan timbanganya sekitar satu garis dua garis karena kan apabila kita melebihkannya rezeki itu juga pasti akan bertambah, Saya menggunakan cash dan hutang, tetapi kalau hutang itu tergantung kondisi pasar apakah ramai atau tidak, dan saya tidak memaksakan pelanggan apabila belum bisa membayar hutangnya kalau terbagi dia uangnya untuk membayar hutang dicicilnya juga gapapa tetapi kalau tidak bisa dia bagi saya tidak paksaan dan tidak saya beri denda apabila telat membayarnya”⁸¹

5. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Romada Harahap selaku pedagang sembako muslim mengenai penerapan etika bisnis Islam pada prinsip tauhid, beliau mengatakan:

⁷⁹ Erliana Harahap, Pedagang Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 13 Juni 2025. Pukul 10.30 WIB).

⁸⁰ Destiana Sari, Pedagang Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 13 Juni 2025. Pukul 10.38 WIB).

⁸¹ Zulkifli Tanjung, Pedagang Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 13 Juni 2025. Pukul 10.45 WIB).

“Sejak dari pasar baru saya berdagang disini, menimbang barang itu harus bersih, saya tidak mengurangi timbangan yang saya lakukan dan juga tidak saya lebihkan, saya hanya menimbang barang dengan pas sesuai dengan yang diminta pembeli sistem penjualan saya hanya menggunakan cash saja”.⁸²

6. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Sukron selaku pedagang sembako muslim mengenai penerapan etika bisnis Islam pada prinsip tauhid, beliau mengatakan:

“Selama seppuluhan tahun lebih saya berdagang disini saya selalu menimbang barang secara pas bahkan terkadang saya malah melebihkanya segaris dua garis, saya tidak pernah mengurangi timbangan pembeli karena itu akan membuat usaha yang saya lakukan itu tidak berkah, dalam pembayaran itu harus secara cash”.⁸³

7. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Lisna selaku pedagang sembako muslim mengenai penerapan etika bisnis Islam pada prinsip tauhid, beliau mengatakan:

“Timbangan yang saya lakukan, saya selalu menimbang sesuai yang diminta pembeli kalau pembeli meminta sekilo ya saya kasih sekilo tanpa saya kurangi tidak juga saya tambahi”.⁸⁴

8. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Lisdawati selaku pembeli sembako muslim mengenai penerapan etika bisnis Islam pada prinsip tauhid, beliau mengatakan:

⁸² Romada Harahap, Pedagang Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 14 Juni 2025. Pukul 10.31 WIB).

⁸³ Sukron, Pedagang Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 14 Juni 2025. Pukul 11.10 WIB).

⁸⁴ Lisna, Pedagang Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 14 Juni 2025. Pukul 11.20 WIB).

“Saya sudah sering sekali berbelanja di pasar ini, selama saya berbelanja saya tidak pernah ditipu atau dicurangi dalam kualitas barang apalagi dalam hal timbangan, saya rasa pedagang sembako ini jujur jika mereka tidak jujur mana mungkin pembeli datang ke tempatnya”.⁸⁵

9. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Sopiah selaku pembeli sembako muslim mengenai penerapan etika bisnis Islam pada prinsip tauhid, beliau mengatakan:

“Saya pernah dicurangi saat membeli cabe dimana kan biasanya harga pasaran cabe itu seperempat biasanya lima belas ribu tetapi itu dinaikan menjadi sebesar dua puluh ribu tetapi kalo soal timbangan juga pernah tetapi cuma sekali saja ketika saya beli minyak goreng kiloan ketika saya coba timbang kembali kerumah ternyata kurang satu ons”.⁸⁶

10. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Indah selaku pembeli sembako muslim mengenai penerapan etika bisnis Islam pada prinsip tauhid, beliau mengatakan:

“Saya pernah belanja sembako di pasar ini bahkan sering, saya juga pernah iseng-iseng menimbang cabai yang saya beli ketika saya timbang ulang ternyata timbangnya kurang saya tidak tau apa timbangan yang saya pake ini yang bermasalah atau timbangan pedagangnya jadi saya biarkan saja”.⁸⁷

⁸⁵ Lisdawati, Pembeli Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 15 Juni 2025. Pukul 13.30 WIB).

⁸⁶ Sopiah, Pembeli Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 15 Juni 2025. Pukul 13.40 WIB).

⁸⁷ Indah, Pembeli Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 15 Juni 2025. Pukul 14.00 WIB).

b. Penerapan etika bisnis Islam pada prinsip keseimbangan terhadap pedagang sembako muslim dan pembeli:

1. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Mahmul selaku pedagang sembako muslim mengenai penerapan etika bisnis Islam pada prinsip keseimbangan, beliau mengatakan:

“Pelayanan saya berikan selalu ramah jika saya tidak ramah mana ada pembeli yang datang, pelayanan yang saya lakukan ke pembeli itu semua sama tanpa membeda-bedakan mereka apakah dia kaya atau miskin”.⁸⁸

2. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Erliana Harahap selaku pedagang sembako muslim mengenai penerapan etika bisnis Islam pada prinsip keseimbangan, beliau mengatakan:

“Pelayanan yang Ibu lakukan selalu ramah dan Ibu sangat menghormat kepada pembeli tanpa membedakan status sosial mereka karena menurut Ibu pembeli adalah raja,kalau dia beli sedikit saja tidak papa apalagi kepada yang tua saya selalu hormat karena orang tua saya mengajarkan saya tidak boleh sompong kalau bisa tidak usah bayar”.⁸⁹

3. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Destiaan Sari selaku pedagang sembako muslim mengenai penerapan etika bisnis Islam pada prinsip keseimbangan, beliau mengatakan:

“Pelayanan saya juga pastinya ramahlah dan saya tidak somong kepada pembeli saya, kalau saya sompong ke pembeli saya dagangan saya pasti tidak akan laku saya

⁸⁸ Mahmul, Pedagang Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 13 Juni 2025. Pukul 10.21 WIB).

⁸⁹ Erliana Harahap, Pedagang Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 13 Juni 2025. Pukul 10.31 WIB).

juga tidak membedakan mereka apakah dia orang kaya atau tidak pasti saya samakan semua”.⁹⁰

4. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Zulkifli Tanjung selaku pedagang sembako muslim mengenai penerapan etika bisnis Islam pada prinsip keseimbangan, beliau mengatakan:

“Tentang sikap dan pelayanan alhamdulillah saya pasti ramah tamahlah, misalnya pelanggan saya datang berbelanja kemudian saya terlebih dahulu bicara dengan menanyakkan kabar pelanggan saya apakah dia dalam keadaan sehat atau tidak dan itu semua tidak saya bedakan baik dari status mereka atau budaya mereka”.⁹¹

5. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Romada Harahap selaku pedagang sembako muslim mengenai penerapan etika bisnis Islam pada prinsip keseimbangan, beliau mengatakan:

“Selama saya berdagang disini mulai dari tahun delapan puluhan waktu pasar ini masih pasar baru sampai sekarang pelayanan yang saya lakukan itu ramah kepada pembeli saya juga tidak membedakan status sosial mereka semuanya saya samakan”.⁹²

6. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Sukron selaku pedagang sembako muslim mengenai penerapan etika bisnis Islam pada prinsip keseimbangan, beliau mengatakan:

“Pelayanan saya selalu mengutamakan sikap yang ramah dan juga sopan saya juga tidak membedakan status sosial mereka. jika saya tidak ramah atau tidak sopan kepada pembeli, usaha saya ini akan sepi karena pembeli tidak

⁹⁰ Destiana Sari, Pedagang Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 13 Juni 2025. Pukul 10.39 WIB).

⁹¹ Zulkifli Tanjung, Pedagang Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 13 Juni 2025. Pukul 10.46 WIB).

⁹² Romada Harahap, Pedagang Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 14 Juni 2025. Pukul 10.32 WIB).

mau belanja disebabkan pelayanan yang saya berikan tidak ramah”.⁹³

7. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Lisna selaku pedagang sembako muslim mengenai penerapan etika bisnis Islam pada prinsip keseimbangan, beliau mengatakan:

“Alhamdulillah dalam pelayanan saya selalu berusaha bersikap sopan dan murah senyum kepada setiap pembeli, siapapun mereka. Karena menurut saya pembeli itu bukan hanya sekedar orang yang membeli barang tetapi mereka juga memberi rezeki kepada kita, kalau saya bersikap cuek bisa saja mereka tidak mau belanja lagi ke tempat saya”.⁹⁴

8. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Lisdawati selaku pembeli sembako muslim mengenai penerapan etika bisnis Islam pada prinsip keseimbangan, beliau mengatakan:

“Saya tidak pernah menemukan pedagang sembako yang pelayanannya kurang baik, selama saya belanja sembako pelayanan yang diberikan pedagang selalu baik, ramah. Kalau tidak ramah pembeli tidak akan mau belanja di tempatnya, terkadang saya merasa kasihan melihat mereka karena ada yang jualanya sepi”.⁹⁵

9. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Sopiah selaku pembeli sembako muslim mengenai penerapan etika bisnis Islam pada prinsip keseimbangan, beliau mengatakan:

“Terkadang saya pernah menemukan pedagang yang pelayanannya tidak baik seperti menunjukkan muka yang

⁹³ Sukron, Pedagang Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 14 Juni 2025. Pukul 11.11 WIB).

⁹⁴ Lisna, Pedagang Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 14 Juni 2025. Pukul 11.22 WIB).

⁹⁵ Lisdawati, Pembeli Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 15 Juni 2025. Pukul 13.31 WIB).

tidak sedap dilihat saya juga pernah menemukan pedagang sikap nya baik dan melayani saya dengan baik”.⁹⁶

10. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Indah selaku pembeli sembako muslim mengenai penerapan etika bisnis Islam pada prinsip keseimbangan, beliau mengatakan:

“Selama saya belanja di pasar ini saya selalu mendapatkan pelayanan yang baik dari pedagang sembako, dimana mereka melayani saya dengan penuh senyuman pedagang juga terkadang memberikan diskon kepada misalnya saya membeli gula pasir sekilo dan harganya sekitar enam belas ribu kemudian pedagang malah meminta saya membayar lima belas ribu, mungkin itu karena saya sudah terlalu sering belanja di situ”.⁹⁷

c. Penerapan etika bisnis Islam pada prinsip kehendak bebas terhadap pedagang sembako muslim dan pembeli:

Kehendak bebas merupakan salah satu prinsip penting yang menegaskan bahwa setiap individu, termasuk pelaku usaha memiliki kebebasan dalam bertindak dan mengambil keputusan. Namun, kebebasan tersebut tidak bersifat mutlak, melainkan dibatasi oleh nilai-nilai moral syariat Islam. Kehendak bebas memberi ruang pedagang untuk memilih cara berinteraksi dengan pembeli, menetapkan harga, menjalankan usaha secara jujur, adil dan bertanggung jawab.

⁹⁶ Sopiah, Pembeli Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 15 Juni 2025. Pukul 13.41 WIB).

⁹⁷ Indah, Pembeli Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 15 Juni 2025. Pukul 13.51 WIB).

1. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Mahmul selaku Pedagang sembako muslim mengenai penerapan etika bisnis Islam pada prinsip kehendak bebas, beliau mengatakan:

“Pernah, saya ganti dengan roiko atau barang yang harganya lima ratus tetapi itu saya tanyakan terlebih dahulu kepada pembeli apakah dia mau atau tidak, kalau mengembalikan dengan permen tidak pernah saya lakukan”.⁹⁸

2. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Erliana Harahap selaku Pedagang sembako muslim mengenai penerapan etika bisnis Islam pada prinsip kehendak bebas, beliau mengatakan:

“Pernah, kembalian uang receh saya menggantinya dengan menambahkan barang sesuai dengan harga lima ratus dan itu saya tanyakan terlebih dahulu kepada pembeli bahkan saya memberikan diskon kepada pembeli misalnya dia belanja sebelas ribu ibu kasih harga modal dengan membayar sepuluh ribu saja”.⁹⁹

3. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Destiana Sari selaku Pedagang sembako muslim mengenai penerapan etika bisnis Islam pada prinsip kehendak bebas, beliau mengatakan:

“Pernah, jika tidak ada uang receh ibu terlebih dahulu menanyakan pembeli apakah dia mau ditukar dengan roiko jika tidak ibu bertanya kepada pembeli apakah pembeli itu mempunyai uang receh, jika ada maka ibu memintanya kemudian ibu akan mengganti kembaliannya menjadi seribu”.¹⁰⁰

⁹⁸ Mahmul, Pedagang Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 13 Juni 2025. Pukul 10.22 WIB).

⁹⁹ Erliana Harahap, Pedagang Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 13 Juni 2025. Pukul 10.32 WIB).

¹⁰⁰ Destiana Sari, Pedagang Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 13 Juni 2025. Pukul 10.40 WIB).

4. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Zulkifli Tanjung selaku Pedagang sembako muslim mengenai penerapan etika bisnis Islam pada prinsip kehendak bebas, beliau mengatakan:

“Pernah apabila uang receh saya tidak ada maka saya gantikan dengan roiko saya juga menawarkan barang yang harganya sama dengan lima ratus rupiah dan itu sudah saya tanyakan dahulu kepada pembeli”.¹⁰¹

5. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Romada Harahap selaku Pedagang sembako muslim mengenai penerapan etika bisnis Islam pada prinsip kehendak bebas, beliau mengatakan:

“Pernah tetapi saya tidak menukar uang receh dengan permen tetapi saya menukarinya dengan roiko, jika saya tidak memiliki uang receh saya menanyakan ke pembeli apakah dia mau roiko, jika dia tidak mau saya akan cari sampai kembalian uang recehnya ada”.¹⁰²

6. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Sukron selaku Pedagang sembako muslim mengenai penerapan etika bisnis Islam pada prinsip kehendak bebas, beliau mengatakan:

“Iya pernah, saya mengembalikanya dengan permen, roiko saya juga menawarkan barang yang harganya lima ratus rupiah, tetapi itu saya tanyakan kepada pembeli apakah dia mau atau tidak”.¹⁰³

7. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Lisna selaku Pedagang sembako muslim mengenai penerapan etika bisnis Islam pada prinsip kehendak bebas, beliau mengatakan:

¹⁰¹ Zulkifli Tanjung, Pedagang Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 14 Juni 2025. Pukul 10.47 WIB).

¹⁰² Romada Harahap, Pedagang Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 14 Juni 2025. Pukul 10.33 WIB).

¹⁰³ Sukron, Pedagang Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 14 Juni 2025. Pukul 11.12 WIB).

“Tidak pernah, karena saya ini penjual cabai merah jadi jika saya tidak ada uang receh untuk kembalian pembeli saya menambah cabai yang dibelinya seharga lima ratus rupiah, iya saya tanyakan ke pembeli apakah dia mau ditambahi cabenya atau tetap uang recehnya itu”.¹⁰⁴

8. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Lisdawati selaku Pembeli sembako muslim mengenai penerapan etika bisnis Islam pada prinsip kehendak bebas, beliau mengatakan:

“Pernah, pedagang menggantinya dengan roiko, iya saya ditanya terlebih dahulu oleh pedagang, tidak saya tidak merasa dipaksa dengan itu saya malah menggap itu hal biasa saja”.¹⁰⁵

9. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Sopiah selaku Pembeli sembako muslim mengenai penerapan etika bisnis Islam pada prinsip kehendak bebas, beliau mengatakan:

“Pernah, menurut saya itu tidak masalah karena saya juga ditanya pedagang untuk ditukar dengan roiko. Menurut saya itu bagus karena tidak ada saling merugikan karena roiko juga harganya lima ratus rupiah”.¹⁰⁶

10. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Indah selaku Pembeli sembako muslim mengenai penerapan etika bisnis Islam pada prinsip kehendak bebas, beliau mengatakan:

“Saya pernah mendapatkan kembalian uang receh dengan roiko, saya tidak dipaksa, dan pedagang itu menanyakan dulu kepada saya apakah saya mau ditukarkan dengan roiko atau tidak”.¹⁰⁷

¹⁰⁴ Lisna, Pedagang Sembako Muslim, *wawancara*,(Padangsidimpuan, 14 Juni 2025. Pukul 11.22 WIB).

¹⁰⁵ Lisdawati, Pembeli Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 15 Juni 2025. Pukul 13.32 WIB).

¹⁰⁶ Sopiah, Pembeli Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 15 Juni 2025. Pukul 13.42 WIB).

¹⁰⁷ Indah, Pembeli Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 15 Juni 2025. Pukul 13.52 WIB).

d. Penerapan etika bisnis Islam pada prinsip tanggung jawab terhadap pedagang sembako muslim:

1. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Mahmul selaku Pedagang sembako muslim mengenai penerapan etika bisnis Islam pada prinsip tanggung jawab, beliau mengatakan:

“Mengenai informasi kualitas barang apakah rusak atau tidak itu selalu saya sampaikan kepada pembeli misalnya ada barang yang udah kaladuarsa itu saya bilang, pernah ada pembeli yang datang mengembalikan barangnya karena sudah kaladuarsa dan itu saya ganti dengan yang baru”.¹⁰⁸

2. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Erliana Harahap selaku Pedagang sembako muslim mengenai penerapan etika bisnis Islam pada prinsip tanggung jawab, beliau mengatakan:

“Iya, kualitas barang yang saya jual selalu saya sampaikan bagaimana kualitasnya, mudah-mudahan belum ada pembeli yang datang karena timbangan yang saya lakukan kurang, misalkanpun ada pasti saya timbang ulang bahkan saya tambah lagi”.¹⁰⁹

3. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Destiana Sari selaku Pedagang sembako muslim mengenai penerapan etika bisnis Islam pada prinsip tanggun jawab, beliau mengatakan:

“Iya jika barang yang saya berikan itu rusak bisa ditukar supaya langganan saya itu tidak rusak, jika ada pembeli datang mengembalikan barangnya karta timbangnya kurang saya tambahi, dan saya tidak akan marah”.¹¹⁰

¹⁰⁸ Mahmul, Pedagang Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 13 Juni 2025. Pukul 10.23 WIB).

¹⁰⁹ Erliana Harahap, Pedagang Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 13 Juni 2025. Pukul 10.33 WIB).

¹¹⁰ Destiana Sari, Pedagang Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 13 Juni 2025. Pukul 10.41 WIB).

4. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Zulkifli Tanjung selaku Pedagang sembako muslim mengenai penerapan etika bisnis Islam pada prinsip tanggung jawab, beliau mengatakan:

“Pernah, dan itu saya terima dan saya ganti, akan tetapi jika misalnya hari ini saya kasih barang yang bagus kemudian besoknya rusak, kemudian dikembalikan saya tidak akan menerimanya, terkecuali dia membeli sekarang kemudian dia ganti pada hari ini juga, saya akan mau menukarnya, tapi tidak secara terus-menerus juga dan itu lihat-lihat orangnya”.¹¹¹

5. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Romada Sari selaku Pedagang sembako muslim mengenai penerapan etika bisnis Islam pada prinsip tanggung jawab, beliau mengatakan:

“Apabila ada pembeli yang datang mengembalikan barang yang rusak dan barang itu benar-benar milik saya, saya akan menggantinya tetapi jika barang itu bukan milik saya, maka tidak akan saya ganti”.¹¹²

6. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Sukron selaku Pedagang sembako muslim mengenai penerapan etika bisnis Islam pada prinsip tanggung jawab, beliau mengatakan:

”Pernah, saya akan ganti jika barang yang dikembalikan itu rusak atau kurang timbangan , seperti timbangannya kurang saya akan ganti dengan menambahi timbangannya”,¹¹³

¹¹¹ Zulkifli Tanjung, Pedagang Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 14 Juni 2025. Pukul 10.48 WIB).

¹¹² Romada Harahap, Pedagang Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 14 Juni 2025. Pukul 10. 34 WIB).

¹¹³ Sukron, Pedagang Sembako Muslim, *wawancara*,(Padangsidimpuan, 14 Juni 2025. Pukul 11.14 WIB).

7. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Lisna selaku Pedagang sembako muslim mengenai penerapan etika bisnis Islam pada prinsip tanggung jawab, beliau mengatakan:

“Tidak pernah Alhamdulillah, jika adapun pasti saya akan menggantinya dengan yang baru atau saya akan menimbangnya ulang”¹¹⁴

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa Ibu Romada Sari telah menerapkan prinsip tanggung jawab, diaman beliau mau menukar barang yang rusak apabila barang yang ditukar itu memang miliknya.

e. Penerapan etika bisnis Islam pada prinsip ihsan terhadap pedagang sembako muslim:

1. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Mahmul selaku Pedagang sembako muslim mengenai penerapan etika bisnis Islam pada prinsip ihsan, beliau mengatakan:

“Soal zakat itu harus wajib dibayar berbeda dengan zakat mal, kalau zakat mal itu belum terbagi karena yang jualan ini masih bisa dibilang kebanyakan hutan daripada pemasukan dan itu saudah pernah saya tanyakan kepada ustaz bahwa beliau mengatakan saya belum diwajibkan untuk mengeluarkan zakat mal”¹¹⁵.

2. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Erliana Harahap selaku Pedagang sembako muslim mengenai penerapan etika bisnis Islam pada prinsip ihsan, beliau mengatakan:

¹¹⁴ Lisna, Pedagang Sembako Muslim, *wawancara*,(Padangsidimpuan, 14 Juni 2025. Pukul 11.23 WIB).

¹¹⁵ Mahmul, Pedagang Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 13 Juni 2025. Pukul 10.24 WIB).

“Iya mudah-mudahan ibu selalu menyisihkan keuntungan untuk bersedekah berinfak terutama kepada anak yatim, karena itu semua pasti akan dibalas oleh Allah SWT”.¹¹⁶

3. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Destiana Sari selaku Pedagang sembako muslim mengenai penerapan etika bisnis Islam pada prinsip ihsan, beliau mengatakan:

“Mengenai keuntungan, terkadang saya bersedekah kepada orang yang meminta-minta, terkadang juga saya infak kan ke mesjid”.¹¹⁷

4. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Zulkifli Tanjung selaku Pedagang sembako muslim mengenai penerapan etika bisnis Islam pada prinsip ihsan, beliau mengatakan:

“Iya wajib itu, contohnya ada pengemis lewat saya kasih, terkena bencana juga, orang yang cacat tidak bisa berdiri, karena jika kita mengeluarkan harta kita kepada yang membutuhkan alhamdulillah tuhan akan membala, rezeki kita akan selalu bertambah”.¹¹⁸

5. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Romada Sari selaku Pedagang sembako muslim mengenai penerapan etika bisnis Islam pada prinsip ihsan, beliau mengatakan:

“Misalnya ada untung saya sedekahkan, pernah ibu sedekahkan ke anak yatim ke mesjid juga pernah, karena itu akan membuat usaha kita lancar”.¹¹⁹

¹¹⁶ Erliana Harahap, Pedagang Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 13 Juni 2025. Pukul 10.34 WIB).

¹¹⁷ Destiana Sari, Pedagang Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 13 Juni 2025. Pukul 10.41 WIB).

¹¹⁸ Zulkifli Tanjung, Pedagang Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 13 Juni 2025. Pukul 10.49 WIB).

¹¹⁹ Romada Harahap, Pedagang Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 14 Juni 2025. Pukul 10.35 WIB).

6. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Sukron selaku Pedagang sembako muslim mengenai penerapan etika bisnis Islam pada prinsip ihsan, beliau mengatakan:

“Jika saya ada sedikit untung saya akan bersedekah ke anak yatim, saya juga berinfak ke mesjid setiap jum’at, karena jika kita berbuat baik maka kebaikan itu akan kembali kepada kita”.¹²⁰

7. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Lisna selaku Pedagang sembako muslim mengenai penerapan etika bisnis Islam pada prinsip ihsan, beliau mengatakan:

“Iya, biasanya saya akan sedekahkan ke orang yang lewat seperti pengemis, pengamen, pernah juga ke anak yatim, karena setiap kita bersedekah pasti akan ada gantinya”

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pemahaman Pedagang Sembako Muslim Tentang Etika Bisnis Islam di Pasar Sangkumpal Bonang.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pedagang pedagang sembako muslim di Pasar Sangkumpal Bonang dapat disimpulkan bahwa pedagang memiliki pemahaman yang cukup baik mengenai etika bisnis Islam, terutama terkait dalam kejujuran, keadilan dalam timbangan dan larangan menipu, hampir semua pedagang menyampaikan bahwa dalam berdagang, timbangan harus dilakukan secara jujur sesuai dengan permintaan pembeli dan tidak boleh dilebihkan ataupun dikurang. Selain itu pedagang juga mengetahui

¹²⁰ Sukron, Pedagang Sembako Muslim, *wawancara*, (Padangsidimpuan, 14 Juni 2025. Pukul 11.13 WIB).

bahwa berdagang secara tidak jujur dan menipu dapat menurunkan kepercayaan pembeli dan dapat merusak hubungan baik. Pedagang juga memahami bagaimana berdagang yang diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW dan memperoleh untung yang sewajarnya. Pedagang juga mengetahui bahwa berbuat jujur tidak curang dan bohong akan membawa keberkahan dalam usaha sementara kebohongan akan membawa kerugian baik secara ekonomi atau moral.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Agus Tarmo K dengan judul Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa para pedagang sudah memahami etika bisnis Islam pedagang mengetahui pentingnya sifat jujur dan adil dalam berdagang terutama dalam takaran timbangan.¹²¹

2. Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Sembako Muslim di Pasar Sangkumpal Bonang

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketujuh infoman pedagang sembako dapat simpulkan bahwa pedagang sudah menerapkan etika bisnis Islam, namun masih ada terdapat beberapa pedagang yang belum sepenuhnya menerapkan prinsip-prinsip Islam, hal ini dapat dilihat dalam prinsip-prinsip syariah berikut:

¹²¹ Agus Tarmo K, "Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo." hlm. 103.

a. Ditinjau Dari Prinsip Tauhid

Berdasarkan hasil wawancara dengan 10 infoman bahwa 7 pedagang sudah menerapkan prinsip ini dengan menimbang barang secara jujur dan tidak mengurangi timbangan. Banyak di antara mereka lebih memilih melebihkan timbangan daripada menguranginya sebagai bentuk keimanan bahwa kejujuran dalam berdagang akan mendatangkan keberkahan. Mereka juga tidak memberikan denda kepada pembeli yang telat membayar utang, mencerminkan keyakinan bahwa rezeki berasal dari Allah. Namun, dari ke 3 hasil wawancara dengan pembeli, 2 pembeli menyatakan masih ada laporan kecurangan dalam timbangan yang dilakukan pedagang sembako sehingga mengalami kerugian kepada pembeli, dapat disimpulkan pedagang sembako belum sepenuhnya menerapkan prinsip tauhid.

b. Ditinjau Dari Prinsip Keseimbangan

Berdasarkan hasil wawancara dengan 10 informan bahwa 7 pedagang sembako muslim sudah menerapkan prinsip keseimbangan. Pedagang umumnya menunjukkan perlakuan adil dan tidak diskriminatif terhadap semua pembeli, baik miskin maupun kaya. Mereka bersikap ramah, sopan, dan murah senyum sebagai bagian dari etika pelayanan. Beberapa pedagang juga bahkan menanyakan kabar pembeli terlebih dahulu sebagai bentuk penghormatan. Namun, dari hasil wawancara dari 3 pembeli, 1

pembeli mengatakan terkadang masih terdapat pedagang yang belum ramah dalam melayani seperti memasang muka yang tidak enak dilihat, dapat disimpulkan bahwa prinsip keseimbangan belum sepenuhnya dijalankan oleh semua pedagang.

c. Ditinjau Dari Prinsip Kehendak Bebas

Berdasarkan hasil wawancara 10 informan 7 Pedagang sembako muslim sudah menerapkan prinsip kehendak bebas. Dimana pedagang telah menghargai hak pembeli untuk memilih dalam pengambilan keputusan, khususnya dalam pengembalian uang receh. Sebelum mengganti uang dengan barang seperti roiko atau permen, pedagang terlebih dahulu meminta persetujuan pembeli. Hal yang sama di katakan oleh 3 pembeli dari hasil wawancara seperti pembeli tidak merasa dipaksa dalam menerima roiko atau sejenisnya sebagai pengganti uang receh tetapi pebeli diberikan kebebasan untuk memilih.

d. Ditinjau Dari Prinsip Tanggung Jawab

Berdasarkan hasil wawancara ke 7 pedagang sembako muslim, 6 pedagang telah menunjukkan komitmen yang baik dengan memberikan informasi jujur tentang kualitas barang dan bersedia menukar barang yang rusak. Mereka juga mau menimbang ulang jika terdapat kekeliruan. Namun, masih ada 1 pedagang yang belum sepenuhnya konsisten dalam menanggapi keluhan pembeli, bahkan ada yang membeda-bedakan perlakuan

terhadap pembeli tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan prinsip tanggung jawab belum sepenuhnya diterapkan.

e. Ditinjau Dari Prinsip Ihsan

Berdasarkan hasil wawancara ke 7 pedagang sembako muslim, para pedagang umumnya memiliki kesadaran sosial yang tinggi dengan menyisihkan sebagian keuntungan mereka untuk bersedekah, berinfak, atau menunaikan zakat. Mereka tidak hanya membantu masyarakat sekitar, tetapi juga menyadari bahwa segala bentuk kebaikan akan mendatangkan keberkahan dan balasan dari Allah SWT. Sikap pedagang yang gemar berbagi kepada anak yatim, masjid, atau orang yang membutuhkan menjadi cerminan bahwa nilai-nilai ihsan telah tertanam dalam diri mereka. Dapat disimpulkan bahwa prinsip ihsan sudah diterapkan oleh pedagang sembako muslim.

E. Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan yang dihadapi peneliti selama penyusunan skripsi ini yaitu sebagai beriku:

1. Dalam melakukan wawancara dengan informan, peneliti tidak mengetahui betul tentang kejuruan informan dalam menjawab pertanyaan yang diberikan peneliti.
2. Dalam melakukan wawancara, ada juga informan yang tidak berkenan untuk diwawancara dan kendala saat melakukan wawancara suara pedagang tidak terlalu terdengar dikarenakan kondisi pasar yang selalu

ramai, dalam wawancara ada juga beberapa informan yang tidak mau untuk direkam ketika saat melakukan wawancara, sehingga peneliti dalam mengambil dokumentasi penelitian, peneliti hanya mengambil beberapa rekaman vidio dan kebanyakan dengan foto.

3. Hasil penelitian ini jauh dari kata yang namanya sempurna, disebabkan pengetahuan peneliti yang terbatas dan peneliti belum memiliki pengalaman yang mendalam tentang menulis karya ilmiah terutama dalam pengkajian teori, pengamatan dan pengolahan data.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dalam pemaparan peneliti dan analisis data yang telah dilakukan peneliti mengenai pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam pada perilaku pedagang sembako muslim di Pasar Sangkumpal Bonang, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pemahaman pedagang sembako muslim di Pasar Sangkumpal Bonang tentang etika bisnis Islam sudah cukup baik. Mereka memahami pentingnya kejujuran, keadilan, dan larangan dalam melakukan penipuan dalam berdagang sebagaimana yang diajarkan dalam Islam. Hal ini terdapat pada sikap mereka yang berusaha menimbang barang secara adil, tidak mengurangi timbangan, serta memperlakukan pembeli dengan sikap yang ramah dan sopan.
2. Penerapan etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang sembako muslim di Pasar Sangkumpal Bonang belum sepenuhnya di terapkan. Seperti pada prinsip tauhid, prinsip keseimbangan, dan prinsip tanggung jawab. Karena pedagang sembako muslim hanya menerapkan dua prinsip saja yaitu prinsip kehendak bebas dan ihsan. Pedagang sembako muslim sadar akan berbuat baik dengan sesama manusia dapat mendapatkan keberkahan dan penambahan rezeki dari Allah SWT. Pedagang sembako muslim telah menyisihkan keuntungan mereka untuk berzakat, berinfak dan juga bersedekah.

B. Saran

Beberapa saran yang peneliti berikan kepada pedagang sembako muslim, pengelola Pasar Sangkumpal Bonang dan pembeli yaitu:

1. Bagi para pedagang sembako muslim di Pasar Sangkumpal Bonang
Diharapkan kepada para pedagang sembako muslim hendaknya berpegang teguh pada prinsip-prinsip etika bisnis Islam supaya tidak ada pembeli yang merasa dirugikan. Para pedagang sembako muslim seharusnya saling berbagi ilmu dan pengalaman tentang bagaimana cara berdagang sesuai dengan etika bisnis Islam, kesadaran diri para pedagang sembako muslim juga sangat perlu dibutuhkan untuk melakukan usaha secara baik dan benar yaitu dengan menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam melakukan transaksi jual beli di dalam usahanya.
2. Bagi pihak pengelola Pasar Sangkumpal Bonang
Kepada pihak pengelola Pasar Sangkumpal Bonang agar selalu mengawasi dan memantau kondisi pasar agar tidak terjadi hal yang tidak diinginkan seperti melanggar etika bisnis Islam serta menghindari dalam permainan timbangan dan harga.
3. Bagi Pembeli
Diharapkan supaya pembeli selalu cerdas, waspada dan teliti dalam melakukan transaksi jual beli.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, Robi Atun. "Pengaruh Tingkat Religiusitas Terhadap Etika Bisnis Pedagang Muslim Di Pasar Sangkumpal Bonang Padangsidimpuan." Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, 2021.
- Adil, Ahmad. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif: Teori Dan Praktik*. Edited by Fira Husaini. Jakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020.
- Agung, Anak Agung Putu, and Anik Yuesti. *Metode-Penelitian-Bisnis-Kuantitatif-Dan-Kualitatif*. Bandung: CV. Noah Aletheia, 2019.
- Ainun Pratiwi Harahap, and M. Yarham. "Etika Dan Bisnis Sebagai Strategi Bisnis Jangka Panjang Pada Era Global." *Journal Economic Excellence Ibnu Sina* 1, no. 3 (2023)
- Alaslan, Amtai. *Metode Penelitian Kualitatif*. Edited by Shara Nurachma. *PT RajaGrafindo Persada*. 1st ed. Vol. 11. Depok: PT RajaGrafindo Persada, Depok, 2019.
- Alwi Musa Muzaifyin, M.Sy. "Perilaku Pedagang Muslim Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam (Kasus Di Pasar Loak Jagalan Kediri)." *Qawāniṁ Journal of Economic Syaria Law* 2, no. 1 (2018).
- Arline, Dheka Hesty. "Analisis Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pasar Cinangsi Gandrungmangu)." *skripsi IAIN Purwokerto* 4 (2020).
- Aryani, Zahira, Ihsan Ro, and Akhmad Jufri. "Perilaku Pedagang Dalam Transaksi Jual Beli Sembako Di Pasar Pagutan Kota Mataram Ditinjau Dari Ekonomi Islam." *Ekonomi Pembangunan* 3, no. 2 (2024).
- Astuti, An Ras Try. *Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)*. Edited by Nasir Hamzah. *IAIN Parepare Nusantara Press*. Parepare: Iain Parepare Nusantara press, 2022.
- Azam, Rifqi Imamil. "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jasa Irigasi Persawahan Di Desa Plancungan Kecamatan Slahung." *Ayan* 15, no. 1 (2024).
- Azizah, Nur, Sitti Nikmah Marzuki, Rina Novianty, Fakultas Ekonomi, Institut Agama, Islam Negeri, and Iain Bone. "Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang Muslim Bugis Di Pasar Kading Kecamatan Barebbo Penelitian." *Ekonomika* 8, no. 2 (2025).
- Choiriyah, Siti. "Muamalah Jual Beli Dan Selain Jual Beli." *CDAC STAIN Surakarta* (2009): 93.

Darwis Harahap, Arbanur Rasyid, Idris Saleh. *Fiqih Muamalah*. Edited by Tim Kreatif Merdeka Kreasi. 2nd ed. Medan: Anggota IKAPI, 2022.

Nanda ikhwanuddin, Dkk, “Buku Etika Bisnis Profesi.” *Repository.Ubharajaya.Ac.Id.* Bandung: Widina Bahakti Persada Bandung, 2022.

Dkk, Rani Rahim. *Metodologi Penelitian Sosial: Teori Dan Praktik*. Edited by Erik Santoso. Panglayungan: Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia, 2023.

Fiantika, Feny Rita. *Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif. Rake Sarasin*. Padang: Pt. Global Eksekutif Teknologi, 2022.

Hamid, Ahmad Munir. “Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Sudut Pandang Ekonomi Islam.” *ADILLA : Jurnal Ekonomi Syariah* 5, no. 2 (2022).

Hardani, dkk. *Buku Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif. Revista Brasileira de Linguística Aplicada*. Vol. 5. yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020.

Hidayat, Asep Toyib, Dwi Puspita Sari, and Pebrinda Andriani. “Forecasting Penjualan Produk Sembako Menggunakan Metode Triple Exponential Smoothing.” *Resolusi: Rekayasa Teknik Informatika dan Informasi* 4, no. 4 (2024).

Hukum, Kementerian, D A N Hak, Peraturan Menteri, Hukum Dan, H A K Asasi, Republik Indonesia, Pedoman Pelayanan Kesehatan, et al. “Berita Negara,” no. 7 (2020).

Indrawijaya, Sigit, and Dahmiri. *Pengantar Bisnis Penulis*. Jambi: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi, 2017.

K, Agus Tarmo. “Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo.” INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO, 2020.

Malahayatie. *Konsep Etika Bisnis Islam (Suatu Pengantar)*. Lhokseumawe: Sefa Bumi Persada, 2022.

Maro’ah, Siti. *Etika Dalam Bisnis Berbasis Syariah. Academia.Edu*. Surabaya, 2019.

Munika Hayati, Muh Arief Budiman and Yulida Mardini. “Praktek Jual Beli Pedagang Sembako Di Pasar Tradisional Astambul Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam 123.” *Ekonomi Dan Bisnis* 05, no. 01 (2024).

- Nashrullah, Mochamad, Eni Fariyatul Fahyuni, Nurdyansyah Nurdyansyah, and Rahmania Sri Untari. *Metodologi Penelitian Pendidikan (Prosedur Penelitian, Subjek Penelitian, Dan Pengembangan Teknik Pengumpulan Data)*. Jawa Timur: Umsida Press, 2023.
- Nasution, Adek Safitri, and M. Yarham. “Peran Penting Etika Bisnis Islam Terhadap Pendapatan Dan Pengembangan Umkm.” *Welfare* 2, no. 1 (2023).
- Natasya, Putri. “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Buah-Buah Di Pasar Tradisional” Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.” *Skripsi UIN AR-Raniry Banda Aceh* (2016).
- Nurmadiansyah, muhammad toriq. *Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Praktek*. Cakrawala Pustaka. yogyakarta, 2021.
- Pemerintah Republik Indonesia. “Undang-Undang Nomor 29 Tahun 1948 Tentang Pemberantasan Penimbunan Barang Penting” (1948).
- Rizal, Muhammad. “Perilaku Pedagang Muslim Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Emas Di Pasar Aceh).” *Sustainability (Switzerland)*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2019.
- Rohmawati, Nining. “Pengaruh Modal Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Menurut Perspektif Ekonomi Islam.” Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2021.
- Rokhani. *Penelitian Kualitatif Penelitian Kualitatif: Pembelajaran Berbasis Kasus Untuk Mahasiswa Penyuluhan Pertanian*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2023.
- Rusman, Muansar. “Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang (Studi Kasus Pasar Tradisional Andi Tadda Kota Palopo).” *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2020.
- Setiawan, Moh Ajie Wahyu, and Ni Wayan Sukmawati Puspitadewi. “Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Pelanggan Paa Nasabah PT ‘X’ Cabang Pamolokan Sumenep.” *Unesa Journal Repository*, no. 14 (2022).
- Shepia, Zaenal Abidin, Sri Kadarsih. *Pasar Islami Pemnerapan Etika Bisnis Islam Bagi Pedagang Sembako*. Edited by Riska Puspitasari. 1st ed. Jambi: Zabags Qu Publish, 2024.
- Sholihah, Zumrotis. “Strategi Penerapan Etika Bisnis Islam Untuk Meningkatkan Kelayakan UMKM Halal Di Indonesia.” *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi* 1, no. 1 (2024).

- Solichah, M Gladion Diego Hermika Putra & Arsa &. “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pasar Tradisional Merlung.” *Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah* 1, no. 6 (2023).
- Umar Sidiq, Moh. Miftachul Choiri. *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan*. Ponorogo: CV Nata Karya, 2019.
- Umuri, Khairil, and Azharsyah Ibrahim. “Analisis Perilaku Pedagang Kaki Lima Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam.” *Jurnal Iqtisaduna* 6, no. 2 (2020).
- Vinuri, Erike Devliana, Imam Bukhori, and Yeni Kartikawati. “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Etika Bisnis Islam Terhadap Kinerja Bisnis UMKM (Studi Kasus Pada Pelaku UMKM Di Sekitar Pondok Pesantren Zainul Hasan Genggong).” *Ekono Insentif* 18, no. 1 (2024).
- Wulandari, Aprilia Tri. “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Sembako Di Pasar Dolopo Madiun.” *Skripsi* (2021).
- Yarham, M, Aszalianti Anggraini, Siti Artika Saragih, Sawal Siregar, and Cindy Rama Aulya. “Perspektif Ekonomi Syariah Dalam Jual Beli Online Di Kota Barus.” *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 9, no. 1 (2024).
- Yusuf, A Muri. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. 4th ed. Jakarta: Kencana, 2017.
- Zakariya, Anggi Nur Iftitah and Novie Andriani. “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli.” *Journal Of Islamic Management* 5, no. 1 (2025).
- Zarkassi, Heyder Lutfi, and Budi Ispriyarso. “Pengawasan Dinas Perdagangan Kota Semarang Terhadap Minimarket Modern Untuk Melindungi Toko Kelontong.” *Pandecta: Research Law Journal* 14, no. 2 (2019).

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

- | | | |
|---------------------|---|--|
| 1. Nama | : | Muhammad Irmansyah Ritonga |
| 2. NIM | : | 2140200104 |
| 3. Jenis Kelamin | : | Laki-laki |
| 4. Tempat/Tgl Lahir | : | Manunggang Julu, 14 Maret 2003 |
| 5. Anak Ke | : | 4 dari 4 bersaudara |
| 6. Kewarganegaraan | : | Indonesia |
| 7. Status | : | Mahasiswa |
| 8. Agama | : | Islam |
| 9. Alamat Lengkap | : | Desa Manunggang Julu, Kec. Padangsidimpuan Tenggara |
| 10. No. Hp | : | 081262331008 |
| 11. E-Mail | : | mhdirmansyahr@gmail.com |

II. IDENTITAS ORANG TUA

- | | | |
|--------------|---|---|
| 1. Ayah | | |
| a. Nama | : | Ali Arpan Ritonga |
| b. Pekerjaan | : | Wiraswasta (Bangunan) |
| c. Alamat | : | Desa Manunggang Julu, Kec. Padangsidimpuan Tenggara |
| d. No. Hp | : | 089654042985 |
| 2. Ibu | | |
| a. Nama | : | Syaripah Harahap |
| b. Pekerjaan | : | Petani |
| c. Alamat | : | Desa Muaratais III Kec. Batang Angkola |
| d. No. Hp | : | - |

III. PENDIDIKAN

1. SD 200513 Manunggang Julu
2. MTS N 2 Padangsidimpuan
3. SMK N 1 Padangsidimpuan
4. Program Sarjana (S-1) Ekonomi Syariah UIN SYAHADA Padangsidimpuan

IV. ORGANISASI

1. HPMS-ES UIN SYAHADA Padangsidimpuan
2. KIP Kuliah UIN SYAHADA Padangsidimpuan

PEDOMAN WAWANCARA

ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PERILAKU PEDAGANG SEMBAKO MUSLIM DI PASAR SANGKUMPAL BONANG

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
3. Umur :
 - a. 20 tahun – 30 tahun
 - b. 30 tahun – 40 tahun
 - c. 40 tahun – 50 tahun
 - d. 50 tahun keatas
4. Pendidikan
 - a. SD
 - b. SMP
 - c. SMA
 - d. Sarjana

A. Daftar Pertanyaan Wawancara Bagi Pedagang dan Pembeli Di Pasar

Sangkumpal Bonang.

1. Bagi Pedagang Sembako Muslim

- a. Berapa lama Bapak/Ibu berdagang di Pasar Sangkumpal Bonang?
- b. Apakah Bapak/Ibu mengetahui bagaimana cara berdagang sesuai dengan ajaran Islam?
- c. Bagaimana sistem penjualan Bapak/Ibu kepada pembeli, apakah menggunakan cash atau kredit?
- d. Bagaimana cara Bapak/Ibu menimbang barang/produk yang akan dijual?

- e. Apakah Bapak/Ibu selalu memberikan informasi tentang kualitas dan kondisi barang kepada pembeli?
- f. Bagaimana sikap Bapak/Ibu terhadap semua pembeli dan apakah Bapak/Ibu membedakan status sosial mereka?
- g. Apakah Bapak/Ibu menyesuaikan harga barang dengan kualitas barang yang akan dijual?
- h. Pernahkah Bapak/Ibu memberikan garansi atau penggantian jika barang yang dijual rusak?
- i. Bagaimana cara Bapak/Ibu memberikan pelayanan yang sama terhadap pembeli saat melakukan transaksi jual beli?
- j. Apakah Bapak/Ibu rutin menyisihkan sebagian keuntungan untuk sedekah atau zakat?
- k. Pernahkah Bapak/Ibu mengganti kembalian uang receh (misalnya Rp500) dengan permen atau sejenisnya, apa alasanya?

2. Bagi Pembeli Sembako

- a. Apakah Bapak/Ibu sudah lama belanja di pasar ini dan berapa kali seminggu?
- b. Bagaimana sikap pedagang sembako yang biasa Bapak/Ibu temui saat melayani pembeli di Pasar ini?
- c. Apakah Bapak/Ibu pernah mendapatkan pelayanan yang tidak baik saat berbelanja sembako di pasar Ini?
- d. Pernahkah Bapak/Ibu merasa ditipu dalam hal harga, timbangan, atau kualitas barang?

e. Apakah Bapak/Ibu pernah menerima kembalian dalam bentuk permen atau sejenisnya karena pedagang tidak memiliki uang kecil?

DOKUMENTASI



Wawancara dengan Bapak Mahmul selaku pedagang sembako muslim di Pasar Sangkumpal Bonang



Wawancara dengan Ibu Romada Harahap selaku pedagang sembako muslim di Pasar Sangkumpal Bonang



Wawancara dengan Ibu Destiana Sari selaku pedagang sembako muslim di Pasar Sangkumpal Bonang



Wawancara dengan Bapak Zulkifli Tanjung selaku pedagang sembako muslim di Pasar Sangkumpal Bonang



Wawancara dengan Ibu Erliana Harahap selaku pedagang sembako muslim di Pasar Sangkumpal Bonang



Wawancara dengan Ibu Lisna selaku pedagang sembako muslim di Pasar Sangkumpal Bonang



Wawancara dengan Bapak Sukron selaku pedagang sembako muslim di Pasar Sangkumpal Bonang



Wawancara dengan Ibu Lisdawati selaku pembeli sembako di Pasar Sangkumpal Bonang



Wawancara dengan Ibu Sofiah selaku pembeli sembako di Pasar Sangkumpal Bonang



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022
Website: *uinsyahada.ac.id*

Nomor : 1050 /Un.28/G.1/G.4c/PP.00.9/04/2025 23 April 2025
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : **Penunjukan Pembimbing Skripsi**

Yth. Bapak/Ibu;
1. Dr. Rosnani Siregar, M.Ag : Pembimbing I
2. M. Yarham, M.H : Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Muhammad Irmansyah Ritonga
NIM : 2140200104
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Sembako Muslim di Pasar Sangkumpal Bonang.**

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak/Ibu bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan



Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP. 197905252006041004

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPuan

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Silitang Kota Padang Sidempuan 22733

Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022

Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 1178 /Un.28/G.1/G.4c/TL.00.9/05/2025

07 Mei 2025

Sifat : Biasa

Lampiran : -

Hal : Mohon Izin Riset

Yth; Kepala Dinas Perdagangan Kota Padangsidimpuan.

Di Tempat

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa nama yang tersebut dibawah ini:

Nama : Muhammad Irmansyah Ritonga

NIM : 2140200104

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Adalah benar Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul **"Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Sembako Muslim di Pasar Sangkumpal Bonang"**. Dengan ini kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk memberi izin riset dan data pendukung sesuai dengan judul di atas.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.



an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan

DE Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP. 197905252006041004

Tembusan :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Isla



**PEMERINTAH KOTA PADANGSIDIMPUAN
DINAS KOPERASI, USAHA KECIL DAN MENENGAH
PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN**

Jalan Letjend T. Rizal Nurdin Km 7 Pal IV – PK Telp./Fax (0634)-4323020
<http://www.padangsidimpuan.go.id>
Email : d.perdagangan@padangsidimpuan.go.id

Padangsidimpuan, 27 Mei 2025

Nomor : 510 / 542 / 2025

Sifat : Penting

Lampiran : -

Hal : Izin Riset

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary

Padangsidimpuan

di -

Padangsidimpuan

Menindaklanjuti Surat dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan Nomor : 1178/Un.28/G.1/G.4c/TL.00.9/05/2025, Tanggal 07 Mei 2025, perihal Permohonan Izin Riset, dengan judul penelitian "**Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Sembako Muslim di Pasar Sangkumpal Bonang**" untuk keperluan menyelesaikan Skripsi atas nama :

Nama	:	Muhammad Irmansyah Ritonga
No. Mahasiswa	:	2140200104
Program Studi	:	Ekonomi Syariah
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam

Berkenaan dengan hal tersebut diatas, bersama ini kami memberikan persetujuan Izin Riset kepada Mahasiswa tersebut diatas untuk melaksanakan Riset di Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian dan Perdagangan Kota Padangsidimpuan (Pasar Sangkumpal Bonang). Apabila telah melaksanakan Riset untuk dapat segera melaporkan hasilnya.

Demikian surat ini disampaikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Pj. KEPALA DINAS KOPERASI, UKM,
PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN
KOTA PADANGSIDIMPAN,



H. RAHUDDIN HARAHAP, S.H, M.H.
PEMBINA UTAMA MUDA
NIP. 196711181994031003