

# BAB I

## PENDAHULUAN

### *A. Latar Belakang*

Pasar selama ini sudah menyatu dan memiliki tempat paling penting dalam kehidupan masyarakat sehari – hari. Bagi masyarakat, pasar bukan hanya tempat bertemunya antara penjual dan pembeli, tetapi juga sebagai wadah untuk berinteraksi social. Para ahli ekonomi mendeskripsikan sebuah pasar sebagai sekumpulan penjual dan pembeli yang melakukan transaksi atas suatu produk tertentu atau kelompok produk tertentu misalnya, pasar perumahan, pasar besar dan lain – lain.<sup>1</sup>

Pasar merupakan area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.<sup>2</sup> perdagangan mempunyai peran yang penting dalam menggerakkan roda perekonomian, salah satu lainnya ialah karena tidak seorang pun dapat memenuhi kebutuhannya tanpa bantuan orang lain. Dalam berdagang seseorang bisa menepi kebutuhan dan saling tolong menolong diantara mereka. Dalam Islam profesi sebagai pedagang sangat dianjurkan. Berdagang merupakan profesi yang mulia, karena berdagang merupakan salah satu bentuk ibadah dimana kegiatan yang dilakukan tidak hanya untuk kepentingan sendiri melainkan kepentingan orang banyak.

Perekonomian adalah suatu kebutuhan yang sangat penting bagi setiap manusia di dalam memenuhi kehidupan sehari – hari. Oleh karena itu manusia tidak

---

<sup>1</sup>Akhmad Mujahiddin, *Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2007) h.143.

<sup>2</sup>Peraturan Presiden RI. No.112, *penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan took modern*, 2007. [www.bpkp.go.id](http://www.bpkp.go.id).

bisa memisahkan diri dari aktifitas ekonomi karena ekonomi adalah roda kehidupan yang selalu berputar yang mengantarkan manusia kearah perubahan untuk menjadi lebih baik dan sejahtera. Selain itu dalam perekonomian kejujuran juga menjadi hal yang penting dalam melakukan jual beli karena dengan persaingan yang tinggi maka, para pelaku bisnis bisa saja menggunakan segala cara untuk mendapatkan keuntungan bahkan sebagian pelaku bisa mengabaikan etika dalam menjalankan bisnis dan memperoleh keuntungan yang besar. Sebagaimana firman allah SWT dalam AL-Qur'an surah An-nisaa': 29

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ  
تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Terjemahnya:

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”.<sup>3</sup>

Oleh karena itu, Islam menekankan adanya nilai-nilai moralitas seperti persaingan yang sehat, kejujuran, keterbukaan dan keadilan. Implementasi nilai-nilai tersebut merupakan tanggung jawab bagi setiap pelaku pasar. Sehingga perilaku dalam berdagang atau berbisnis juga tidak lepas dari adanya nilai etis yang menjadi landasan moral bisnis. Penting bagi para pelaku bisnis untuk mengintegrasikan dimensi moral atau etika ke dalam kerangka ruang lingkup bisnis.

Terintegrasinya etika dan moral dalam Islam telah menciptakan suatu bangunan bisnis yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan setinggi-tingginya (jangka pendek). Akan tetapi, lebih menekankan pada pencapaian keuntungan yang

<sup>3</sup>Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Quran Perkata Transliterasi* (Bandung: Al-Hamra, 2014), h. 83.

bersifat jangka panjang (dunia akhirat) serta dapat dirasakan oleh seluruh makhluk di bumi. Karena Islam memandang etika dalam bisnis sebagai bentuk ibadah kepada Allah. Dalam alquran arti surat At-taubah ayat 105:

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ  
وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Terjemahnya:

Dan katakanlah, “Bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga Rasul-Nya dan orang-orang mukmin, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui yang gaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan”.<sup>4</sup>

Islam memiliki pedoman lengkap bagi umatnya dalam menjalani hidup. Termasuk pedoman bagaimana sebuah bisnis dijalankan tanpa meninggalkan etika dalam setiap kebijakan. Mengingat tanggung jawab sosial yang dimiliki oleh perusahaan kepada *stake holder*-nya, khususnya kepada konsumen sebagai pihak yang menggunakan produk perusahaan.

Ajaran Islam dalam Al-Quran dan assunah telah memberikan rambu-rambu atau etika dalam menjalankan bisnis termasuk di dalamnya etika mempromosikan suatu produk kepada konsumen. Kejujuran, kebenaran dan keadilan menjadi landasan etika dalam mempromosikan suatu produk kepada konsumen. Nabi Muhammad saw dalam aktivitas bisnisnya telah memberikan contoh bagaimana beliau menciptakan suatu konsep komunikasi pemasaran barang dagangannya dengan jujur dan benar<sup>5</sup>. Sehingga para konsumennya merasa puas dan loyal terhadap keuntungan yang

<sup>4</sup>Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Quran Perkata Transliterasi* (Bandung: Al-Hamra, 2014), h. 203.

<sup>5</sup>Laode Kamaluddin, *Rahasia Bisnis Rasulullah* (Jakarta: Wisata Rohani, 2007), h. 12.

diperoleh. Dengan keuntungan yang diperoleh bisnis dapat bertahan dan berkembang lebih maju.

Sifat nabi tersebut bisa dijadikan pedoman dalam komunikasi pemasaran diantaranya adalah *Shiddiq* (benar dan jujur), *Amanah* (terpercaya), *Fatanah* (cerdas) dan *Tabligh* (komunikatif). Sebagaimana dalam alquran surat al-Ahzab ayat 21:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ  
 اللَّهُ كَثِيرًا

Terjemahannya:

Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah.<sup>6</sup>

Etika bisnis berfungsi sebagai *controlling* (pengatur) terhadap aktifitas ekonomi, karena secara filosofi etika mendasarkan diri pada nalar ilmu dan agama untuk menilai. Jadi etika diartikan sebagai suatu perbuatan standar yang memimpin individu. Etika adalah suatu studi mengenai perbuatan yang sah dan benar dan pilihan moral yang dilakukan oleh seseorang. Dengan kata lain, maka prinsip pengetahuan akan etika bisnis mutlak harus dimiliki oleh setiap individu yang melakukan kegiatan ekonomi baik itu seorang pebisnis atau pedagang yang melakukan aktifitas ekonomi.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti dapat menyimpulkan judul yaitu **“ANALISIS PERILAKU PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DALAM TRANSAKSI JUAL BELI PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS PEDAGANG DI PASAR SENTRAL PALAKKA BONE)”**.

---

<sup>6</sup>Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Quran Perkata Transliterasi* (Bandung: Al-Hamra, 2014), h. 420.

### ***B. Rumusan Masalah***

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis dapat menarik rumusan masalah yang akan menjadi bahan penelitian, yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana perilaku pedagang dalam transaksi jual beli di pasar sentral palakka ?
2. Bagaimana perspektif etika bisnis islam terhadap perilaku pedagang di pasar sentral palakka ?

### ***C. Definisi Operasional***

Untuk menghindari kekeliruan dalam memahami makna yang terkandung dalam proposal skripsi ini, penulis merasa perlu untuk memberikan pengertian kata yang terdapat pada judul skripsi, dalam definisi operasional ini akan dijelaskan mengenai variabel judul, sebagai berikut:

Analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, pembuatan, dan sebagainya) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (sebab musabab, duduk perkara, dan sebagainya)<sup>7</sup>.

Perilaku adalah serangkaian tindakan yang dibuat oleh individu, organisme, sistem, atau entitas buatan dalam hubungannya dengan dirinya sendiri atau lingkungannya.<sup>8</sup>

Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjual belikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh suatu keuntungan<sup>9</sup>.

---

<sup>7</sup>Comentyna Sitanggang dkk, *Kamus Pelajar* (Cet. 1 ; Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2003), h. 39.

<sup>8</sup><https://id.wikipedia.org/wiki/perilaku>, diakses pada tanggal 26/03/2021, Pukul 00:49.

<sup>9</sup>Ananda Santoso, *kamus lengkap bahasa Indonesia* (Surabaya: Pustaka dua Surabaya, 2003), h. 101.

Pasar adalah satu dari berbagai sistem, institusi, prosuder, hubungan sosial, dan infrastruktur di mana usaha menjual barang, jasa, dan tenaga kerja untuk orang-orang dengan imbalan uang.<sup>10</sup>

Transaksi persetujuan jual beli (dalam perdagangan) antara dua pihak<sup>11</sup>.

Jual beli merupakan suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela diantara kedua belah pihak, yang satu menerima benda atau barang dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau keterangan yang telah dibenarkan syara dan disepakati<sup>12</sup>.

Etika bisnis islam adalah prinsip moral atau nilai-nilai akhlak yang bersumber dari ajaran islam yang berkaitan dengan aktifitas jual beli barang atau jasa yang saling menguntungkan atau memberi manfaat<sup>13</sup>.

Etika bisnis Islam adalah seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku berkomitmen dalam mengelola bisnisnya berdasarkan Al-Qur'an dan hadis. Secara singkat, definisi operasional judul penelitian ini adalah menganalisis perilaku pedagang pasar sentral Palakka dalam menjalankan roda bisnisnya melalui pendekatan etika bisnis islam dan untuk mengetahui apakah perilaku pedagang sesuai etika bisnis atau tidak sesuai.

#### ***D. Tujuan Dan Kegunaan***

Dalam penelitian harus ada tujuan yang ingin dicapai sebab tanpa adanya tujuan yang jelas dan tegas maka seorang peneliti akan mengalami kesulitan. Sesuai dengan latar belakang rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah:

---

<sup>10</sup><https://www.kompas.com/skola/read/2020/01/27/120000769/pasar-pengertian-fungsi-ciri-ciri-dan-jenisnya>, diakses pada tanggal 26/03/2021, Pukul 00:37.

<sup>11</sup><https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Transaksi>, diakses pada tanggal 09/11/2018, Pukul 10:15.

<sup>12</sup>Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2008), h.68.

<sup>13</sup>Abdil Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam, Implementasi Etika Islam Untuk Dunia Usaha* (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 35.

## 1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan pokok masalah yang diangkat maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui bagaimana perilaku pedagang dalam transaksi jual beli di pasar sentral Palakka.
- b. Untuk mengetahui bagaimana perspektif etika bisnis islam terhadap perilaku pedagang di pasar sentral Palakka.

## 2. Kegunaan Penelitian

- a. Secara teori, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsi dan kontribusi terhadap pengembangan ilmu maupun informasi kepada pembaca dan peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan objek yang sama baik dikutip langsung maupun sebagai bahan bacaan dan referensi.
- b. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan manfaat kepada masyarakat luas terutama kepada pedagang dan informasi terkait dalam membuat kebijakan pedoman transaksi jual beli.

## ***E. Tinjauan Pustaka***

Salah satu syarat yang harus dipenuhi seorang peneliti untuk menunjukkan keaslian suatu penelitian yang dilakukan yaitu menegaskan perbedaannya dengan hasil-hasil penelitian sebelumnya yang sejenis dengan penelitian yang dilakukan. Oleh karena itu, merupakan keharusan peneliti untuk melakukan penelusuran

terhadap hasil-hasil penelitian yang dilakukan untuk menunjukkan hasil orisinalitas penelitian dan bukan plagiarisme.

Adapun penelitian terdahulu yang ditemukan adalah sebagai berikut:

1. Heri Irawan tahun 2017 dengan judul skripsi “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako di pasar Sentral Sinjai”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemahaman dan penerapan etika bisnis islam yang dicontohkan oleh Rasulullah saw pada pedagang sembako yang ada di pasar sentral sinjai. Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan metode kualitatif yang dilakukan secara deskriptif analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: mayoritas pedagang sembako yang ada di pasar sentral sinjai telah memahami dan menerapkan etika bisnis islam seperti yang di contohkan oleh Rasulullah saw dalam berdagang, hal ini dapat dilihat dari indikator pedagang sembako dalam memahami etika bisnis hingga mencapai 19 orang atau 95% dan pedagang sembako melaksanakan sikap kejujuran mencapai hingga 19 orang dari 20 informan atau 95%.<sup>14</sup>

Persamaan penelitian Heri Irawan dengan penelitian ini adalah untuk mengetahui pemahaman dan penerapan etika bisnis islam pada pedagang. Dan letak perbedaannya ada pada daerah yang akan diteliti oleh sipeneliti.

2. Dyan Arrum Rahmadani tahun 2017 dengan judul skripsi “Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Petepamus Makassar Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field*

---

<sup>14</sup>Heri Irawan, “*Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako di pasar Sentral Sinjai*” (Skripsi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Makassar 2017), h. 2.

*research*) dengan metode kualitatif yang dilakukan secara deskriptif analisis. Pendekatan penelitian yang digunakan meliputi pendekatan teologis normative, sosiologis, dan fenomenologi. Penelitian ini menyatakan bahwa para pedagang di pasar tradisional petepamus Makassar tidak mengetahui etika bisnis islam. Akan tetapi dalam melaksanakan transaksi jual beli mereka menggunakan aturan sesuai dengan etika bisnis islam.<sup>15</sup>

Persamaan penelitian Dyan Arrum Rahmadani dengan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan pemahaman etika bisnis islam pada pedagang. Dan letak perbedaannya pada pendekatan penelitian yang digunakan yaitu pendekatan teologis normative, sosiologis, dan fenomenologi.

3. Umi Mursidah tahun 2017 dengan judul skripsi “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional”. Tujuan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan etika bisnis dalam melakukan transaksi jual beli di pasar Betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat dan untuk mengetahui penerapan etika bisnis islam di pasar Betung dalam melakukan transaksi jual beli jika ditinjau dari prinsip-prinsip etika bisnis islam. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*). Hasil observasi dan kuesioner yang diperoleh dari para pedagang dan pembeli di pasar betuang apabila dilihat dari ke empat indicator etika bisnis secara umum yang dijadikan tolak ukur, penerapan etika bisnis secara umum belum di terapkan dengan baik oleh para pedagang di pasar betung

---

<sup>15</sup>Dyan Arrum Rahmadani, “*Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Petepamus Makassar Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*” (Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Makassar, 2017), h. 4.

karena hanya indikator hukum dan indikator ajaran agama saja yang sudah ditetapkan dengan baik. Sedangkan indikator ekonomi dan indikator etika dari masing-masing pelaku bisnis diterapkan dengan baik oleh para pedagang karena hanya prinsip tanggung jawab saja yang sudah diterapkan dengan baik oleh para pedagang di pasar betung.<sup>16</sup>

Persamaan penelitian Umi Mursidah dengan penelitian ini adalah bertujuan untuk mengetahui penerapan etika bisnis dalam melakukan transaksi jual beli. Dan letak perbedaannya penerapan etika bisnis belum diterapkan dengan baik sedangkan dalam indikator ekonomi dan etika hanya satu prinsip yang digunakan.

4. Lailatul Mabruroh tahun 2018 dengan judul skripsi “Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Produk Duta Network Indonesia (DNI)” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana analisis etika bisnis Islam terhadap strategi pemasaran produk *Duta Network Indonesia* (DNI) yang dilakukan tim kerja *scheme with community* Ponorogo dan Bagaimana etika bisnis Islam terhadap pemberian uang muka dalam jual beli produk *Duta Network Indonesia* (DNI) yang dilakukan tim kerja *schime with community* Ponorogo. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini bahwa, praktik jual beli produk DNI yang dipasarkan tim kerja *schime with community* Ponorogo tidak memenuhi prinsip prinsip etika bisnis Islam terkait, *nubuwwah*, *khuluqiyah*, keadilan, *insaniyah*, penerapan tolong menolong dan unsur unsur pemasaran dalam etika bisnis islam terkait

---

<sup>16</sup> Umi Mursidah, “*Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional*” (Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Lampung, 2017), h. 2.

konteks promosi, sehingga para pembeli banyak mengalami kerugian. Sedangkan praktik transaksi *Urbun* yang diterapkan oleh penjual hukumnya diperbolehkan. Karena sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam serta menurut Zuhayli transaksi *Urbun* menjadi ‘*urf*’ kebiasaan dalam masyarakat. Oleh sebab itu hal ini diperbolehkan dalam praktiknya.<sup>17</sup>

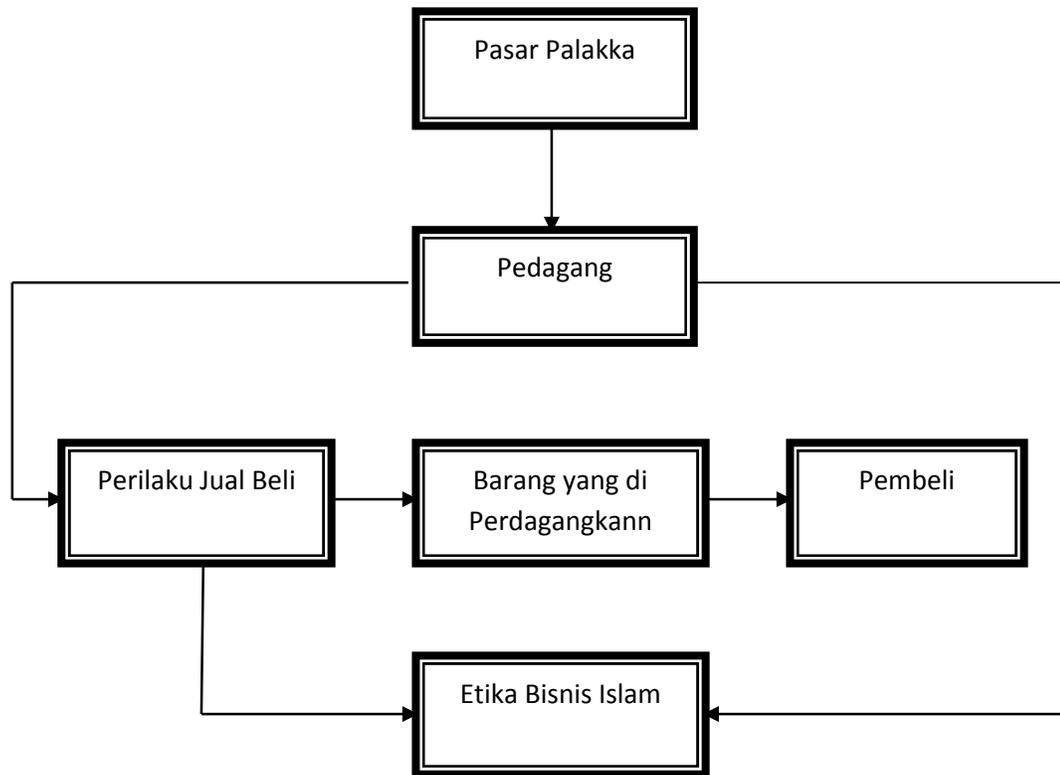
Persamaan penelitian Lailatul Mabruroh dengan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana analisis etika bisnis islam. Dan letak perbedaannya bentuk penelitian terhadap strategi pemasaran produk *Duta Network Indonesia* (DNI) yang dilakukan tim kerja *scheme with community* Ponorogo .

#### ***F. Kerangka Fikir***

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya, maka pada bagian ini diuraikan kerangka berpikir yang dijadikan landasan berfikir dalam melaksanakan penelitian. Pada dasarnya kerangka berpikir akan menjelaskan secara teoritis hubungan antara variabel (variabel independen dan dependen) yang akan diteliti.

---

<sup>17</sup>Lailatul Mabruroh, “*Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Produk Duta Network Indonesia (DNI)*” (Skripsi Jurusan Muamalah Fakultas Syari’ah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Ponorogo, 2018), h. 2.



Gambar 1.1

Berdasarkan skema di atas dapat dijelaskan bahwa pasar Palakka sebagai tempat para pedagang memperjual belikan barang-barang dagangan yang menjadi pokok kebutuhan sehari-hari masyarakat, dengan itu masyarakat yang berperan sebagai pembeli akan melakukan transaksi jual beli sesuai dari kebutuhan yang diinginkan dengan itu penjual atau pedagang akan mendapatkan keuntungan namun perlu diadakan penelitian apakah transaksi jual beli yang diterapkan sesuai dengan etika bisnis Islam atau tidak sesuai.

## ***G. Metode Penelitian***

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*Field Research*) dengan menggunakan kualitatif. Adapun yang dimaksud dengan penelitian *field research* adalah penelitian yang dilakukan untuk tujuan langsung kelapangan untuk melakukan penelitian, dengan menggunakan beberapa teknik<sup>18</sup>. Teknik yang digunakan dalam menyimpulkan data dalam penelitian ini adalah mengadakan observasi dan wawancara.

### **2. Pendekatan Penelitian**

Jenis pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif, karena data yang disajikan dalam bentuk kata-kata bukan dalam bentuk angka. Karena deskripsinya membutuhkan penafsiran untuk mengetahui makna dibalik kata.

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain. Secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan sebagai metode alamiah.

### **3. Lokasi, Populasi dan Sampel**

#### **a. Lokasi**

Lokasi penelitian bertempat di Pasar Sentral Palakka Kabupaten Bone.

---

<sup>18</sup>Moh. Nasir, *Metedologi Penelitian* (Cet. III; Jakarta: Indonesia, 2008), h. 246.

b. Populasi

populasi yang nantinya peneliti pilih sebagai obyek penelitian di Pasar Sentral Palakka Kabupaten Bone adalah masyarakat yang berpropesi sebagai pedagang.

c. Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah pedagang sembako, pedagang ikan, dan pedagang buah di Pasar Sentral Palakka Kabupaten Bone. (sampel jenuh).

4. Data dan Sumber Data

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan adalah data primer.

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian<sup>19</sup>. Dalam penelitian ini data diperoleh dari lapangan yaitu melalui wawancara. Peneliti memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden terutama pada masyarakat pedagang sembako, ikan dan sayur di Pasar Sentral Palakka.

Sumber data sekunder diperoleh dari karya-karya tertulis yang berkaitan dengan konsep transaksi etika bisnis islam yaitu dari jurnal, skripsi, dan website, serta data pendukung lainnya.

---

<sup>19</sup> Burhan Bungin, *metedologi penelitian kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya* (Cet. V III; Jakarta: Prenamedia Group, 2014). h. 132.

## 5. Instrument Penelitian

Adapun instrument yang digunakan penelitian ini adalah:

### a. Alat Tulis Menulis (ATK)

Alat tulis menulis yang dimaksud disini adalah kertas, pulpen dan pensil.

Alat tersebut digunakan untuk menulis hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dan pedagang di Pasar Sentral Palakka Kab. Bone.

### b. Handphone

Handphone digunakan peneliti untuk merekam proses wawancara antara peneliti dan pedagang sembako di Pasar Sentral Palakka yang melakukan transaksi jual beli dalam perspektif etika bisnis islam agar informasi yang dihasilkan jelas dan tidak diragukan, dan handphone juga digunakan untuk mengambil dokumentasi yang diperlukan dalam penelitian ini agar peneliti dapat memberikan bukti yang jelas.

## 6. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengambilan dan pengumpulan data, peneliti ini menggunakan beberapa teknik yaitu:

### a. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan diwawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu<sup>20</sup>. Dalam hal ini peneliti akan mewawancarai pihak-pihak yang dianggap relevan dengan penelitian ini, terutama pedagang sembako, pedagang ikan dan pedagang buah.

---

<sup>20</sup>Lexy J. Meleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Cet. XXVIII; Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), h. 186.

Pada wawancara ini peneliti berpatokan pada pedoman wawancara terstruktur serta wawancara tidak terstruktur.

b. Observasi

Observasi dilakukan dalam penelitian ini untuk bertanya dan melihat bagaimana pelaksanaan jual beli pedagang yang ada di Pasar Sentral Palakka Kab. Bone kemudian melakukan perbandingan terkait perilaku pedagang dalam melakukan transaksi jual beli.

c. Dokumentasi

1). Proses pengumpulan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih akurat dan sesuai dengan masalah penelitian<sup>21</sup>. Dalam penelitian ini proses dokumentasi dilakukan dengan memanfaatkan dokumen penting mengenai etika bisnis.

2). Mendokumentasikan pengambilan data melalui kamera dan alat perekam handpone

7. Teknik Pengujian Data

a. Triangulasi

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau pembandingan terhadap data itu<sup>22</sup>. Keabsahan data dalam penelitian ini adlah dengan menggunakan teknik triangulasi teori. Teknik triangulasi teori dilakukan dalam menguji keabsahan data menggunakan perspektif lebih dari satu dalam

---

<sup>21</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pengantar Praktek* (Cet. XII; Jakarta: PT Rineka Cipta, 2008), h. 330.

<sup>22</sup>Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Cet. XV; Jakarta: PT Remaja Rosdakarya, 2001), h. 330.

membahas permasalahan-permasalahan yang dikaji, sehingga dapat dianalisis dan ditarik kesimpulan yang lebih utuh dan menyeluruh. Dalam penelitian ini, peneliti membutuhkan teori yang berbeda untuk menarik suatu kesimpulan dengan cara memahami teori-teori yang berbeda sehingga dapat diperoleh hasil yang akurat. Dalam penelitian ini, peneliti menguji data dengan memisahkan yang relevan dan yang tidak relevan pada apa yang di butuhkan dalam penelitian ini.

#### b. Dependability

Dependability merupakan kesesuaian pertanyaan dengan alat yang digunakan oleh peneliti. Peneliti akan mengajukan pertanyaan kepada masyarakat mengenai objek yang akan diteliti yaitu transaksi jual beli pedagang sembako, pedagang ikan, dan pedagang buah. Pertanyaan tersebut langsung diajukan kepada peneliti dan langsung dicatat dan/ direkam oleh peneliti.

### 8. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah menguraikan atau memecahkan suatu keseluruhan menjadi bagian atau komponen yang lebih kecil. Analisis data adalah penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan<sup>23</sup>.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif, dan teknik analisis yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka<sup>24</sup>.

---

<sup>23</sup>Prabowo, *Metode Penelitian* (Jakarta; Unesa University Press, 2011), h. 57.

<sup>24</sup>Lexy J. Moleong, *Metedologi penelitian kualitatif*, h. 11.

