ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS SYARIAH PADA PEDAGANG DI PASAR WISATA

(Studi Kasus: Pasar Lereng Kota Bukittinggi)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah

OLEH

PITRI SESNAWATI

3721035

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJMIL DJAMBEK BUKITTINGGI

2025

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul "**Analisis Penerapan Etika Bisnis Syariah pada Pedagag di Pasar Wisata" (Studi Kasus: Pasar Lereng Kota Bukittinggi)**. Yang di susun oleh **Pitri Sesnawati Nim 3721035**, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi. Yang memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk di ajukan munaqasah.

Demikian persetujuan ini di berikan agar dapat di pergunakan seperlunya.

Bukittinggi, 1 Juli 2025
Dosen Pembimbing

Prof. Dr. Iiz Izmuddin, MA
NIP. 197503032001121007

PERNYATAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: Pitri Sesnawati
Nim	: 3721035
Tempat/ Tanggal Lahir	: Langgai, 01 Mei 2003
Prodi	: manajemen Bisnis Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi	: Analisis Penerapan Etika Bisnis Syariah pada Pedagang di Pasar Wisata (Studi Kasus: Pasar Lereng Kota Bukittinggi)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (skripsi saya dengan judul diatas adalah benar hasil karya ilmiah saya sendiri. apabila dikemudian hari terbukti skripsi ini bukan karya saya, makasaya bersedia di proses secara hukum yang berlaku dan gelar sarjana saya dapat dicabut sampai batas waktu yang ditentukan.

Demikian peryataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat di pergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittingi, 1 Juli 2025
Penulis

Pitri Sesnawati
Nim 3721035

ABSTRAK

Skripsi ini di susun oleh **Pitri Sesnawati Nim 3721035** yang berjudul "**Analisis Penerapan Etika Bisnis Syariah Pada Pedagang di Pasar Wisata".** Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukitinggi di Bawah Bimbingan Bapak Prof. Dr. Ii Izmuddin, MA.

Adapun yang melatarbelakangi penulis membahas ini adanya praktik perdagangan yang belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis syariah. Beberapa pedagang yang masih kurang menerapkan nilai kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab dalam aktivitas jual beli, seperti adanya perbedaan pelayanan terhadap konsumen lokal dan no lokal, ketidaksesuaian harga dengan kualitas barang, serta kurangya transparansi dalam transaksi. Hal ini menjadi perhatian penting untuk dilakukannya penelitian ini dikarenakan pasar lereng merupakan salah satu pusat perdagangan strategis yang berperan besar dalam menunjang aktivitas ekonomi dan pariwisata Kota Bukittinggi.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana penerapan etika bisnis syariah oleh pedagang di Pasar Lereng, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan tingginya harga barang yang di jual pedagang kepada konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara, observasi langsung, dan dokumentasi. Adapun informan penelitian ini terdiri dari pedagang, konsumen dan pihak pengelola pasar.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa sebagian pedagang telah menerapkan nilai-nilai etika bisnis syariah, seperti kejujuran dalam menyampaikan kondisi barang dan tanggung jawab dalam menetapkan harga. Namun tidak dapat di pungkiri masih terdapat pedagang yang belum menerapkan etika bisnis syariah pada kegiatan perdagangannya dengan alasan ingin mendapatkan keuntungan yang lebih tingi. Pada praktiknya masih di temukan penyimpangan seperti adanyan penjualan barang dengan harga yang tinggi dan ketidakadilan dalam pelayanan.

Kata Kunci : Etika Bisnis Syariah, Pedagang, Pasar Wisata

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas limpahan rahmat dan karunia-nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan karya ilmiah skripsi sesuai dengan waktu yang ditentukan. Sholawat dan salam penulis ucapkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan dua pedoman hidup menuju jalan yang diridhoi oleh Allah SWT yaitu Al-Qur‟an dan Hadits, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Analisis Penerapan Etika Bisnis Syariah pada Pedagang di Pasar wisata (Studi Kasus: Pasar Lereng Kota Bukittinggi)".**

Skripsi ini disusun dalam rangka menyelesaikan studi strata 1 untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi. Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari berbagai bantuan moril dan material dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat penulis selesaikan sesuai dengan kaidah yang berlaku. Oleh karena itu penulis sampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Ibuk Prof. Dr. Silfia Hanani, S.Ag.,M.Si selaku Rektor, Bapak Dr.Afrinaldi, S.Sos.I., MA selaku Wakil Rektor I UIN Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi, Bapak Prof.Dr.Iiz Izmuddin, MA selaku Wakil Rektor II, Bapak Dr. H. Edi Rosman,

S.Ag., M.Hum selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi.

2. Bapak Dr. Aidil Alfin, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI).
3. Bapak Andis Febrian, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Prof.Dr.Iiz Izmuddin, MA selaku Dosen Pembimbing skripsi penulis yang telah mengarahkan, membimbing dan mengoreksi, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
5. Ibuk Yenti Astarie Dewi SE, Akt,. MM selaku Dosen Penasehat Akademik (PA) yang telah memberikan motivasi dan dorongan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi yang telah memberikan pengetahuan serta wawasan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu pimpinan serta karyawan dan karyawati Perpustakaan Universitas Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi yang telah melayani serta menyediakan fasilitas kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
8. Ayah tercinta dan panutanku yaitu bapak Kuris, terima kasih sudah berjuang untuk kehidupan penulis, beliau memang hanya tamatan SD yang tidak pernah bermimpi bisa melanjutkan ke jenjang SMP atau bahkan di bangku kuliah. Namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi dan memberi dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
9. Pintu surgaku Amak tercinta ibu Rabayus yang telah melahirkan, memberikan kasih sayang dan cinta kepada penulis, serta selalu menjadi tempat berpulang paling ternyaman bagi penulis. Terima kasih untuk do’a

yang beliau panjatkan selama ini sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai akhi.

10. Untuk adikku Judra Pandara yang memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
11. Kepada sahabat-sahabat penulis yaitu Multiyani, Yulia yang telah mendukung dan memberikan penulis semangat untuk mngerjakan skripsi ini.
12. Kantor Dinas Perdagangan dan Pedagang di pasar Lereng kota Bukittinggi yang telah mengizinkan saya melakukan penelitian.

Semoga bimbingan dan bantuan yang Bapak dan Ibu berikan menjadi amal kebaikan dan mendapat balasan yang sesuai dari Allah SWT. Semoga karya yang masih jauh dari kesempurnaan ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan pendidikan.

Akhirnya penulis ucapkan puji syukur kehadirat Allah atas selesainya penyusunan karya ilmiah ini, mudah-mudahan dapat berguna dan sebagai amal jariyah disisi Allah SWT, serta semoga semua jerih payah dari semua pihak tersebut dibalas dengan pahala yang berlipat ganda. Aamiin Ya Rabbil A‟lamin.

Bukittinggi, 1 Juli 2025

Pitri Sesnawati
Nim 3721035

DAFTAR ISI

ABSTRAK ..... **i**
KATA PENGANTAR ..... **ii**
DAFTAR ISI ..... **v**
DAFTAR TABEL ..... **vii**
DAFTAR GAMBAR ..... **viii**
BAB I PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Identifikasi Masalah 8
C. Batasan Masalah 9
D. Rumusan Masalah 9
E. Tujuan Penelitian 10
F. Manfaat Penelitian 10
G. Penjelasan Judul 11
BAB II LANDASAN TEORI
A. Etika Bisnis Syariah 15
1. Pengertian Etika Bisnis Syariah 15
2. Teori-Teori Etiaka Bisnis Syariah 18
3. Indikator Etika Bisnis Syariah 20
4. Fungsi Etika Bisnis Syariah 26
5. Dasar Hukum Etika Bisnis Syariah Dalam Islam 27
B. Pedagang 29
C. Pasar 30
1. Pengertian Pasar 30
2. Macam-Macam Pasar 32
3. Ciri-Ciri Pasar 35
4. Fungsi Pasar 36
D. Pasar Wisata 37
E. Kajian Terdahulu 38
BAB III METODE PENELITIAN
A. Jenis Penelitian 43
B. Lokasi dan Waktu Penelitian 44
C. Jenis dan Sumber Data 44
D. Informan Penelitian 45
E. Teknik Pengumpulan Data 47
F. Metode Analisis Data 48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHAAN
A. Gambaran Umum Pasar Lereng Kota Bukittinggi 50
B. Penerapan Etika Bisnis Syariah Dalam Perdagangan di Pasar Wisata Kota Bukittinggi 54
C. Faktor-Faktor Penyebab Tingginya Harga Jual Barang di Pasar Wisata Kota Bukittinggi 62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN
A. Kesimpulan 70

B. Saran..... 71
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pedagang Di Pasar Lereng Kota Bukittinggi 5

Tabel 2.1 Kajian Terdahulu 38

DAFTAR GAMBAR

Tabel 4.1 Denah Pasar Lereng 53

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam merupakan agama yang membawa nilai-nilai dalam seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk dalam urusan muamalat. Ada berbagai macam bentuk kegiatan muamalat, salah satunya adalah perdagangan yang didalamnya berisi kegiatan jual beli. Dengan demikian, seluruh kegiatan perdagangan harus berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Prinsip-prinsip tersebut termasuk dalam surat An-Nisaa ayat 29 yang menurut tafsir Ibnu Katsir berisi larangan mendapatkan harta melalui perniagaan dengan cara yang batil seperti mengandung riba, ada unsur judi, dan menggunakan tipuan.[1]

Dengan seiring perkembangan zaman kegiatan bisnis khususnya perdagangan semakin meningkat. Persaingan dalam dunia bisnis pun juga ikut meningkat. Sehingga dalam hal ini pelaku bisnis atau usaha juga perlu membuat strategi-strategi yang tepat dalam melakukan perdagangan produknya serta memenangkan persaingan untuk memaksimalkan pendapatan keuntungan atau laba.[2]

[1] Wahyu Sri Bintang Romadona and Izzani Ulfi, „Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako Di Desa Jumbleng Indramayu", *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 6.3 (2021),Hal. 65.

Pada ruang lingkup perdagangan, para pedagang ini berharap mendapatkan keuntungan, keuntungan adalah suatu hal yang wajar karena memang itulah tujuan mereka, tetapi dalam proses mendapatkan keuntungan kita juga harus melihat bagaimana pihak lain yang juga berdagang. Salah satu yang harus kita perhatikan adalah bagaimana cara kita bertindak secara etis dalam melakukan perdagangan demi kemaslahatan bersama, hal yang bisa kita terapkan dalam berperilaku etis sendiri adalah kita senantiasa selalu menanamkan moral dalam setiap aktivitas yang kita lakukan dan setiap aktivitas itu juga jangan sampai merugikan diri kita sendiri karena jika aktivitas merugikan kita itu sama saja kita gagal dalam menerapkan nilai-nilai moral dalam berdagang.

Pasar adalah sekumpulan pembeli dan penjual melalui interaksi mereka yang nyata atau potensial, menetapkan harga suatu produk atau sekumpulan produk, dengan demikian kita dapat memandang pasar sebagai tempat di mana harga ditetapkan. Secara sederhana pasar dapat diartikan sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Interaksi di pasar tidak hanya antara penjual dengan pembeli dan uang dengan barang tetapi juga antar etnis sebagai akibat dari migrasi penduduk.[3]

Berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 112 Pasal 1 Tahun 2007 mendefinisikan pasar sebagai area tempat jual beli

[3] Sabil Mokodenseho and Tri Lestari Puspitaningrum, „Relasi Sosial-Ekonomi Dan Kekuasaan Antara Rentenir Dan Pedagang Pasar Tradisional Di Jawa Tengah", *Politika: Jurnal Ilmu Politik*, 13.1 (2022), Hal. 41–58.

barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan, maupun sebutan lainnya.[4] Dalam perekonomian, pasar mempunyai peranan penting untuk menggerakkan roda kehidupan ekonomi masyarakat**.**

Salah satu permasalahan yang terjadi di pasar diantaranya adalah banyaknya praktik-praktik yang tidak sesuai dengan ajaran islam, seperti kecurangan, penipuan, riba, sumpah palsu dan lain-lain. Perbuatan tersebut biasa disebabkan karena dorongan hawa nafsu atau tidak memiliki pengetahuan mengenai prinsip-prinsip etika bisnis syariah dalam melaksanakan perdagangannya. Oleh karena itu pasar merupakan tempat yang paling di benci oleh Allah swt sebagaimana sabda Rasulullah saw: "Tempat yang paling disukai Allah adalah masjid-masjidnya, dan tempat yang paling dibenci Allah adalah pasar". (HR Muslim dari Abu Hurairah).[5]

Etika bisnis syariah merupakan nilai-nilai etika Islam dalam melakukan kegiatan usaha yang berpegang pada prinsip kebenaran, kepercayaan, ketulusan, persaudaraan, pengetahuan dan keadilan. Maka, etika bisnis sangatlah penting dalam Islam, etika bisnis berguna sebagai suatu pedoman dalam setiap kegiatan berbisnis, tidak hanya untuk mencari keuntungan, tapi juga mencari ridha Allah SWT. Untuk mencapai keduanya, maka dalam berbisnis

[4] Abdul Shomad, „Memproteksi Warung Kelontong Dari Ekspansi Minimarket Dan Revolusi Industri 4.0", *Jurnal Administrasi Dan Kebijakan Publik*, 6.1 (2021),Hal. 113–32.

diperlukan perencanaan jangka panjang maupun jangka pendek dan memiliki pandangan untuk kedepannya. Perencanaan bisnis dengan memperhatikan etika bisnis syariah akan sangat berguna bagi para pebisnis yang melakukan kegiatan bisnisnya di era globalisasi dengan berpedoman pada Al-Qur‟an dan hadits guna menjauhi segala perbuatan yang dilarang oleh Allah SWT. Etika bisnis syariah memiliki fungsi sebagai penyelaras berbagai kepentingan dalam melakukan kegiatan bisnis, etika bisnis syariah berperan untuk menyadarkan manusia tentang apa itu bisnis, dengan memberi pemahaman menggunakan dasar nilai moral dan spiritual. Selain itu, etika bisnis syariah juga dapat menjadi solusi atas masalah-masalah bisnis di era globalisasi yang semakin tidak mengindahkan nilai etika yang terdapat dalam Al-Qur‟an dan hadits.[5]

Dengan menerapkan etika dan kejujuran dalam menjalankan bisnis maka akan meningkatkan nilai dari bisnis itu sendiri tingkat persaingan yang semakin ketat dan konsumen yang semakin kritis mengharuskan pelaku usaha untuk menjaga kepuasan konsumen, dengan etika bisnis syariah ini diharapkan pasar Lereng Bukittinggi mampu menerapkan etika bisnis syariah secara optimal yang sesuai dengan etika bisnis syariah.[6] Sebagaimana

[5] Rias Mei Riananda and A‟rasy Fahrullah, „Penerapan Etika Bisnis Islam Untuk Meningkatkan Kualitas Kinerja Karyawan Perusahaan Pada CV Abdi Makmur Surabaya‟, *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4.2 (2021), Hal. 109–22.

[6] Beid Fitrianova Andriani, A. Tarmizi, and Aurelia Zahwa Putri E., „Analisis Penerapan

firman Allah dalam Al-Qur‟an surah Al Ahzab ayat 24:

لِيَجْزِيَ اللّٰهُ الصّٰدِقِيْنَ بِصِدْقِهِمْ وَيُعَذِّبَ الْمُنٰفِقِيْنَ اِنْ شَاۤءَ اَوْ يَتُوْبَ عَلَيْهِمْۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ غَفُوْرًا رَّحِيْمًا

> Artinya : *Agar Allah memberikan balasan kepada orang-orang yangbenar itu karena kebenarannya, dan mengazab orang munafik jika Dia kehendaki, atau menerima tobat mereka. Sungguh, Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang.*

Pada ayat tersebut dapat di pahami bahwa orang yang menjalani hidupnya dengan berbohong, pada akhirnya menjadi orang yang munafik. Sebab, landasan iman dan jujur, sedangkan landasan kemunafikan adalah dusta, karena itu iman dusta tidak mungkin menyatu. Allah Swt memerintahkan kepada hambanya untuk bersikap jujur, sebaliknya Allah sangat murka kepada hambanya yang berdusta, lebih-lebih yang mendustakan Dia dan segala nikmatnya.

Table 1.1 Jenis dan Jumlah Pedagang di Pasar Lereng Bukittinggi

No	Jenis Pedagang	Jumlah Pedagang
1.	Besi	7
2.	Pakaian	146
3.	Pecah belah	6
4.	Buah-buahan	2
5.	Sepatu& Sendal	39
6.	Aksesoris	16
7.	Mainan	4
8.	Sanjai & Kerupuk	14
9.	Tas & Dompet	24
10.	Ikat pinggang	1

Etika Bisnis Islam Dalam Keberhasilan Usaha‟, *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi*, 2.2 (2023),Hal. 238–52.

11.	Makanan dan minuman	3
12	Buku	2
13.	Kopi	2
14.	Mukena	3
15.	Kelontong	2
16.	Tape/musik	1
17.	Ayam potong	1
18.	Souvenir	1
19.	Figura	3
20.	Kosong	6
Jumlah		283

Sumber Data: Hasil pengelolaan penulis pada 13 November 2024

Dari data di atas jumlah pedagang di pasar Lereng Bukittinggi terdapat 283 Pedagang tetap.

Pasar Lereng merupakan salah satu pasar tradisional yang berada di kota Bukittinggi. Pasar tradisional pasar Lereng Kota Bukittinggi, dalam kegiatan perdagangnya, masih ada para pedagang yang belum menerapkan etika bisnis syariah secara utuh mengakibatkan terjadinya berbagai penyimpangan dalam praktik bisnis. Kecurangan dalam penjualan yang sering kali terjadi, seperti menimbang dengan cara yang tidak jujur contohnya pada saat membeli sanjai, sanjai yang dijual di sana kebanyakan tidak ditimbang melainkan hanya ditakar menggunakan plastik. Plastik menjadi salah satu alat pengukur dalam penjualan sanjai.

Berdasarkan hasil wawancara Penulis dengan Fitriana Malau dia mengatkan bahwa sanjai yang dijual dipasar lereng tidak ditimbang oleh pedagang disana melainkan sanjai yang diberikan sudah

dibungkus.[7]

Tingginya harga jual yang dilakukan oleh pedagang dipasar lereng mengakibatkan para konsumen mengeluh dengan barang yang dijual, contohnya seperti baju di pasar lereng, baju yang dijual diatas harga 100.000 konsumen merasa harga yang ditawarkan di pasar Lereng terlalu tinggi sedangkan pasar Aur Kuning baju yang ditawarkan masih dibawah harga

100.000 dengan model yang sama. Dan juga ada ketidaksesuaian barang dengan harga yang di berikan contohnya seperti dalam pakaian, pakain dijual

dengan harga yang mahal sedangkan kualitas pakaian tidak terlalu bagus atau barang yang diberikan bisa luntur.

Laura Putri Ramadhani ia mengatakan bahwa barang yang dijual di pasar lereng harganya sangat tinggi dibandingkan dengan pasar Aur Kuning.[8]

Perbedaan pelayanan juga menjadi salah satu faktor pendorong adanya perbedaan pelayanan antara pengunjung lokal dengan non lokal, serta juga terdapatnya ketidaksesuaian harga barang dengan kualitas barang yang diberikan. Selain itu harga miniature yang di jual seringkali tidak wajar dan terlalu tinggi di bandingkan dengan harga sebenarnya. Ketidakadilan semacam ini mencerminkan belum adanya komitmen sepenuhnya terhadap prinsip- prinsip kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab dalam bisnis sesuai dengan ajaran

[7] Wawancara Pribadi Dengan Konsumen Fitriana Malau 11 November 2024

[8] Wawancara Pribadi Dengan Konsumen Laura Putri Ramadhani 11 November 2024

syariah. Penyimpangan etika-etika bisnis syariah, seperti penipuan, kecurangan, dalam produk yang di jualnya. Perilaku menyimpang yang ditemukan di pasar antara lain menjual produk yang tidak sesuai dengan faktanya, ada juga pedagang yang tidak ramah dalam melayani konsumen.

Berdasarkan observasi awal yang di lakukan, Penulis menemukan bahwa dalam proses jual beli terdapat perbedaan pelayanan yang diberikan oleh pedagang pada konsumen, pelayanan yang diberikaan oleh pedagang pada konsumen lokal biasanya lebih cenderung tidak ramah, konsumen lokal dibiarkan untuk menunggu lama sedangkan konsumen non lokal di dahulukan pada saat berbelanja. Dan juga terdapat harga yang tidak sesuai dengan barang yang di berikan contohnya seperti harga miniature Jam Gadang pedagang

Berdasarkan permasalahan tersebut penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian tentang **ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS SYARIAH PADA PEDAGANG DI PASAR WISATA**

B. Identifikassi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, terdapat identifikassi masalah

1. Penjual yang kurang menerapkan prinsip etika bisnis syariah dalam jual beli yaitu prinsip kejujuran dan berlaku adil pada

pembeli serta ketidaksesuaian barang yang diberikan oleh pedagang kepada konsumen.

2. Tingginya harga barang yang di jual oleh pedagang kepada konsumen.
3. Terdapatnya perbedaan pelayanan antara pengunjung lokal dengan non lokal.
4. Terdapatnya perbedaan harga yang ditawarkan antara pengunjung lokal dengan non lokal.

C. Batasan Masalah

Dalam pernyataan Identifikasi Masalah diatas, Penulis mempertimbangkan perlu adanya batasan masalah dalam penelitian ini agar penelitian yang di lakukan terarah, tidak menyimpang dari topik yang di persoalkan dan dapat mencapai sasaran yang diinginkan. Maka penulis membatasi masalah pada Penjual yang kurang menerapkan prinsip etika bisnis syariah dalam jual beli yaitu prinsip kejujuran dan berlaku adil pada pembeli, dan Tingginya harga barang yang di jual oleh pedagang kepada konsumen.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di jelaskan diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Sejauh mana etika bisnis syariah di terapkan dalam praktik bisnis pada pada pedagang di Pasar Lereng Kota Bukittinggi?
2. Apakah yang menyebabkan tingginya harga barang yang

diberikan oleh pedagang kepada konsumen?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas terdapat tujuan penelitian yaitu :

1. Untuk menganalisa penerapan etika bisnis syariah dalam praktik bisnis pada Pedagang di Pasar Lereng Kota Bukittinggi.
2. Untuk mengetahui apa yang menyebabkan tingginya harga barang yang dijual di Pasar Lereng Kota Bukittinggi.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Kegunaan penelitian ini adalah untuk memperluas ilmu pengetahuan. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumbangan ilmu dan pembelajaran untuk mendukung pengetahuan tentang penerapan etika dan juga memberikan panduan praktis pada pedagang dipasar lereng Kota Bukittinggi mengenai penerapan etika bisnis syariah yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Serta membantu pengelola pasar dan pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan yang mendorong penerapa etikan bisnis syariah di pasar tradisional.

2. Manfaat Praktis

1. Bagi penulis

Penelitian ini merupakan pengalaman berharga yang dapat menambah wawasan pengetahuan mengenai penerapan etika bisnis syariah pada pedagang dipasar Lereng Kota Bukittingggi. Dan penulis ini mengembangkan pemahaman mengenai bagaimana penerapan etika bisnis syariah bagi para pedagang di pasar Lereng Kota Bukittinggi.

2. Bagi sosial

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya etika dalam berbisnis, yang dapat berkontribusi pada terciptanya lingkungan bisni yang lebih adil dan terpercaya, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan kualitas interaksi antara pedagang dan kosumen dipasar tradisonal.

G. Penjelasan Judul

Analisis : Kegiatan berpikir untuk menguraikan suatu keseluruhan menjadi komponen sehingga dapat mengenal tanda-tanda komponen, hubungannya satu sama lain dan fungsi masing-

masing dalam satu keseluruhan yang terpadu.[9]

Penerapan: Adalah proses atau tindakan mengimplementasikan atau menerapkan sesuatu dalam praktik nyata. Dalam konteks judul di atas, penerapan merujuk pada bagaimana prinsip-prinsip etika bisnis syariah diterapkan oleh pedagang di Pasar Lereng Kota Bukittinggi.

Etika Bisnis syariah : Adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Etika berbisnis dalam isalm ini biasa disebut sebagai suatu prinsip dan norma dimana pelaku bisnis harus mempunyai komitmen bersama dalam melakukan sebuah transaksi, perilaku dan juga juga berguna mencapai tujuan bisnisnya dengan selamat.

Pedagang : Orang yang memperjual belikan

[9] Yuni Septiani, Edo Aribbe, And Risnal Diansyah, „Analisis Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Universitas Abdurrab Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Sevqual (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Abdurrab Pekanbaru)‟, *Jurnal Teknologi Dan Open Source*, 3.1 (2020), Hal. 131–43.

barang daganganya kepada konsumen. Seorang dapat menjual dagangannya kepada konsumen sehingga konsumen bisa memperoleh barang yang ia butuhkan. Begitu juga bagi pedagang, ia bisa memperoleh laba/keuntungan. Cara pedagang melakukan penjualannya bisa dengan keliling ataupun *standby* di tempat tertentu seperti pasar.[10]

Pasar : Pasar adalah suatu tempat atau proses interaksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) dari suatu barang/jasa tertentu, sehingga akhirnya dapat menetapkan harga keseimbangan (harga pasar) dan jumlah yang diperdagangkan. Jadi setiap proses yang mempertemukan antara pembeli dan penjual, maka akan membentuk harga yang disepakati antara pembeli

[10] Rein Glen Singgano, Juliana Lumintang, and Lisbeth Lesawengen, „Usaha Pedagang Pasar Tradisional Dalam Mengatasi Dampak Covid-19 Di Kelurahan Bulagi I Kecamatan Bulagi Kabupaten Banggai Kepulauan", *Journal Ilmiah Society*, 1.1 (2021), Hal. 1–10.

> dan penjual. Dalam kehidupan sehari-hari kita dapat melihat pasar dalam bentuk fisik seperti pasar barang (barang konsumsi).[11]

Jadi Analisis Penerapan Etika Bisnis Syariah Pada Pedagang Di Pasar Wisata adalah mengamati aktivitas objek cara mendeskripsikan seperangkat nilai baik, buruk benar, salah dan haram dalam dunia bisnis berdasarkan moralitas dan capaian yang di peroleh oleh seseorang guna mencapai tujuan usahanya sesuai dengan syariat islam pada sebuah bisnis yang dimiliki dan kelola oleh seseorang atau kelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertetu.

[11] Ainul Imronah, „Struktur Pasar Dan Persaingan Harga Pasar Persaingan Sempurna (Tinjauan Ekonomi Islam)", *J-Ebi: Jurnal Ekonomi Bisnis Islam*, 1.01 (2022), Hal. 26–35.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Etika Bisnis Syariah

1. Pengertian Etika Bisnis

Etika berasal dari kata Yunani "ethos", yang artinya adat istiadat atau kebiasaan. Dalam hal ini etika terkait dengan kebiasaan hidup yang baik. Ini berarti bahwa etika terkait dengan nilai-nilai, cara hidup yang baik, dan semua kebiasaan baik dan diturunkan dari satu generasi ke generasi lainnya. Etika berhubungan dengan moral, yang menjadi sasaran etika ialah moralitas.[12] Etika juga merupakan studi moral yang tujuan eksplisitnya adalah untuk menentukan standar yang benar didukung oleh penalaran yang baik, etika mencoba mencapai kesimpulan moral antara yang benar dan salah serta moral yang baik dan salah. Sedangkan kata bisnis yang terambil dari bahasa Inggris "*business*", berarti urusan atau usaha. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, bisnis berarti usaha-usaha komersial di dunia perdagangan.

Perdagangan berasal dari kata "dagang" yang mendapat awalan "per-" dan akhiran "-an", yang berarti segala sesuatu yang berkaitan dengan urusan dagang, perihal perdagangan atau perniagaan. Etika dalam bisnis ialah suatu pengetahuan mengenai nilai-nilai dalam

[12] Indra Maulana Abdul Aziz, Naufal Luthfi Alifa, Abdurrahman Ahmad Faisal, Elfaza Hanura Rohimatin, Hasemi Rafi Rafsanjani, Ratih Wulan Dari, Jaka Dawud, Wulan, Fiqih Hamzah, Enjang Sukron Aziz, Salsadila Septiya Maharani, Wandi Krisna Mukti, Fariz Muhammad Zia Ul Haq, S, *ETIKA BISNIS ISLAM Teori & Penerapan* (PT. Adab Indonesia, 2024). Hal 10-11.

mengelola bisnis.

Dalam buku etika karya K. Bertens, beliau memaparkan etika menjadi 3 maksud, Yang Pertama berasal dari nilai-nilai moral yang merupakan keyakinan bagi seseorang atau kelompok untuk mengatur perilakunya. Kedua berasal dari kumpulan asas atau nilai-nilai moral atau kode etik. Ketiga etika bagaikan ilmu baik dan buruk.[13] Trevano dan Nelson menyatakan bahwa etika bisnis sebagai seperangkat nilai dan prinsip moral yang mengatur prilaku bisnis dan interaksi antara perusahaan, karyawan, pelanggan, dan masyarakat secara umum. Etika bisnis melibatkan pertimbangan tentang bagaimana bisnis harus dijalankan secara adil, jujur, bertanggung jawab, dan berkelanjutan.

Bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Menurut arti dasarnya, bisnis memiliki makna sebagai " *the buying and selling of goods and services*." Bisnis berlangsung karena adanya kebergantungan antar individu, adanya peluang internasional, usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan standar hidup, dan lain sebagainya. Bisnis juga dipahami dengan suatu kegiatan usaha individu (privat) yang terorganisasi atau melembaga, untuk menghasilkan dan menjual barang atau jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Bisnis dilakukan dengan tujuan untuk

[13] Muhammad Wahyudi Chaidir Iswanaji, *Etika Bisnis Islam Perspektif Al-Qur'an Dan Hadist* (CV. Adabu Abimata, 2020). Hal 2.

mendapatkan keuntungan (*pofit),* mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, pertumbuhan sosial, dan tanggung jawab sosial.[14]

Prinsip etika bisnis adalah menjadikan bisnis ini ke dalam kegiatan yang beretika, sehingga dapat berjalan dengan seiringnya suatu kaidah etika yang berada didalam hukum dan aturan yang berlaku. Didalam hal banyak ada kaitanya yang berhubungan norma- norma kaidah etika yang baik berlaku untuk dapat diterapkan di bisnis, namun membantu juga kita untuk dapat bertanggung jawab dan suatu berperilaku yang baik di masyarakat.

Jadi, etika bisnis merupakan segenap aturan-aturan yang ada diantara masyarakat dan para pelaku bisnis yang berhubungan erat dengan tingkah laku, perilaku serta norma-norma yang harus ditegakan oleh para pelaku bisnis dalam melakukan aktivitas bisnis sesuai dengan pedoman dan aturan yang telah ditetapkan agar mencapai kedamaian dan ketentraman dalam melakukan kegiatan bisnis.[15]

[14] Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Kencana, 2018). Hal 3.

[15] Nurmeiny Putri Ramadhany, Havis Aravik, and Choirunnisak Choirunnisak, „Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Terhadap Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Pada Rozza Bakery Palembang", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 3.1 (2023), Hal 13–26.

2. Teori-Teori Etika Bisnis

Teori etika bisnis merupakan kerangka kerja yang digunakan untuk memandu perilaku etis dalam lingkungan bisnis. Tersapat beberapa teori etika bisnis yang sering dibahas dalam literature, antara lain.[16]

a. Teori Utilitariasme

J S Mill dalam teori ini, tindakan dianggap etis jika tindakan tersebut menghasilkan manfaat terbesar bagi sebanyak mumgkin orang. Dalam konteks bisnis, teori ini dapat diaplikasikan dengan mempertimbangkan dampak positif dan negative dari tindakan bisnis terhadap seluruh stakeholder, dan memilih tindakan yang menghasilkan manfaat terbesar untuk seluruh pihak terkait.

b. Teori keadilan

Rawls dalam teori ini menekankan pada prinsip keadilan dalam distribusi manfaat dan beban. Dalam konteks bisnis, teori keadilan dapat diterapkan dengan mempertimbangkan hak dan kewajiban masing-masing stakeholder, dan memilih tindakan bisnis yang adil bagi pihak yang terkait.

c. Teori Etika Deontologi

Istilah “Deontologi” berasal dari Bahasa Yunani *deon* yang berarti kewajiban. Oleh karena itu, teori etika deontology ini menekankan pada kewajiban manusia untuk bertindak secara baik. Menurut teori

[16] Deny Susanto, *Etika Bisnis* (CV. Toha Media, 2023). Hal.10

etika deontology merupakan suatu tindakan tersebut baik bukan dinilai dan di benarkan yang berdasarkan pada akibat atau tujuan yang baik tindakan tersebut melaikan berdasarkan pada tindakan tersebut sendiri sebagai etika baik pada dirinya sendiri. Dengan kata lain, tindakan tersebut dilaksanakan yang berdasarkan pada kewajiban yang harus dilaksankan terlebas dari tujuan atau akibat yang ditimbulkan dari tindakan tersebut. Misalnya, suatu tindakan bisnis yang akan dinilai baik oleh etika deontologi bukan karena tindakan tersebut mendatangkan akibat baik bagi pelakunya melainkan karena tindakan tersebut sejalan dengan kewajiban si pelaku, seperti memberikan pelayanan yang baik terhadap semua konsumen yang bertujuan untuk mengembalikan hutangnya sesuai dengan kesepakatan, untuk menawrkan barang dan jasa dengan mutu yang sebanding dengan harga dan lain sebagainya.[17]

d. Teori Etika Teleologi

Berbeda dengan teori etika deontology, teori etika ini justru mengukur baik buruknya suatu tindakan berdasarkan pada tujuan yang ingin dicapai dengan tindakan tersebut atau berdasarkan pada akibat yang ditimbulkan oleh tindakan tersebut. Suatu tindakan dinilai baik, apabila bertujuan mencapai sesuatu yang baik atau apabila akibat yang ditimbulkannya baik dan berguna. Misalnya, mencuri bai teori etika teleology tidak dinilai baikatau buruk yang

[17] Iriani Ismail Sagif Haidarravy, *Etika Bisnis Perusahaan* (CV BUDI UTAMA, 2024). Hal 9-

berdasarkan pada baik buruknya tindakan tersebut sendiri melainkan oleh tujuan dan akibat dari tindakan tersebut. Apabila tujuanya baik, maka tindakan tersebut dinilai baik, seperti tindakan seorang anak yang mencuri demi membayar pengobatan ibunya yang sakit parah akan dinilai secara moral sebagai tindakan yang baik terbebas dari kenyataan bahwa secara legal anak tersebut dapat dihukum. Sebaliknya, apabila tindakan tersebut bertujuan jahat, maka tindakan tersebut dinilai jahat.

Berdasarkan pada uraian diatas, maka dapat dikatan bahwa teori etika teleology ini lebih bersifat situasional, karena tujuan dan akibat dari suatu tindakan dapat sangat bergantung pada situasi dan kondisi.Teori ini memecahkan dilema moral tetapi lebih dulu mempertimbangkan hak dan kewajiban moral mana yang dilibatkan di dalamnya. Dilemama tersebut dipecahkan dengan mengindahkan struktur hak.

3. Indikator Etika Bisnis Syariah

Dalam hukum islam disebutkan bagaimana prinsip-prinsip dalam berbisnis.[18] Etika bisnis syariah merupakan tata cara pengelolaan bisnis berdasarkan AL-Qur‟an, hadist, dan hukum yang telah dibuat oleh para ahli fiqih yang dijalankan dengan nilai-nilai syariah yang menegaskan pentingnya halal dan haram. Prinsip-prinsip dasar etika bisnis syariah harus mencakup:

[18] Maulida, Novita, and Siti Femilivia Aisyah, „Etika Bisnis Islam: Implementasi Prinsip Keadilan Dan Tanggung Jawab Dalam Ekonomi Syariah‟, *El-Iqthisadi Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Hukum Dan Syariah*, 6 (2024), Hal. 49–61.

a. Kewajiban bersikap jujur

Sikap jujur termasuk salah satu karakteristik seorang mukmin yang paling menonjol.[19] Tanpa kejujuran, dunia tidak akan mengenyam kedamaian dan agama tidak akan berdiri tegak. Sikap jujur seharunya diterapkan oleh setiap muslim dalm kehidupan sehari- hari, termasuk dalam urusan perdagangan.Kejujuran dalam segala hal membawa kebahagian dunia dan akhirat. Prinsip kejujuran akan melahirkan berbagai sikap yang terpuji, yaitu: tidak menutupi cacat barang yang dijual, tidak melakukan penipuan dalam jual beli, tidak melakukan gharar (transaksi fiktif) dalam jual beli, tidak mengambil riba dan tidak melakukan perbuatan sumpah agar barang yang dijual laku.

b. Prinsip Keadilan

Kata al "adl menurut bahasa adalah "tengah" atau "pertengahan". Kata adil mengandung dua makna yang bertolak belakang, yakni lurus dan sama serta bengkok dan berbeda. Ini mengandung makna bahwa seorang yang adil akan selalu konsisten terhadap sikap dan tindakannya, dia tidak akan memihak pada salah satu pihak, serta orang yang adil akan menggunakan ukuran yang sama dalam menilai sesuatu bukan dengan ukuran (standar) ganda. Adil pada hakikatnya bermakna menempatkan sesuatu pada tempatnya dan memberikan kepada siapa saja apa yang menjadi haknya, yang didasarkan pada suatu prinsip bahwa semua orang kedudukannya sama.[20]

[19] Muh. Arafah, *Etika Pelaku Bisnis Islam* (Wawasan Ilmu, 2022). Hal 13.
[20] Nurdiana Hilalia and others, „Implementasi Prinsip Keadilan Dalam Akad Wadi"Ah

Keadilan merupakan kata sifat yang menunjukan perbuatan, perlakuan adil, tidak berat sebelah, tidak berpihak, berpegang pada kebenaran dan proporsional. Sedangkan M. Quraish Shihab menjelaskan terkait dengan makna keadilan yang terdapat dalam Al-Quran, menurutnya bahwa makna adil antara lain adalah *Adl* dengan arti sama, *Adl* dengan arti seimbang, *Adl* dengan arti perhatian terhadap hak-hak individu dan memberikan hak-hak tersebut kepada setiap para pemiliknya, *Adl* dengan arti dinisbahkan kepada Allah.

Keadilan mencakup semua aspek kehidupan manusia. Keadilan sendiri merupakan prinsip yang sangat penting. Keadilan dapat diartikan dengan menempatkan sesuatu hanya pada tempatnya, memberlakukan sesuatu sesuai dengan posisinya, dan memberikan sesuatu kepada yang benar-benar berhak untuk menerima. Penerapan prinsip keadilan dalam aktivitas ekonomi dapat berupa aturan atau kebijakan yang melarang adanya unsur riba, maysir, gharar dalam praktik pelaksanaan transaksi ekonomi.[21] Rasulullah dalam melakukan jual beli (berbisnis) selalu menjunjung tinggi keadilan dan selalu menerapkan kaidah-kaidah Islam dalam aktivitas ekonomi yang beliau lakukan. Prinsip keadilan harus diimplementasikan dalam seluruh aspek kehidupan bermasyarakat agar tidak terjadi hal-hal yang

---

Yad Dhamanah Pada Produk Tabungan Simpanan Pelajar Di Bank Syariah Indonesia Kcp Selong‟, *Jurnal Al-Kharaj: Studi Ekonomi Syariah, Muamalah, Dan Hukum Ekonomi*, 3.1 (2023), pp. 13–30.

[21] Muhamad Abdulloh, „Mas‟uliyah, Al-Kifayah, Dan Kejujuran Dalam Bisnis Ritel (Studi Kasus MBS Madiun Teguhan Jiwan Madiun)‟, *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 1.1 (2021), pp. 66–77.

dapat merusak hubungan antar manusia, seperti tindakan penghinaan, kekerasan, pengucilan dan lainnya.

Keadilan dalam aktivitas ekonomi bisa berupa adil dalam menimbang artinya tidak adanya kecurangan dalam menimbang, adil dalam penentuan harga artinya harga yang ditetapkan tidak terlalu murah atau tidak terlalu mahal (sama dengan pedagang yang lain) sehingga tidak mematikan pasar, dan dalam kualitas produk yakni sesusai dengan speksifikasi yang sebenarnya. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam surat Al-Maidah ayat 8:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۖ وَلَا

أَقْرَبُ يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَآنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۚ اعْدِلُوا هُوَ

لِلتَّقْوَىٰ ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

> *Artinya :"Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu Jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk Berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan."(Q.S Al-maidah : 8)"*

c. Prinsip Kehendak Bebas

Prinsip ini merupakan bagian terpenting yang harus dilakukan tanpa merugikan kepentingan kolektif. Kehendak bebas adalah suatu kecenderungan pribadinya yang yang tidak terbatas dan dikendalikan

dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakat.[22] Di dalam Islam tentunya kehendak bebas dan berlaku bebas dalam menjalankan roda bisnis harus benar-benar dilandaskan pada aturan-aturan syariah. Tidak diperkenankan melakukan persaingan dengan cara-cara yang kotor dan bisa merugikan baik sesama pelaku binis ataupun terhadap konsumen. Konsep kehendak bebas dalam aktivitas bisnis mengarahkan kepada kebaikan setiap kepentingan dimana kehendak bebas tidak merenggut hak-hak dan kewajiaban setiap orang.

d. Prinsip Tanggung Jawab

Dalam Islam, tanggung jawab mempunyai dimensi yang majemuk, yang berarti tanggung jawab kepada Allah SWT, tanggung jawab terhadap diri sendiri, serta tanggung jawab terhadap lingkungan dan orang yang disekitarnya.[23] Dalam dunia bisnis tanggung jawab sangat berlaku. Setelah melakukan semua kegiatan bisnis dengan beragam bentuk kebebasan, namun bukan berarti semuanya selesai saat tujuan yang dikehendakinya berhasil, atau ketika sudah memperoleh laba. Semuanya perlu pertanggung jawaban terhadap apa yang dilakukan oleh pebisnis tersebut, baik pertanggung jawaban ketika pebisnis memproduksi barang, melakukan transaksi jual beli dan melakukan

---

[22] Syaiful Anwar, *Etika Bisnis Dan Corporate Social Responsibility(CSR) BERBASIS NILAI*
(CV BUDI UTAMA, 2024). Hal 19.

[23] Destiya Wati, Suyudi Arif, and Abrista Devi, „Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop", *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3.1 (2021), pp. 141–54.

perjanjian. Dengan demikian prinsip tanggung jawab merupakan suatu hubungan logis dengan adanya prinsip kehendak bebas.[24]

Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Al‟‟Quran Surat Al Mudatsir ayat 38.

كُلُّ نَفْسٍ ۢ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌۙ ٣٨

Artinya "Setiap orang bertanggung jawab atas apa yang telah dilakukannya,"

Dari ayat diatas sudah jelas bahwa setiap kegiatan manusia dimintai pertanggungjawabannya baik itu terhadap Allah maupun manusia titik kebebasan yang dimiliki manusia dalam melakukan segala aktivitasnya memiliki batas-batas tertentu dan tidak digunakan sebebasnya melainkan dibatasi oleh koridor hukum, norma dan etika yang tertuang dalam Al-Qur‟‟an dan Sunnah yang harus dipatuhi dan dijadikan referensi atau acuan dan landasan dalam melakukan kegiatan bisnisnya.

e. Prinsip kebenaran

Aktivtas bisnis terutama jual beli harus mempunyai prinsip kebenaran yaitu niat, sikap dan perilaku untuk memperoleh serta mencari komoditas pengembangan dalam menetapkan keuntungan dengan cara yang baik. Prinsip kebenaran mempunyai dua unsur penting kebajikan dan kejujuran. Kebajikan dalam hal ini diperlihatkan dengan sikap ramah, kerelaan atau ketulusan dalam

[24] Muhammad Saugi, *HADIST-HADIS EKONOMI SYARIAH* (CV. Pena Persada, 2021). Hal 48.

bermuamalah.[25]

4. Fungsi Etika Bisnis Syariah

Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis syariah diantaranya adalah:

a. Etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyerasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.
b. Etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis Islami. Dan caranya biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang pentingnya bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk yang bernama etika bisnis.[26]
c. Etika bisnis terutama etika bisnis syariah juga bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang kian jauh dari nilai-nilai etika.

[25] Tyas Fariha Syahputri and Sri Abidah Suryaningsih, „Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Sembako Di Pasar Kedurus Surabaya", *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5.1 (2022), Hal. 146–59.

[26] Meri Anti Khusnawati and others, „Praktik Jual Beli Di Destinasi Wisata: Sebuah Tinjauan Etika Bisnis Islam", *Jurnal Antologi Hukum*, 2.2 (2022), Hal. 205–21.

5. Dasar Hukum Etika Bisnis Dalam Islam

Al-Qur'an menegaskan dan menjelaskan bahwa di dalam berbisnis tidak boleh melakukannya dengan cara kebathilan dan kedzaliman, akan tetapi dilakukan atas dasar sukarela dan keridhoan, baik ketika untung ataupun rugi, ketika membeli atau menjual dan sebagainya. Sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur'an Surat Al- Maidah ayat 5 sebagi berikut:

وَلَا تَأْكُلُوْٓا اَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوْا بِهَآ اِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوْا فَرِيْقًا مِّنْ اَمْوَالِ النَّاسِ بِالْاِثْمِ وَاَنْتُمْ تَعْلَمُوْنَ

Artinya, "Janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada para hakim dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui..[27]

Pada bagian pertama dari ayat ini Allah melarang makan harta orang lain dengan jalan bathil. "Makan" ialah "mempergunakan atau memanfaatkan", sebagaimana biasa dipergunakan dalam bahasa Arab dan bahasa lainnya. Bathil menurut syara‟ adalah mengambil harta orang atau pihak lain dengan cara yang tidak direstui pemiliknya. Dapat juga dipahami membelanjakan atau mengunakan harta bukan pada tempatnya. Inti larangan di atas ialah untuk tidak merugikan pihak lain dalam

[27] Faricha Lita Nabbila and Ahmad Syakur, „Prespektif Ayat Al-Qur‟an Dalam Etika Bisnis Islam Kontemporer‟, *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 3.2 (2023), pp. 199–206.

menginginkan hartanya seperti mempersengketakan harta ke hadapan hakim dengan tujuan agar dapat memakan sebagian dari pada harta benda orang lain dengan jalan berbuat dosa, praktek penipuan, judi, korupsi dan lain sebaginya. mengatakan banyak hal yang dilarang yang termasuk dalam lingkup bagian pertama ayat ini, antara lain.

Islam merupakan risalah yang diturunkan Allah melalui Rasul-Nya untuk membenahi akhlak manusia. Nabi SAW.,bersabda"

إِنَّمَا بُعِثْتُ لأُتَمِّمَ مَكَارِمَ الأَخْلاقِ

Artinya: "Sesungguhnya aku diutus hanya untuk menyempurnakan akhlak." (HR. Al-Baihaqi).

Sekilas dari hadist ini menunjukan bahwa rasulullah di utus kedunia adalah untuk memperbaiki akhlak manusia di segala aspek, termasuk akhlak atau etika dalam bisnis.[28] Jika mengikuti yang semua telah Rasulullah sabdakan, maka apapun jenis bisnis yang dilakukan akan memperoleh berkah dari Allah. Krisis dan kepalitan akan menjauh, seandainya pun terjadi, seorang pelaku bisnis akan sabar dan ikhlas menerima segala hasil iktiarnya yang sudah dijalankan sesuai dengan kaidah syariat islam seperti apa yang dicontohkan rasulullah SAW.

[28] Charita Ulfa Widyawan Nandang Ihwanudin, Beti Rahayunurbaeti, Hendro Kasmanto, Dyaniraramadhani, Yusuf Wibisono, Yuli Yatin, Vevi Nur Afifah Sanusi, Agung Setiono, Nadar Rizatullah, Tri Sandy Wibawa Mukti, Asep Tajul Mutaqin Ahmad, Tri Nur Anisa, *Etika Bisnis Dalam Islam (Teori Dan Aplikasi)* (Grup Cv. Widina Media Utama, 2022). Hal 16.

B. Pedagang

Pedagang adalah orang atau badan yang melakukan aktivitas jual beli barang atau jasa di pasar. Pedagang dalam aktivitas perdagangan, orang atau institusi yang memperjualbelikan produk atau barang, kepada konsumen baik secara langsung ataupun tidak langsung.[29]

Pedagang juga didefenisikan sebagai orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang yang tidak di produksi sendiri, untuk memperoleh suatu keuntungan. Tujuan keuntungan tersebutlah, yang merupakan hasil akhir yang ingin di capai oleh seorang pedagang. Pedagang dibedakan menurut jalur distribusi yang dilakukan dapat di bedakan menjadi:

1. Pedagang distributor (tunggal), yaitu pedagang yang memegang hak distribusi satu produk dari perusahaan tertentu.
2. Pedagang partai (besar), yaitu pedagang yang membeli produk dalam jumlah besar yang dimaksudkan untuk di jual kepada pedagang lainnya seperti grosir.
3. Pedagang eceran, yaitu pedagang yang menjual produk langsung kepada konsumen.

Sedangkan dari pandangan sosiologi ekonomi, pedagang di bedakan berdasarkan penggunaan dan pengolahan pendapatan yang di dapatkan dari hasil perdagangan dan hubungannya dengan

[29] Afifah Dian Saputra Marzuki, Muh. Yusri Abadi, Suci Rahmadani, Muhammad Al Fajrin, Rima Eka Juliarti, Arvina Pebrianti, *Analisis Kepatuhan Penggunaan Masker Dalam Pencegahan Covid-19pada Pedagang Pasar Tradisional Di Provinsi Sulawesi Selatan* (Uwais Inspirasi Indonesia, 2021). Hal. 12-13

ekonomi keluarga. Berdasarkan penggunaan dan pengelolaan pendapatan yang diperoleh dari hasil perdagangan, pedagang dapat di kelompokan menjadi:

1. Pedagang professional yaitu pedagang yang menggunakan aktivitas perdagangan merupakan pendapatan/sumber utama dana satu-satunya bagi ekonomi keluarga.
2. Pedagang semi-profesional yaitu pedagang yang mengakui aktivitas perdagangan untuk memperoleh uang tetapi pendapatan dari hasil perdagangan sumber tambahan bagi ekonomi keluarga.
3. Pedagang subsitensi yaitu pedagang yang menjual produk atau barang dari hasil aktivitas subsistensi untuk memenuhi ekonomi keluarga. Pada daerah pertanian, pedagang ini adalah seorang petani yang menjual produk pertanian ke pasar desa atau kecamatan.
4. Pedagang semu adalah orang yang melakukan kegiatan perdagangan karena hobi atau mendapatkan suasana baru atau untuk mengisi waktu luang.

C. Pasar

1. Pengertian Pasar

Pasar adalah tempat bertemunya antara penjual dan pembeli dan melakukan transaksi barang atau jasa.[30] Pasar merupakan sebuah

[30] Ni‟matul Fitria Mukaromah and Temmy Wijaya, „Pasar Persaingan Sempurna Dan Pasar Persaingan Tidak Sempurna Dalam Perspektif Islam‟, *PROFIT: Jurnal Kajian Ekonomi*

mekanisme pertukaran barang dan jasa yang alamiah dan telah berlangsung sejak awal peradaban manusia. Pasar telah terjadi pada masa Rasulullah dan Khulafaur Rasyidin dan menjadi sunatullah yang telah di jalani selama berabad-abad. Pasar adalah sekumpulan pembeli dan penjual dari sebuah barang dan jasa tertentu. Para pembeli sebagai sebuah kelompok menentukan permintaan terhadap sebuah produk, dan para penjual sebagai kelompok lainnya menentukan penawaran terhadap produk. Aktivitas usaha yang dilakukan di pasar pada dasarnya akan melibatkan dua subyek pokok, yaitu produsen dan konsumen. Kedua subyek tersebut masing-masing mempunyai peranan yang sangat besar terhadap pembentukan harga barang yang ada di pasar. Pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli.

Pasar memiliki arti yang lebih luas dari pada hanya sekedar tempat pertemuan antara penjual dan pembeli untuk mengadakan transaksi jual beli barang. Pengertian pasar tidak harus dikaitkan dengan suatu tempat yang dinamakan pasar dalam pengertian sehari- hari. Pasar yaitu mencakup keseluruhan permintaan dan penawaran, serta seluruh kontak antara penjual dan pembeli untuk mempertukarkan barang dan jasa.[31]

Dan Perbankan Syariah, 4.2 (2020), pp. 1–16.

[31] P Dian, M Nadhar, and, „Analisis Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Minat Beli Pada Pasar Tradisional Cakke Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang", *UME: Journal Yof*, 3.3 (2020), Hal. 65–83.

Untuk pengertian secara luas pasar adalah suatu kegiatan yang merupakan hubungan antara permintaan dan penawaran terhadap barang dan jasa. Pasar adalah hubungan keseluruhan dari permintaan dengan penawaran terhadap barang atau jasa. Dari segi pembeli dan penjual maka pasar dibedakan menjadi dua yaitu pasar persaingan sempurna dan pasar persaingan tidak sempurna. Fungsi pasar ialah sebagai mata rantai yang mempertemukan penjual (yang mempunyai barang dan menginginkan uang) dengan pembeli (yang mempunyai uang dan menginginkan barang).

2. Macam-Macam Pasar

Pasar dapat di klasifikasin menjai dua, yaitu:

a. Pasar Tradisional

Pasar Tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka (kaki lima) yang dibuka oleh penjual maupun pengelola pasar.

Perbedaan antara pasar tradisional dengan pasar modern terlihat dari cara transaksinya. Pada pasar tradisional biasanya terjadi tawar- menawar, sedangkan pada pasar modern tidak bisa dilakukan tawar menawar. Cara berdagang yang terjadi di pasar tradisional juga sangat sederhana tanpa menggunakan strategi marketing modern. Seperti pemberian diskon, hadiah,

atau pembayaran melalui transfer uang.[32]

Jadi dapat diartikan pasar tradisional adalah tempat yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara, dan Badan Usaha Milik Daerah yang merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli dalam proses transaksi jual beli secara langsung dalam bentuk eceran dengan proses tawar menawar, dan bangunannya biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los, dan sasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian barang elektronik, jasa dan lain-lain. Selain itu, ada pula yang menjual kue-kue dan barang-barang lainnya. Pasar tradisional biasanya ada dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbatas. Pasar seperti ini umumnya dapat ditemukan di kawasan permukiman agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar. Sedangkan ciri-ciri pasar tradisional sebagai berikut:

1. Pasar tradisional dimiliki, dibangun dan atau dikelola oleh pemerintah daerah.
2. Adanya sistem tawar-menawar antara penjual dan

[32] Ambar Wati, Arman Paramansyah, and Dessy Damayanthi, „Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli‟:, *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 1.2 (2020), Hal. 184– 200.

pembeli. Tawar-menawar ini adalah salah satu budaya yang terbentuk di dalam pasar. Hal ini yang dapat menjalin hubungan sosial antara pedagang dan pembeli yang lebih dekat.

3. Tempat usaha beragam dan menyatu dalam lokasi yang sama. Meskipun semua berada pada lokasi yang sama, barang dagangan setiap penjual menjual barang yang berbeda-beda. selain itu juga terdapat pengelompokan dagang sesuai dengan jenis dagangannya seperti kelompok pedagang ikan, sayuran, buah, bumbu, dan daging maupun pakaian.
4. Sebagian besar barang dan jasa yang ditawarkan berbahan lokal. barang dagangan yang dijual di pasar tradisional ini adalah hasil bumi yang dihasilkan oleh daerah tersebut. meskipun ada beberapa dagangan yang diambil dari hasil bumi dari daerah lain yang berada tidak jauh dari daerah tersebut namun tidak sampai meng import hingga keluar pulau atau Negara.

b. Pasar Modern

Pasar modern pada prinsipnya adalah sama dengan pasar tradisional karena pada hakikatnya, keduanya sama.[33] Pasar

[33] Frendy Wibowo, Aulia Uswatun Khasanah, and Febrianur Ibnu Fitroh Sukono

modern adalah pasar yang dikelola dengan manajemen modern, sebagai penyedia barang adan jasa sebagai mutu dan pelayanan yang baik pada konsumen. Hanya saja, dalam pasar modern, penjual dan pembeli tidak harus bertaransaksi secara langsung. dalam pasar modern, konsumen atau pembeli akan melihat langsung label harga yang telah tersedia, berada dalam sebuah bangunan dan pelayanan yang dilakukan sendiri ataupun sebuah swalayan, namun dapat juga dilayani oleh pramuniaga jika tersedia. Barang-barang yang diijual di pasar modern selain berupa bahan makanan, juga terdapat barang lainnya yang dapat bertahan lama dan mempunyai *expired date*. Contohnya dari pasar modern adalah *minimarket, supermarket*, ataupun swalayan.

3. Ciri-Ciri Pasar

Pasar mempunyai beberapa ciri-ciri khusus yang perlu dipahami dan diketahui, diantarnya adalah:

a. Terdapat calon pembeli dan penjual.
b. Terdapat jasa ataupun barang yang hendak diperjualbelikan.
c. Terdapat proses permintaan dan penawaran dari kedua belah pihak yang terlibat dalam transaksi tersebut.
d. Terdapat suatu interaksi antara pembeli dan penjual, baik itu langsung maupun tidak langsung.

Putra, „Analisis Dampak Kehadiran Pasar Modern Terhadap Kinerja Pemasaran Pasar Tradisional Berbasis Perspektif Pedagang Dan Konsumen Di Kabupaten Wonogiri", *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7.1 (2022), Hal. 53–65.

4. Fungsi Pasar

Secara umum, pasar mempunyai 3 fungsi utama sebagai sarana distribusi, pembentuk harga, dan tempat promosi.

a. Fungsi Sosial Budaya

Pasar adalah kontrak-kontrak sosial secara langsung yang menjadi tradisi suatu masyarakat yang merupakan interaksi antrara komunitas pada sektor informal dan formal.[34]

b. Sebagai sarana distribusi

Pasar merupakan sarana distribusi yang berfungsi memperlancar proses penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Dengan adanya pasar, produsesn dapat berhubungan dengan baik untuk menawarkan produksinya kepada seluruh konsumen yang ada.

c. Sebagai pembentukan harga

Pasar akan mampu menetapkan harga dari suatu barang dan jasa tertantu sesuai dengan permintaan dan penawaran yang terjadi di pasar. Setelah terjadi suatu kesepakatan, maka terbentuklah harga. Pasar dalam hal ini mempunyai fungsi untuk membentuk harga.

d. Sebagai sarana promosi

Pasar dapat menjadi tempat bagi produsen untuk memperkenalkan hasil produksi mereka di mana para

[34] GitaGarliani Ucok Binaga Nasution, Narulita syarweny, Heri Erlangga, Romualdus Antonius, Yusuf Arifin, Dr.Zeanette T. Lisbet, Novi Nurwanto, Darman, *BUKU AJAR Pengantar BISNIS* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia 2024 Hal 94.

produsen akan saling bersaing secara sehat dalam merebut hati konsumen, mendapatkan banyak konsumen, sekaligus memupuk keuntungan dari produk dan jasa yang telah di tawarkannya.

D. Pasar Wisata

Perjalanan dan kunjungan ke berbagai lokasi untuk tujuan rekreasi, budaya, bisnis, atau lainnya adalah bagian dari pasar wisata yang dinamis dan luas. Industri pariwisata tidak hanya terdiri dari transportasi, akomodasi, dan kegiatan wisata; juga mencakup berbagai layanan dan infrastruktur tambahan seperti pemandu wisata, restoran, took souvenir, serta pameran dan acara khusus. Salah satu sector ekonomi yang sangat penting di dunia adalah pariwisata. Dari sudut pandang ekonomi, sektor pariwisata memainkan peran yang signifikan dalam menumbuhkan bisnis lokal, lapangan pekerjaan, dan pendapatan asing melalui wisatawan asing.[35]

Secara keseluruhan, pariwisata adalah ekosistem yang rumit yang mencakup elemen ekonomi, sosial budaya, teknologi, dan lingkungan. Dengan memahami dinamikanya, kita dapat memahami betapa pentingnya pariwisata sebagai sektor ekonomi dan bagaimana pengelolaan yang bijak dapat mempengaruhi masa depan.

[35] Andri Sulistyani Okta Karneli, Mandataris , Tantri Puspita Yazid, *Eksplorasi Pasar Pariwisata Desa Meskom: Potensi Dan Peluang*, CV. Mega P 9, (2023).

E. Kajian Terdahulu

Tabel 2.1

Kajian Terdahul

	Nama	Judul	Hasil	Perbedaan
1	Azahra eka putri, dkk (2023)[36]	Implementasi penerapan etika bisnis islam dalam melakukan transaksi jual beli di pasar tradisional	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwasanya dalam transaksi jual beli di pasar tradisional 28 purwosari telah menerapkan ke lima prinsip etika bisnis islam yaitu ketauhidan, keseimbangan/keadilan ketanggungjawaban, kehendak bebas	Penelitian sebelumnya mengatakan bahwa pada Pasar Tradisional 28 Purwosari sudah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis syariah, sedangkan para pedagang di pasar lereng Bukittingi belum sepenuhnya menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis syariah contoh terdapatnya perbedaan pelayanan yang diberikan oleh pedagang kepada

[36] Azahra Eka Putri, „Implementasi Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Melakukan Transakasi Jual Beli Di Pasar Tradisional Azahra Eka Putri Dwi Septi Nuraeni Lilis Renfiana Melakukan Aktivitas Sehari-Hari . Sebab Itu , Selama Pelaksanaan Jual Beli Dalam Islam Ada‟‟, 1.6 (2023), pp. 260–74

				konsumen.
2.	Kataruddin tiakoly (2019) dkk[37]	Penerapan etika bisnis islam pada usaha pedagang barang campuran di pasar tradisional gamelan	Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa nilai-nilai islam seperti sidiq, fatanah, amanah dan tabliq telah di terapkan pada kehidupan masyarkat pedagang yang ada di pasar Gamalan kota Ternate	Perbedaannya ialah bahwa penelitian sebelumnya mengatakan bahwa di pasar Gamalan kota Ternate sudah menerapkan etika bisnis syariah yang di contohkan oleh Rasulullah saw, sedangkan pedagang di pasar lereng belum menerapakan secara se utuhnya prinsip-prinsip yang di ajarkan oleh Rasulullah**.** Dan di pasar lereng lebih terfokus pada kepuasan konsumen
3.	Adilah afifah mampa,	Etika Bisnis Islam Dalam Perilaku	Dari penelitian ini juga didapat bahwa pedagang yang	Perbedaanya dengan penelitian
	(2022) dkk[38]	Bisnis	menjalankan etika	sebelumnya

[37] Kataruddin Tiakoly, Abdul Wahab, and Syaharuddin, „Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Pedagang Barang Campuran Di Pasar Tradisional Gamalama‟‟, *Jurnal Iqtisaduna*, 5.1 (2019), pp. 102–23.

[38] Rosdalina Bukido, Adila Afifah Mampa, and Ridwan Jamal, „Etika Bisnis Islam Dalam Perilaku Bisnis Pedagang Muslim Makassar Kota Manado‟‟, *Maqrizi: Journal of Economics and*

		Pedagang Muslim Makassar Kota Manado	bisnis Islam yang paling tertinggi adalah pedagang sayur dan paling terendah adalah pedagang daging/ikan, dimana pada pedagang sayur sebesar 3,27 dengan kategori baik, pedagang daging/ikan 2,68 dengan kategori kurang baik, dan pedagang buah 3,09 dengan kategori baik. Etika bisnis Islam yang sering dilakukan adalah menjual mutu dagangan yang kurang baik dan tidak menjelaskan kondisi mutu barang.	ialah bahwa penelitian tersebut berfokus pada sayur, pedagang daging, dan ikan sedangkan penerapan etika bisnis syariah di pasar lereng lebih cenderung kepada pakaian.
4.	Jainuddin, (2022) dkk[39]	Etika Bisnis Pedagang Muslim Pasar Ijabah Kota Samarinda dalam Perspektif Islam	Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pedagang Muslim di pasar Ijabah kota Samarinda yang dijadikan informan telah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam diantaranya; memberikan pelayanan yang baik, jujur dan sabar, tanggung jawab, dan menetapkan harga dengan wajar. Pedagang juga selalu mentaati peraturan-peraturan yang di buat oleh pengelola pasar Ijabah.	Perbedaan dengan penelitian sebelumnya ialah bahwa pedagang muslim di pasar ijabah kota Samarindah telah menerapkan prinsip-etika bisnis syariah sedangkan pedagang di pasar lereng bukittinggi belum merapakan etika bisnis syariah terutama pada

Islamic Economics, 2.2 (2022), pp. 114–31

[39] Jainuddin, Fitriadi, and Sri Wahyuni, „Etika Bisnis Pedagang Muslim Pasar Ijabah Kota Samarinda Dalam Perspektif Islam", *JESM : Jurnal Ekonomi Syariah Mulawarman*, 1.2 (2022), p. 3.

				pedagang buah yang menjual buah dengan kualitas yang tidak baik.
5.	Agus Tohawi, dkk (2023) [40]	Penerapan etika bisnis islam dalam perdagangan bawang merah di pasar sukomoro nganjuk	Pertanggungjawaban dan tauhid. Meskipun demikian, prinsip keadilan, kebebasan, dan ihsan telah diterapkan dengan baik dalam perdagangan. Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan meningkatkan pemahaman pedagang terhadap etika bisnis Islam.	Sedangakan penelitian lebih fokus pada penerapan etika dalam transaksi jual pakaian pada pedagang di pasar lereng Bukittinggi.
6.	Ifdholul Maghfur, dkk (2019)[41]	Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di Pasar Nongkojajar Kecamatan Tutur Kabupaten Pasuruan	Berdasarkan hasil observasi yang diperoleh dari pedagang dan karyawan di apabila dilihat dari lima Prinsip etika bisnis secara umum yang dijadikan tolak ukur, penerapan etika bisnis secara umum sudah diterapkan dengan baik oleh pedagang dan karyawan namun masih belum akad antara penjual dan pembeli saat melakukan transaksi jual beli. Jadi pada masih	Perbedaan dengan penelitan sebelumnya ialah bahwa penelitian sebelumnya mengatakan penerapan etika tersebut belum di terapkan dari segi akad, sedang penelitian di pasar lereng bukittingi masih belum secara sempurna menerapkan

[40] Agus Tohawi and others, „Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Perdagangan Bawang Merah Di Pasar Sukomoro Nganjuk‟, *Journal on Education*, 05.04 (2023), Hal. 17814–22

[41] Ifdholul Maghfur, Maulidatul K, and Muhammad Fahmul Iltiham, „Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di Pasar Nongkojajar Kecamatan Tutur Kabupaten Pasuruan‟, *Jurnal Mu'allim*, 1.2 (2019), Hal. 339–58

			belum sepenuhnya menerapka etika Bisnis Islam.	etika bisnis syariah.

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Metode penelitian yang menggunakan data deskriptif berupa bahasa tertulis atau lisan dari orang dan pelaku yang dapat diamati. Pendekatan kualitatif ini dilakukan untuk menjelaskan dan menganalis fenomena individu atau kelompok., peristiwa, dinamika sosial, sikap, keyakinan, dan persepsi. Oleh karena itu, proses penelitian pendekatan kualitatif di mulai dengan pengembangan asumsi-asumsi dasar. Kemudian dikaitkan dengan kaidah-kaidah pemikiran yang digunakan dalam penelitian. Data yang dikumpulkan dalam survey kemudian diinterpretasikan. Subjek penelitian dengan pendekatan kualitatif mencakup semua aspek atau bidang kehidupan manusia, yakni manusia dan semua yang dipengaruhi olehnya. Riset kualitatif akan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang menyekidiki makna.[42]

Penelitan kualitatif bertujuan menjelaskan suatu fenomena secara mendalam dengan cara pengumpulan data kepada pasrtisipan informan. Semakin mendalam, teliti, dan tergali suatu data yang di dapatkan, maka akan semakin baik kualitas penelitian tersebut.

[42] Ayuliamita Abadi Afdhal Chatra, Komang Ayu Henny Achjar, MUhamad Rusliyadi, Zaenurrosyid, Nini Apriani Rumata, Lin Nirwana, *Metode Penelitian KualitatiF: Paduan Praktis Untuk Analisis Data Kualitatif Dan Studi Kasus* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia 2023). Hal 14

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di jalan Pasar lereng, kelurahan Aur Tajungkang Tengah Sawah, Kec. Guguk Panjang, Kota Bukittinggi. Alasan peneliti memilih lokasi ini karena terdapatnya harga jual yang terlalu tinggi, dan kurangnya penerapan etika seperti kejujuran dalam jual beli, itulah yang menjadi alasan dan mampu untuk diteliti. Pemilihan lokasi penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan mengenai permasalahan yang terdapat di lokasi penelitian.

2. Waktu Penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian ini adalah pada tanggal 11 Februari 2025 sampai selesai.

C. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang diperoleh dari penelitian primer dan sekunder yaitu:

a. Data Primer

Data Primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti. Dalam hal ini data primer diperoleh melalui wawancara dengan pihak pedagang di Pasar Lereng Kota Bukittinggi dan juga dengan Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Bukittinggi.

b. Data sekunder

Data Sekunder adalah sumber data yang tidak langsung

memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumentasi. Data jenis ini diperoleh penulis dari dokumen-dokumen usaha dan buku-buku literature yang memberikan informasi tentang masalah yang menyangkut dengan penelitian.

D. Informan penelitian

Informan penelitian adalah orang yang diyakini memiliki pengetahuan luas tentang permasalahan yang sedang diteliti.[43] Pemilihan informan berdasarkan jenis informasi yang dibutuhkan merupakan elemen penting dalam penelitian kualitatif. Peneliti harus mengidentifikasi sejumlah informan yang akan menjadi sumber data utama. Dalam penelitian kualitatif, dimana peneliti berperan sebagai instrument utama, fokus penelitian dapat di sesuaikan, dan informan menjadi sumber utama. Informan adalah individu yang memberikan informasi yang relevan dengan topik penelitian. Pada penelitian ini, digunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan tujuan tertentu, dimana individu yang yang dipilih memiliki kriteria yang sesuai dengan subjek penelitian.[44]

Dalam penelitian ini terdapat tiga jenis informan yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu:[45]

---

[43] Rukin, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi* (Cv. Jakad Media Publishing, 2021). Hal 67.

[44] Nurul Ulfatin, *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan: Teori Dan Aplikasinya*, Media Nusa (2015). Hal 181

[45] Nina Nurdiani, „Teknik Sampling Snowball Dalam Penelitian Lapangan", *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, 5.2 (2014), p. 110.

1. Informan Kunci : informan kunci dalam penelitian ini adalah orang atau lembaga yang memiliki pengetahuan, pengalaman, atau perspektif lain yang relevan dengan topik penelitian, sehingga memberikan sudut pandang yang lebih beragam dan mendetail mengenai pengelolaan di pasar lereng bukittinggi yang dikelola oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Bukittinggi. Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah, dan Perdagangan ini dibawah naungan pemerintah kota Bukittinggi.`
2. Informan Utama : Individu yang memiliki peran penting dan sangat relevan dalam penelitian yang memiliki pengetahuan, pengalaman, atau pengaruh mereka terhadap topik yang diteliti. Mereka dipilih secara khusus karena dianggap dapat memberikan informasi yang mendalam dan kritis terkait dengan isu atau masalah yang sedang dikaji. Adapun informan utama dari penelitian ini ialah para pedagang di Pasar Lereng Kota Bukittinggi.
3. Informan Pendukung : informan pendukung dalam penelitian ini adalah mereka ynag memberikan informasi atau perspektif tambahan terkait dengan konteks dan situasi yang melibatkan para pembeli atau konsumen di pasar Lereng Kota Bukittinggi.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Dokumentasi

   Dokumentasi merupakan salah satu sumber data skunder yang diperlukan dalam sebuah penelitian. Studi siapkan karena adanya permintaan dari seorang peneliti. Selanjutnya studi dokumentasi dapat diartiakn sebagai teknik pengumpulan data melalui bahan-bahan yang tertulis yang di terbitkan oleh lembaga yang menjadi objek penelitian. Peneliti menggunakan teknik dokumentasi pada pengumpulan data dengan alasan bahwa dengan dokumen, data yang diperlukan akan lebih mudah didapat dari tempat penelitian dan informasi melalui wawancara akan lebih nyata dibuktikan dalam bentuk dokumen.

2. Wawancara

   Wawancara adalah salah satu alat yang paling banyak digunakan untuk mengumpulkan data penelitian kualitatif. Wawancara memungkinkan peneliti mengumpulkandata yang beragam dari responden dalam berbagai situasi dan konteks. Meskipun demikian, wawancara perlu digunakan dengan berhati-hati dan perlu di triangulasi data dari sumber yang lain. Wawancara dilakukan peneliti dengan alasan agar peneliti mampu mengajukan pertanyaan dengan bertatap muka langsung pada partisipan. Dengan penggunaan teknik wawancara, partisipan juga lebih bisa menyampaikan informasi secara langsung sehingga peneliti mampu mendapatkan jawaban lebih rinci

dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan peneliti kepada partisipan.[46]

3. Teknik Observasi

Istilah observasi berasal dari bahsa latin yang berarti " melihat" dan "memperhatikan". Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), observasi memiliki arti peninjauan secara cermat. Observasi merupakan metode pengumpulan data yang esensial dalam penelitian. Oleh sebab itu, diperlukan latihan yang baik dalam menambah kemampuan observasi.[47] Pada penelitian ini peneliti memilih pengumpulan data menggunakan teknik observasi secara partisipatif, sehingga peneliti mampu melakukan pengamatan terhadap kejadian yang terjadi serta melibatkan diri secara langsung pada pengumpulan data dan informasi yang dicari untuk menjawab pertanyaan yang menjadi permasalahan pada penelitian

F. Metode Analisis Data

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongan, mengarahkan, membuang adat yang tidak perlu dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa sehingga simpulan final dapat di tarik dan diverifikasi " eduksi data merupakan proses pemilihan, pemutusan perhatian pada penyederhanaan, pegabstrakan,

[46] Pengelolaan Lkp and Pada Masa, „JOLL 4 (1) (2021) Journal Of Lifelong Learning", 4.1
(2021). Hal 4

[47] Lollong Manting Equatora, Muhammad Ali, *Teknil Pengumpulan Data Klien* (Pt. Lontar Digital Asia, 2021). Hal 52.

transformasi data yang yang muncul dari catatan lapangan".[48]

2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan proses pengumpulan informasi yang disusun berdasar kategori atau pengelompokan-pengelompokan yang diperlukan. Penyajian data dapat berupa bentuk tulisan atau kata-kata, gambar, grafik dan tabel. Tujuan penyajian data adalah untuk menggabungkan informasi sehingga dapat menggambarkan keadaan yang terjadi.[49]

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Penarikan kesimpulan merupakan bagian dari suatu kegiatan konfigurasi yang utuh. Kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasiselama penelitian berlangsung. sesingkat pemikiran kembali yang melintas dalam pikiran penganalisis selama ia menulis, suatu tinjauan.

[48] Johan Setiawan Albi Anggito, *Metodologi Penelitian* (CV. Jejak, 2018). Hal 243

[49] Wira Yudha Alam Untung Lasiyono, *Penelitian Kualitatif* (Cv. Mega Press Nusantara, 2024). Hal 124

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Profil Pasar Lereng Kota Bukittinggi dan Sejarah Pasar Lereng

Pasar lereng merupakan salah satu pasar yang berada di jalan pasar lereng, kelurahan Aur Tajungkang Tengah Sawah, Kec. Guguk Panjang kota Bukittinggi, Provinsi Sumatera Barat. Pasar Lereng Bukittinggi memiliki sejarah yang erat kaitannya dengan perkembangan pasar-pasar tradisional di kota tersebut pada masa penjajahan Belanda. Pasar Lereng berada di kawasan yang miring atau di lereng bukit, sehingga masyarakat menyebutnya Pasar Teleng atau Pasar Lereng.

Sejarah Pasar Lereng berawal dari perluasan pasar tradisional di Bukittinggi yang sebelumnya dikenal dengan Pasar Kurai (Pasar Atas) yang berdiri di atas bukit. Karena keterbatasan lahan di atas bukit, pemerintah kolonial Belanda melakukan perluasan ke daerah bawah bukit, termasuk kawasan lereng. Pasar Lereng kemudian menjadi salah satu pasar yang dibangun untuk menampung jenis barang tertentu, seperti daging dan ikan basah, berbea dengan Pasar Bawah yang menjual sayur, buah, dan kelapa.

Pembangunan Pasar Lereng ini merupakan bagian dari upaya pemerintah Hindia Belanda mengembangkan pusat perdagangan di Bukittinggi sejak akhir abad ke-19 dan awal abad ke-20, terutama

setelah pembangunan benteng Fort de Kock pada 1826 yang menjadikan Bukittinggi sebagai pusat kegiatan ekonomi. Pasar Lereng dihubungkan dengan Pasar Atas dan Pasar Bawah melalui tangga-tangga (janjang) yang dibuat Belanda, seperti janjang Ampek Puluah dan janjang Gudang, untuk memudahkan akses antar pasar di kawasan yang berbukit.

Pasar lereng merupakan sebuah pusat perbelanjaan yang terletak dilereng bukit yang ikonik, berada diantara pasar atas dan pasar putih dengan menawarkan kombinasi yang sempurna antara belanja kuliner, dan oleh-oleh khas Minangkabau. Pasar lereng bukan hanya sekedar pasar tradisional biasa, melainkan disini para pengunjung atau wisatawan akan menemukan berbagai macam barang, mulai dari pakaian, kerajinan tangan lokal, hingga kuliner yang dapat menggugaah selera pengunjung.

Pasar lereng dikenal sebagai surganya oleh-oleh. Di sini, pengunjung dapat menemukan aneka produk khas minankabau, seperti rending kering, keripik sanjai balado, karak kaliang, karupuak jangek, belut kering, hingga berbagai macam souvenir tradisional. Banyak wisatawan memilih pasar lereng sebagai destinasi terakhir sebelum pulang, dikarenakan para pengunjung atau wisatawan ingin membeli atau memborong oleh-leh yang berada di pasar lereng tersebut sebagai buah tangan bagi keluarga dirumah.

Pasar lereng juga dikenal dengan surga fashion lokal, ditengah gempuran tren busana modern, pasar lereng tetap mempertahankan sebagai pusat pakaian tradisional. Beragam pilihan busana yang ditawarkan di pasar lereng mulai dari gamis, mukenah, baju kurung, tas sepatu hingga hijab modis. Pasar lereng beroperasi mulai dari pukul 07.00-18.00.

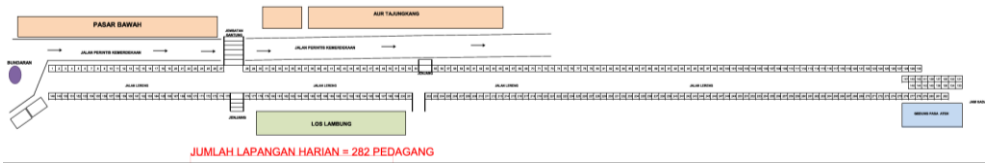
2. Letak Geografis Pasar Lereng

Pasar Lereng terletak di Kota Bukittinggi, Provinsi Sumatera Barat, tepatnya di lereng bukit Pasar Atas dan Pasar Bawah. Pasar ini berada di kawasan yang miring atau lereng bukit, sehingga dinamakan Pasar Lereng atau Pasar Teleng oleh masyarakat setempat. Lokasinya sangat strategis, tidak jauh dari pusat kota Bukittinggi dan landmark terkenal seperti Jam Gadang. Pasar Lereng menjadi penghubung antara Pasar Atas yang menjual suvenir dan oleh-oleh khas Bukittinggi, serta Pasar Bawah yang menyediakan kebutuhan dasar seperti sayur, bumbu, dan daging. Letak geografis ini membuat Pasar Lereng mudah diakses oleh penduduk lokal maupun wisatawan yang datang ke Bukittingg.

Secara geografis, Kota Bukittinggi sendiri berada di rangkaian Pegunungan Bukit Barisan dengan ketinggian antara 756 hingga 960 meter di atas permukaan laut, dikelilingi oleh Gunung Singgalang dan Gunung Marapi. Pasar Lereng berada di kawasan yang berbukit dengan kemiringan lereng sekitar 0% sampai 8%, yang merupakan

bagian dari topografi khas Bukittinggi yang memiliki banyak bukit dan lembah.

Gambar 4.1 Denah Pasar Lereng



Sumber Data : *Dinas Perdagangan Kota Bukittinggi 11 Februari 2025*

3. Visi Dan Misi Pasar Lereng

Pasar Atas, Pasar Bawah dan Pasar Simpang Aur Kuning memiliki peran yang sangat penting dalam pengembangan Kota Bukittinggi sebagai Kota Budaya, Kota Pendidikan dan Kota Wisata. Oleh sebab itu muncul suatu keinginan yang tertuang kedalam Hal tersebut sesuai dengan Visi Misi Dinas Pengelolaan Pasar "Mewujudkan Pasar sebagai Magnit Ekonomi yang Tertib, Aman, Nyaman dan Ramah Lingkungan"

a. Misi : Mewujudkan Pasar sebagai Magnit Ekonomi yang Tertib, Aman, Nyaman dan Ramah Lingkungan" [50]

b. Visi

Adapun visi dari pasar lereng adalah sebagai berikut:

[50] Dinas pengelolaan pasar kota bukittinggi, *Profit Pasar Atas, Pasar Bawah, Dan Pasar Simpang Aur Kota Bukittinggi*, n.d.

1. Menata dan mengelola pasar agar tertib dan aman bagi pedagang dan pengunjung.
2. Meningkatkan kenyamanan pasar dengan fasilitas yang memadai.
3. Mendorong pasar sebagai pusat ekonomi yang ramah lingkungan dan berkelanjutan.
4. Mendukung pengembangan ekonomi kerakyatan melalui perlindungan dan pelayanan kepada pedagang, termasuk pedagang kecil dan UMKM.
5. Mengintegrasikan pasar tradisional sebagai bagian dari pariwisata dan budaya kota Bukittinggi, sehingga pasar juga menjadi daya tarik wisatawan.

B. Penerapan Etika Bisnis Syarih

1. Penerapan Etika Bisnis Dalam Berdagang Di Pasar Lereng Kota Bukittinggi

Etika bisnis adalah seperangkat aturan moral yang berkaitan dengan baik dan buruk benar dan salah, bohong dan jujur.[51] Etika bisnis syariah dalam konteks perdagangan mengacu pada prinsip-prinsip moral dan nilai-nilai agama islam yang diterapkan dalam aktivitas perdagangan di pasar tradisional. Dalam konteks ini, etika bisnis syariah menekankan pada kejujuran, keadilan, dan trasnparansi antara penjual dan pembeli. Pedagang di pasar tradisional di harapkan

[51] Nadya Rifanty Katangdiga, "Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu Penerapan Etika Bisnis Syari ' Ah Terhadap Perdagangan Pasar Tradisional Ciruas Serang Banten" 3 (2025): 619–30.

untuk tidak menghalalkan cara-cara yang tidak sesuaidengan ajaran islam, seperti penipuan, kecurangan dalam timbangan atau takaran, serta praktik riba (bunga yang tidak sah). Selain itu, dalam transaksi bisnis syariah harga yang ditawarkan harus wajar, dan tidak boleh unsur eskploitasi atau penindasan kepada konsumen, yang biasanya rentan dengan berbagai biaya yang tidak adil.

Etika bisnis syariah memiliki fungsi sebagai pengatur aktivitas ekonomi terutama dalam dunia perdagangan yang disertai dengan nilai-nilai agama dan bagaimana hidup dan bagaimana cara memperlakukan orang lain serta membantu dalam membuat keputusan yang adil dan bertanggung jawab, dan saling menguntungkan kedua bela pihak, tolong menolong, dan menjauhkan diri dari sikap yang di benci oleh Allah SWT, berbohong, dendam, dan hal-hal yang tidak sesuai dengan ajaran syariah.

Dengan demikian etika bisnis syariah juga dapat dikatakan sebagai suatu prinsip dan norma yang menjadi acuan bagi setiap individu dalam melakukan transaksi dan juga dalam menjalankan bisnis. Islam mengajarkan bahwa setiap transaksi dan cara terjadinya, selama tidak mengandung sesuatu yang merugikan salah satu pihak yang bertransaksi dan barang yang diperjualbelikan bukanlah barang yang dilarang oleh ajran syariah serta perlu pemahaman dan kegunaan etika dalam bebisnis apalagi bagi pelaku bisnis yang mayoritas islam.52

[52]Ananto Triwibowo and Muhammad Afani Adam, "Etika Bisnis Islam Dalam Praktek Bisnis Di Era Digital Ekonomi" 2 (2023).

Dalam hasil wawancara yang penulis lakukan dengan seseorang pedagang di pasar lereng kota Bukittinggi yaitu pedagang sepatu/ sandal yang bernama bapak boby dalam penelitian beliau mengatakan:

"Selama saya berjualan saya selalu menerapkan etika dalam berdagang dan saya tidak pernah melakukan kecurangan dalam berdagang saya menjual barang sesuai dengan kualitas dari barang tersebut apabila ada barang yang cacat maka saya menjelaskan kukurangan dari barang yang saya jual dan apabila ada hal yang seperti itu biasanya harga dari barang tersebut akan saya kurangi dari harga jual biasanya.[53]

Hal yang sama pun juga di ungkapkan oleh ibu yusi dalam hasil wawancara penelitian mengatakan bahwa:

"Etika bisnis dalam berdagang harus kita terapkan agar para pembeli tidak merasa kecewa dengan apa yang kita berikan, dan apabila terdapat barang yang rusak seperti robek pada sepatu maka harga sepatu tersubut saya jual dengan harga yang standar atau hanya baliak modal saja dari pada sepatu tersebut tidak laku.[54]

Adapun dalam islam bisnis dapat diartikan sebagai serangkaian aktivitas bisnis dan berbagai bentuknya yang tidak dapat dibatasi jumlah (kuatitas) kepemilikan hartanya termasuk profitnya namun dibatasi dalam cara perolehanya dan pendayagunaan ada aturan halal dan haram. Dalam artian tersebut bahwa dalam menjalankan kegiatan bisnis harus adanya unsur yang baik dan tidak menimbulkan kezaliman, dalam berbisnis harus mengikuti syariat islam yaitu berpegang teguh pada ajaran Al-Qur'an dan hadist. Dengan kata lain

[53] Wawancara Dengan Bapak Boby, Pedagang Pasar Lereng Kota Bukittinggi 11 Februari 2025

[54] Wawancara Dengan Ibu Yusi, Pedagang Paar Lereng Kota Bukittinggi 11 Februari 2025

syariat menjadi pondasi utama dalam melakukan kegiatan bisnis agar tidak melenceng atau keluar dari ajaran islam.[55]

Dari hasil wawancara dapat dapat disimpulkan juga bahwa kejujuran menjadi pondasi utama dalam melakukan kegiatan bisnis, dan Rasulullah sagatlah menganjurkan umatnya untuk berlaku jujur dalam kegiatan berbisnis dikarenakan kejujuran akan membawa pada kebajikan.

Adapun prinsip-prinsip dasar etika bisnis syariah meliputi sebagai berikut:

a. Kejujuran

Kejujuran merupakan salah satu nilai yang paling ditekankan dalam islam, baik secara pribadi maupun secara bisnis. Dalam konteks perdagangan, kejujuran tidak hanya moral tetapi juga berkontribusi langsung pada bisnis. Rasulullah SAW mencontohkan bagaimana kejujuran dalam berdagang menjaddi daya utama yang meningkatkan reputasi beliau sebagai seseorang pengusaha terpecaya.[56]

Adapun kejujuran dalam bisnis mencakup bebrapa hal, trasnparansi harga, kualitas produk, serta komunikasi yang baik kepada pelanggan. Pelaku usaha yang menerapkan prinsip kejujuran dalam transaksi cenderung memiliki tingkat loyalitas pelanggan yang lebih tinggi di bandingkan dengan yang tidak melakukannya. Hal ini

[55] Supandi Rahman, "Bisnis Dalam Islam," *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)* 1, no. 1 (2022): 54–62..

[56] Fakhri Muhammad Arioputra, Universitas Muhammadiyah Jakarta, and Etika Bisnis, "Membangun Etika Bisnis Islami: Refleksi Atas Nilai Kejujuran, Amanah, Dan Ihsan," n.d., 96–105.

kejujuran menciptakan rasa percaya yang mendalam antara pedagang dengan pembeli.

Dalam hasil wawancara yang penulis lakukan dengan seseorang pedagang baju di pasar lereng kota bukittinggi bernama ibu ariana febriani dalam penelitian mengatakan bahwa :

"*Dalam berjualan baju saya selalu menerapkan prinsip kejujuran saya tidak pernah melakukan kecurangan dalam menjual baju*"[57]

Hal yang sama pun di ungkapkan oleh ibu yanti dalam hasil wawancara penelitian meliputi :

"*Selama ibu berjualan di pasar lereng ibu juga selalu menerapkan kejujuran dikarenakan sikap jujur harus diterapkan dalam berjualan agar selalu mendatangkan kebaikan pada kita"* [58]

Dari hasil wawancara dapat dismpulkan juga bahwa kejujuran menjadi fondasi utama untuk membangun kepercayaan antara penjual dengan pembeli. Kejujuran juga dapat mencegah terjadinya penipuan dan konflik yang dapat merugikan kedua bela pihak serta dapat menciptakan lingkungan usaha yang sehat dan beretika.

b. Keadilan

Keadilan merupakan prinsip yang menuntut setiap pelaku usaha atau pedagang untuk bertindak adil, tidak memihak, serta menghormati hak dan kewajiban semua pihak yang terlibat dalam transaksi, baik penjual, pembeli maupun pihak lain yang terkait. Keadilan dalam aktivitas ekonomi dapat berupa atauran atau kebijakan

[57] Wawancara Dengan Ibu Ariana Febriani Pedagang Di Pasar Lereng Kota Bukittinggi 11 Februari 2025

[58] Wawancara Dengan Ibu Yanti Pedagang Di Pasar Lereng Kota Bukittingi 11 Februari 2025

yang melarang adanya unsur riba, gharar, maysir dalam praktik pelakasaan juak beli.

Dalam hasil wawancara yang penulis lakukan dengan seseorang pedagang di pasar lereng kota bukittinggi bernama bapak boby penelitian mengatakan bahwa:

"Pada saat menjual barang saya tidak membedakan harga barang antara pengunjung yang ini dengan pengunjung yang lainnya saya menjual barang sesuai dengan kualitas dari barang tersebut apabila barangnya bagus maka saya jual denga harga yang yang intinya saya menjual barang sesuai dengan kualitas barang tersebut"[59]

Hal yang sama pun di ungkapkan oleh bapak Ari Febrian dalam hasil wawancara sebagai berikut:

"*Dalam berjualan saya tidak melakukan kecurangan dan juga tidak adanya pembedaan harga antara pelanggan yang ini dengan pelanggan yang lain saya mejual sama rata kepada setiap pelanggan saya jika saya smelakukan hal seperti atau membedakan harga maka pelanggan saya tidak mau membeli barang di tempat saya lagi biasanya yang banyak membeli sepatu ditempat saya anak sekolah dan anak kuliah jadi saya tidak menjual dengan harga yang tinggi, karena yang banyak siswa dan mahasiswa"*[60]

Keadilan dalam aktivitas ekonomi dapat berupa keadilan dalam penentuan harga artinya harga yang ditetapkan tidak terlalu murah dan tidak terlalu mahal (sama dengan pedagang yang lain) sehingga tidak mematikan pasar, dan kualitas produk sesuai dengan yang sebenarnya tidak adanya unsur kebohongan dalam menjelaskan kekurangan atau kelebiha dari suatu produk.

[59] Wawancara Dengan Bapak Boby Pedagang Di Pasar Lereng Kota Bukittinggi 11 Februari 2025
[60] Wawancara Dengan Bapak Ari Febrian, Pedagang Di Pasar Lereng Kota Bukittinggi 11februari 2025

Dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahawa keadilan merupakan salah satu faktor penting yang harus diterapkan dalam jual beli maupun dalam kehidupan bermasyarakat. Dengan menerapakan keadilan, seperti memberikan harga Dalam konteks usaha, agar tidak dapat merusak hubungan antar manusia, seperti kekerasan, tindakan penghinaan dan lainnya.

c. Prinsip kehendak bebas

Prinsip kehendak bebas dalam jual beli adalah kebebasan penuh yang dimiliki oleh setiap individu baik itu penjual maupun pembeli dalam melakukan transaksi, memilih barang, menawar harga barang hingga memutuskan untuk melanjutkan atau membatalkan perjanjian jual beli tanpa adanya paksaan.[61] "Para pedagang dipasar lereng kota bukittinggi mengimplementasikan prinsip kehendak bebas digambarkan tidak memaksakan pembeli untuk membeli setelah mereka menawarlkan baramg dagangannya. Para pedagang memberikan kebebasan secara penuh kepada pembeli untuk memilih dan menawar hingga ditemukan kesepakatan. Pembeli yang menawar namun tidak di akhiri dengan transaksi jual beli merupakan hal yang wajar dalam setiap perdagangan.[62]

[61] Destiya Wati, Suyudi Arif, and Abrista Devi, "Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop," *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 3, no. 1 (2021): 141–54.

[62] Sumber data: observasi 6 februari 2025

Dalam hasil wawancara yang penulis lakukan dengan seseorang pedagang di Pasar Lereng Kota Bukittinggi bernama bapak boby penelitian mengatakan bahwa:

Dalam berdagang sering kali terjadi hal seperti itu kadang barang sudah ditawar dengan harga yang murah dan pembeli tidak jadi membeli barangnya tapi sebagai penjual kita harus sabar dengan hal yang seperti itu",[63]

Hal yang sama di ungkapkan oleh kak rama salah satu pedagang di pasar lereng kota Bukittinggi dalam penelitian ia mengungkapkan:

"Kadang pembeli sudah menawar barang yang ini dan itu tapi setalah harga mau disepakati pembelinya bilang tidak jadi mau beli hal seperti sering terjadi dalam jual beli dan sebagai pedagang hanya bias bersabar"[64]

Sistem transaksi yang dilakukan antara penjual dan pembeli di Pasar Lereng Kota Bukittinggi yang merupakan pasar tradisional menggunakan sistem tawar menawar. Dalam hasil penelitian juga ditemukan bahwa sistem tersebut dimanfaatkan oleh sebagian pedagang untuk menawarkan harga barang daganganya dengan harga yang tinggi. Menurut peneliti, pelaku pedagang tersebut belum sesuai dengan prinsip kehendak bebas. Pelaku pedagang seperti itu dapat menyebabkan kerugian bagi pembeli yang tidak mengetahui harga dari barang tersebut sesuai dengan pasaran.

Dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa prinsip kehendak bebas perlu diterapkan dalam jual beli karena adanya unsur kerelaan

[63] Wawancara Dengan Kak Diva Pedagang Di Pasar Lereng Kota Bukittinggi 11 Februari 2025

[64] Wawancara Dengan Kak Rama Pedagang Di Pasar Lereng Kota Bukittinggi 11 Februari 2025

dalam transaksi sehingga bisa menghindari, penipuan, pemaksaan, dan kebohongan. Dan juga perlu disadari oleh setiap muslim, bahwa dalam situasi harus di bimbing oleh aturan-aturan yang didasari pada ketentuan-ketentuan tuhan dalam syariat yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW.

2. Faktor-Faktor Penyebab Tingginya Harga Jual Di Pasar Lereng Kota Bukittinggi

Secara umum, ada beberapa faktor yang menyebabkan naiknya harga jual barang di Pasar Lereng Kota Bukittinggi. Salah satu faktor yang paling berpengaruh adalah lokasi pasar yang sangat dekat dengan kawasan wisata Jam Gadang, yang merupakan ikon utama Kota Bukittinggi. Karena letaknya yang strategis ini, Pasar Lereng menjadi tempat yang ramai dikunjungi oleh wisatawan, baik dari dalam kota maupun dari luar daerah. Banyaknya pengunjung membuat para pedagang merasa bahwa barang dagangan mereka bisa dijual dengan harga yang lebih tinggi, karena tempat wisata dianggap memiliki nilai jual yang lebih dibandingkan dengan lokasi pasar biasa.

Selain itu, harga barang di Pasar Lereng juga dipengaruhi oleh biaya pengiriman. Banyak barang yang dijual di pasar ini harus didatangkan dari daerah lain, bahkan ada yang berasal dari luar provinsi. Hal ini membuat biaya operasional pedagang menjadi lebih besar, terutama untuk ongkos kirim dan distribusi barang. Untuk menutupi biaya tersebut, para pedagang akhirnya menaikkan harga jual

kepada pembeli. Jadi, kenaikan harga di pasar ini bukan hanya karena pedagang ingin untung besar, tetapi juga karena ada beban biaya yang cukup tinggi dalam proses pengadaan barang.

Dalam hasil wawancara yang penulis lakukan dengan seseorang pengawas pasar lereng kota bukittinggi dalam penelitian mengatakan bahwa:

"Harga barang di pasar tidak kami yang menentukan melainkan pedagang itu sendiri yang menentukan harga jualnya kami sebagai pengawas paar hanya menyediakan prasarana"[65]

Faktor lainnya yang juga penting adalah karakter pembeli di pasar ini. Berdasarkan penuturan beberapa pedagang, sebagian besar pembeli yang datang ke Pasar Lereng adalah wisatawan dari luar daerah. Mereka biasanya datang untuk berlibur dan membeli oleh-oleh khas Bukittinggi. Karena para wisatawan ini jarang menawar atau terlalu mempersoalkan harga, para pedagang melihat ini sebagai peluang untuk mendapatkan keuntungan lebih besar. Wisatawan umumnya rela membayar lebih, asalkan mereka mendapatkan barang yang unik dan menjadi kenang-kenangan dari kunjungan mereka.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kenaikan harga jual barang di Pasar Lereng lebih banyak dipengaruhi oleh lokasi pasar yang berada di kawasan wisata, biaya pengiriman yang cukup tinggi, serta karakter pembeli yang sebagian besar merupakan wisatawan. Ketiga hal ini membuat harga barang di Pasar

[65] Wawancara dengan Pengawas Pasar Lereng Kota Bukittinggi 11 februari 2025

Lereng menjadi lebih mahal dibandingkan pasar tradisional lainnya. Namun, hal ini dianggap wajar oleh pedagang, karena mereka menyesuaikan harga dengan kondisi dan peluang yang ada di lingkungan sekitar pasar. Penyebab kenaikan harga lainnya seperti yang dikatakan oleh kakak popi adalah adanya biasaya sewa yang cukup mahal, dimana para pedagang harus membayar sewa selama 1 tahun sebesar Rp. 10.000.000. maka hal tersebut yang membuat harga penjulan mahal.[66]

Berdasarkan hasil wawancara juga dapat dismpulkan bahwa Kenaikan harga jual barang di Pasar Lereng Kota Bukittinggi dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu lokasi pasar yang strategis di kawasan wisata Jam Gadang, tingginya biaya pengiriman dan distribusi barang, karakter pembeli yang didominasi oleh wisatawan yang cenderung tidak terlalu mempersoalkan harga, serta biaya sewa tempat berjualan yang cukup mahal. Dari faktor-faktor ini menyebabkan harga barang di Pasar Lereng lebih tinggi dibandingkan pasar tradisional lainnya, dan hal tersebut dianggap wajar oleh pedagang karena menyesuaikan dengan kondisi dan peluang pasar yang ada.

[66] Wawancara Dengan Kakak Popi , Pedagang Di Pasar Lereng Kota Bukittinggi 11 Februari 2025

Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi harga Jual Di Pasar Lereng Kata Bukittinggi, diantaranyaa

a. Menyesuaikan dengan Tempat Wisata

Para penjual yang berjualan ditempat wisata menyesuaikan harga dengan tempat wisat, yang mana jika tempat wisatanya bagus maka para penjual akan membandrol harga yang tinggi. Hal ini sesuai dengan penuturan beberapa pengunjung yang membeli barang di pasar lereng ia mengatakan bahwa "harga baju yang dijual di pasar lereng memang tinggi di bandingkan dengan pasar yang lain contohnya pasar aur kuning hal yang membuat harga bajunya tinggi di karenakan pasar ini dekat dengan wisata jam gadang"[67]

Keindahan yang tersajikan di Jam Gadang termasuk salah satu penyebab tingginya harga jual barang di Pasar Lereng. Dalam aktivitas perdagangan, lokasi merupakan salah satu faktor utama yang sangat mempengaruhi penetapan harga suatu barang. Hal ini sangat berdampak pada pedagang yang berjualan di kawasan wisata Jam Gadang. Para pedagang cenderung menyesuaikan harga jual barang dengan tingkat pengunjung di lokasi wisata tersebut, apabila semakin populer dan ramai suatu tempat wisata, maka biasanya harga barang yang di jual disekitar wisata khusunya Jam Gandang akan semakin tinggi atau mahal.

[67] Wawancara Dengan Beberapa Pengunjung Pasar Lereng Kota Bukittinggi 11 Februari 2025

Jam Gadang salah satu Ikon Kota Bkuttinggi, di sekitar Jam Gadang terdapat salah satu Pasar yaitu Pasar Lerang yang dikenal sebagai tempat berbelanja oleh-oleh dimana pasar tersebut sangat ramai dikunjungi pleh wisatawan.

Dalam hasil wawancara yang penulis lakukan dengan kak nova pengunjung Pasar Lereng Kota Bukittinggi dalam penelitian ia mengatakan:

Baju yang di jual di pasar lereng ini hampir sama kualitas yang di jual di pasar aur tapi yang menyebabkan harganya mahal mungkin karena berada di tempat wisata jam gadang dan pengunjung banyak yang membeli baju jadi itu yang menyebabkan harga baju di pasar lereng mahal di bandingkan dengan pasar lainya, karena di pasar wisata pengunjung banyak yang datang dari berbagai daerah"[68]

Hal tersebut menunjukan bahwa pedagang memanfaatkan daya tarik wisata sebagai peluang untuk meningkatkan pendapatan. Lokasi yang strategis dan banyaknya pengunjung atau wisatawan memberi nilai tambah sendiri bagi pasar-pasar disekitar abjek wisata Jam Gadang, Para wisatwan, terutama berasal dari luar kota, cenderung memiliki anggaran khusus untuk berbelanja atau membeli oleh-oleh, sehingga harga yang sedikit lebih tinggi masih dapat di terima dan tidak menjadi persoalan bagi pengunjung luar daerah.

Keindahan dan popularitas jam gadang sebagai destinasi wisata turut memberikan pengaruh terhadap nilai jual barang disekitar Jam Gadang. Kawasan Jam Gadang setiap harinya di padati oleh wistawan baik dari dalam daerah maupun dari luar daerah. Hal ini memberikan

[68] Wawancara dengan Kak Nova Pembeli di Pasar Lereng Kota Bukittinggi 11 Februari 2025

dampak ekonomi secara langsung bagi para pedagang, namun juga dapat menciptakan kondisi pasar yang kompetitif dan dinamis.

Hal yang sama pun di ungkapkan oleh ibu rima pengunjung pasar lereng kota bukittingi dalam penelitian ia mengatakan:

> *Di pasar lereng barang yang dijual emang terbilang mahal di karenakan berdekatan di tempat wisata, hal seperti itu sudah biasa ditempat wisata harga barang mahal seperti makanan, minuman, maupun baju dan lain-lain. Dikarenakan pedagang beranggapan bahwa di tempat wisata terkenal dengan pengunjung yang ramai apalagi jam gadang sudah terkenal sampai luar daerah.*[69]

Dari hasil wawancara dapat di simpulkan juga bahwa kenaikan harga sangat dipengaruhi oleh lokasi atau tempat suatu pasar khususnya yang berada di area yang strategis seperti objek Wisata Jam Gadang, yang memiliki pengaruh besar terhadap penetapan harga suatu barang. Hal tersebut merupakan sebagai bentuk strategi bisnis untuk menyesuaikan dengan tingginya wisatawan atau pengunjung dan potensi pasar apabila berdekatan dengan objek wisata maka harga barang yang di jual di pasar juga ikut naik.

c. Biaya Transportasi

Hal ini juga menjadi salah satu faktor penyebab tingginya harga jual barang di Pasar Lereng Kota Bukittinggi, di karenakan ada bebrapa pedagang mendapatkan barang dagangan dari pemasok yang berada jauh dari Bukittinggi, bahkan ada yang mengambil barang langsung dari pusat grosir seperti dari Tanah Abang dii Jakarta. Jarank

[69] Wawancara Dengan Pembeli Pasar Lereng Kota Bukittinggi 11 Februari 2025

yang jauh ini tentu akan memerlukan biaya pengiriman yang tidak sedikit, apalagi dengan jumlah barang yang di bawa cukup banyak.

Selain biaya pengiriman yang terbilang tinggi, pedagang juga menghadapi kenaikan modal atau harga awal barang dari pemasok, jika modal awal sudah mahal maka harga penjualan juga kepada konsumen juga ikut naik.

Kondisi ini menunjukan bahwa tingginya harga barang di pasar Lereng bukan semata-mata karena pedagang ingin menaikan harga secara sepihak,melaikan ada proses dibalik penyaluran barang terutama untuk barang-barang yang di tidak produksi secara lokal. Dengan kata lain, biaya transportasi dan kenaikan modal dari pemasok menjadi dua faktor penting yang tidak bias di abaikan dalam tingginya harga jual suatu barang. Hal ini menujukan bahwa dalam dunia perdagangan, banyak aspek yang mempengaruhi harga, bukan hanya dari sisi keinginan pedagang, melainkan dari kondisi pasar, logostik, dan biaya operasional yang di hadapi oleh pedagang.

Hal ini sesuai dengan penuturan ibu maivi, beliau mengatakan bahwa "*kenaikan penjualan berpengaruh karena kenaikan pada modal dari baju,kadang juga adanya biaya pengiriman yang cukup mahal.*[70]

Hal yang sama pun di ungkapkan oleh bapak supardi penjual tas dalam penelitian ia mengatakan:

Kadang yang membuat kami menjual barang dengan harga yang tinggi dikarenakan adanya biaya yang harus kami bayarkan, seperti

[70] Wawancara Dengan Ibu Maivi, Pedangang Di Pasar Lereng Kota Bukittinggi 11 Februari 2025

biaya pengiriman, dan biaya sewa toko dan juga terdapat kenaikan modal dari barang. [71]

Berdasarkan Dari penuturan Ibu Maivi dan Bapak Supardi, bisa disimpulkan bahwa alasan pedagang menjual barang dengan harga yang cukup tinggi bukan semata-mata karena ingin untung besar, tapi karena memang ada biaya tambahan yang harus mereka tanggung. Seperti naiknya harga modal barang, ongkos kirim yang mahal, dan berbagai biaya lain yang harus dibayar. Jadi, harga jual yang tinggi itu lebih karena menyesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan operasional mereka sehari-hari.

[71] Wawancara Dengan Bapak Supardi Pedagang Di Pasar Lereng Kota Bukittingi 11 Februari 2025

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah di laksanakan, mengenai Analisis Penerapan Etika Bisnis Syariah Pada Pedagang Di Pasar Wisata ditemukan, *Pertama* : bahwa mayoritas pedagang di Pasar Lereng Kota Bukittinggi sebagian sudah menerapkan etika bisnis syariah dalam kegiatan perdagangnya. Namun tidak dapat di pungkiri masih terdapat pedagang yang belum menerapkan etika bisnis syariah pada kegiatan berdagangnya dengan alasan ingin mendapatkan keuntungan yang lebih tingggi.

Kedua : Tingginya harga barang yang diberikan oleh pedagang kepada konsumen di karenakan ada biaya sewa yang cukup mahal dibayarkan oleh pedagang. Meskipun hal tersebut merupakan salah satu bentuk strategi dari pedagang namun menaikan harga terlalu tinggi tidak dianjurkan sebagaimana yang telah diajarkan oleh Rasulullah kepada umatnya bahwa dalam berbisnis merupakan sebuah ibadah maka jalankan ibadah tersebut tanpa adanya unsur kejahatanatau kezaliman didalamnya.

Ketiga : kenaikan harga yang terlalu tinggi juga dipengaruhi oleh berdekatan dengan tempat wisata, namun menaikan harga yang tinggi kepada pembeli merupakan suatu pelanggaran terhadap etika dalam jual beli dan prisip-prinsip muamalah dimana dalam jual beli

keadilan dan kejujuran harus ditegakkan, dan tidak boleh adanya kezaliman dengan cara apapun termasuk diskriminasi harga kepada pembeli, tanpa adanya membedakan pada kalangan atau orang-orang tertentu, karena dalam islam di ajarkan bahwa setiap orang mempunyai hak yang sama.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang dijelaskan diatas, maka peneliti mennyampaikan saran-saran yang bertujuan memberikan manfaat bagi pihak-pihak lain atas penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan peneliti sebagai berikut:

1. Bagi Pedagang di Pasar Lereng Kota Bukittinggi

   Sebaiknya setiap pedagang dalam menjalankan usahanya memahami dan menerapakan etika bisnis syariah. Sebab setiap usaha yang didasari ilmu pengetahuan serta berpedoman pada Rasulullah SAW dan Allah SWT maka usaha tersebut akan mendapatkan keberkahan baik di dunia maupun di akhirat.

2. Untuk Penulis Selanjutnya

   Diharapakan dapat mengkaji lebih dalam lagi mengenai Penerapan Etika Bisnis Syariah serta fakto- faktor yang mempengaruhi kenaikan harga jual barang.

3. Perlu adanya peningktan keimanan kepada kita semua khususnya kepada para pedagang, agar tidaak melanggar etika bisnis yang sesuai

dengan prinsip islam dan tidak adanya pihak yang dirugikan. Sebab Allah SWT menciptakan manusia tujuannya adalah untuk beribadah dan mengabdi kepadanya. Berbisnis juga merupakan sebuah ibadah, maka lakukanlah ibadah tersebut sesuai dengan yang telah di ajarkan dan tidak melanggar aturan syariat islam.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Aziz, Naufal Luthfi Alifa, Abdurrahman Ahmad Faisal, Elfaza Hanura Rohimatin, Hasemi Rafi Rafsanjani, Ratih Wulan Dari, Jaka Dawud, Wulan, Fiqih Hamzah, Enjang Sukron Aziz, Salsadila Septiya Maharani, Wandi Krisna Mukti, Fariz Muhammad Zia Ul Haq, S, Indra Maulana, *Etika Bisnis Islam Teori & Penerapan* (Pt. Adab Indonesia, 2024)

Abdulloh, Muhamad, „Mas‟uliyah, Al-Kifayah, Dan Kejujuran Dalam Bisnis Ritel (Studi Kasus Mbs Madiun Teguhan Jiwan Madiun)‟, *Niqosiya: Journal Of Economics And Business Research*, 1.1 (2021), Pp. 66–77

Afdhal Chatra, Komang Ayu Henny Achjar, Muhamad Rusliyadi, Zaenurrosyid, Nini Apriani Rumata, Lin Nirwana, Ayuliamita Abadi, *Metode Penelitian Kualitatif: Paduan Praktis Untuk Analisis Data Kualitatif Dan Studi Kasus* (Pt. Sonpedia Publishing Indonesia)

Aioputra, Fakhri Muhammad, Universitas Muhammadiyah Jakarta, and Etika Bisnis. "Membangun Etika Bisnis Islami: Refleksi Atas Nilai Kejujuran, Amanah, Dan Ihsan," n.d., 96–105.

Albi Anggito, Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian* (Cv. Jejak, 2018)

Andriani, Beid Fitrianova, A. Tarmizi, And Aurelia Zahwa Putri E., „Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Keberhasilan Usaha‟, *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi*, 2.2 (2023), Pp. 238–52

Anti Khusnawati, Meri, Ima Frafika Sari, Marsha Falia Rifai, And Ravinza Husen Samudra, „Praktik Jual Beli Di Destinasi Wisata: Sebuah Tinjauan Etika Bisnis Islam‟, *Jurnal Antologi Hukum*, 2.2 (2022), Pp. 205–21

Anwar, Syaiful, *Etika Bisnis Dan Corporate Social Responsibility(Csr) Berbasis Nilai* (Cv Budi Utama, 2024)

Arafah, Muh., *Etika Pelaku Bisnis Islam* (Wawasan Ilmu, 2022)

Azahra Eka Putri, „Implementasi Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Melakukan Transakasi Jual Beli Di Pasar Tradisional Azahra Eka Putri Dwi Septi Nuraeni Lilis Renfiana Melakukan Aktivitas Sehari-Hari . Sebab Itu , Selama Pelaksanaan Jual Beli Dalam Islam Ada‟, 1.6 (2023), Pp. 260–74

Bukido, Rosdalina, Adila Afifah Mampa, And Ridwan Jamal, „Etika Bisnis Islam

Dalam Perilaku Bisnis Pedagang Muslim Makassar Kota Manado‟, *Maqrizi: Journal Of Economics And Islamic Economics*, 2.2 (2022), Pp. 114–31

Chaidir Iswanaji, Muhammad Wahyudi, *Etika Bisnis Islam Perspektif Al-Qur'an Dan Hadist* (Cv. Adabu Abimata, 2020)

Dinas pengelolaan pasar kota bukittinggi. *Profit Pasar Atas, Pasar Bawah, Dan Pasar Simpang Aur Kota Bukittinggi*, n.d.

Deny Susanto, *Etika Bisnis* (Cv. Toha Media, 2023)

Dian, P, M Nadhar, And ..., „Analisis Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Minat Beli Pada Pasar Tradisional Cakke Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang‟, *Ume: Journal Yof ...*, 3.3 (2020), Pp. 65–83

<Https://Www.Journal.Stieamkop.Ac.Id/Index.Php/Yume/Article/View/800> Dian Saputra Marzuki, Muh. Yusri Abadi, Suci Rahmadani, Muhammad Al Fajrin,

Rima Eka Juliarti, Arvina Pebrianti, Afifah, *Analisis Kepatuhan Penggunaan Masker Dalam Pencegahan Covid-19pada Pedagang Pasar Tradisional Di Provinsi Sulawesi Selatan* (Uwais Inspirasi Indonesia, 2021)

Equatora, Muhammad Ali, Lollong Manting, *Teknil Pengumpulan Data Klien* (Pt Lontar Digital Asia, 2021)

Fauzia, Ika Yunia, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Kencana, 2018)

Haryanti, Nine, And Trisna Wijaya, „Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pd Pasar Tradisional Pancasila Tasikmalaya‟, *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4.2 (2019), Pp. 122–29

Hilalia, Nurdiana, M. Firdaus, Nuraeda Nuraeda, And Nurul Susianti, „Implementasi Prinsip Keadilan Dalam Akad Wadi‟ah Yad Dhamanah Pada Produk Tabungan Simpanan Pelajar Di Bank Syariah Indonesia Kcp Selong‟, *Jurnal Al-Kharaj: Studi Ekonomi Syariah, Muamalah, Dan Hukum Ekonomi*, 3.1 (2023), Pp. 13–30, Doi:10.30863/Alkharaj.V3i1.4219

Ifdholul Maghfur, Maulidatul K, And Muhammad Fahmul Iltiham, „Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di Pasar Nongkojajar Kecamatan Tutur Kabupaten Pasuruan‟, *Jurnal Mu'allim*,

1.2 (2019), Pp. 339–58

Imronah, ‟Ainul, „Struktur Pasar Dan Persaingan Harga Pasar Persaingan Sempurna (Tinjauan Ekonomi Islam)‟, *J-Ebi: Jurnal Ekonomi Bisnis Islam*, 1.01 (2022), Pp. 26–35

Jainuddin, Fitriadi, And Sri Wahyuni, „Etika Bisnis Pedagang Muslim Pasar Ijabah Kota Samarinda Dalam Perspektif Islam‟, *Jesm : Jurnal Ekonomi Syariah Mulawarman*, 1.2 (2022), P. 3

Lkp, Pengelolaan, And Pada Masa, „Joll 4 (1) (2021) Journal Of Lifelong Learning‟,

4.1 (2021)

Maulida, Novita, And Siti Femilivia Aisyah, „Etika Bisnis Islam: Implementasi Prinsip Keadilan Dan Tanggung Jawab Dalam Ekonomi Syariah‟, *El-Iqthisadi Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Hukum Dan Syariah*, 6 (2024), Pp. 49–61

Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan: Teori Dan Aplikasinya, Media Nusa (2015)

Mokodenseho, Sabil, And Tri Lestari Puspitaningrum, „Relasi Sosial-Ekonomi Dan Kekuasaan Antara Rentenir Dan Pedagang Pasar Tradisional Di Jawa Tengah‟, *Politika: Jurnal Ilmu Politik*, 13.1 (2022), Pp. 41–58

Mukaromah, Ni‟matul Fitria, And Temmy Wijaya, „Pasar Persaingan Sempurna Dan Pasar Persaingan Tidak Sempurna Dalam Perspektif Islam‟, *Profit: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4.2 (2020), Pp. 1–16

Nabbila, Faricha Lita, And Ahmad Syakur, „Prespektif Ayat Al-Qur‟an Dalam Etika Bisnis Islam Kontemporer‟, *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 3.2 (2023), Pp. 199–206

Nandang Ihwanudin, Beti Rahayunurbaeti, Hendro Kasmanto, Dyaniraramadhani, Yusuf Wibisono, Yuli Yatin, Vevi Nur Afifah Sanusi, Agung Setiono, Nadar Rizatullah, Tri Sandy Wibawa Mukti, Asep Tajul Mutaqin Ahmad, Tri Nur Anisa, Charita Ulfa Widyawan, *Etika Bisnis Dalam Islam (Teori Dan Aplikasi)* (Grup Cv. Widina Media Utama, 2022)

Nurdiani, Nina, „Teknik Sampling Snowball Dalam Penelitian Lapangan‟, *Comtech: Computer, Mathematics And Engineering Applications*, 5.2 (2014), P. 1110 Okta Karneli, Mandataris , Tantri Puspita Yazid, Andri Sulistyani, *Eksplorasi Pasar*

Pariwisata Desa Meskom: Potensi Dan Peluang, Cv. Mega P (2023)

*R*ahman, Supandi. "Bisnis Dalam Islam." *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)* 1, no. 1 (2022): 54–62. https://doi.org/10.54045/mutawazin.v1i1.104.Ramadhany,Nurmeiny Putri, Havis Aravik, And Choirunnisak Choirunnisak,

„Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Terhadap Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Pada Rozza Bakery Palembang", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (Jimpa)*, 3.1 (2023), Pp. 13–26

Riananda, Rias Mei, And A"rasy Fahrullah, „Penerapan Etika Bisnis Islam Untuk Meningkatkan Kualitas Kinerja Karyawan Perusahaan Pada Cv Abdi Makmur Surabaya", *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4.2 (2021), Pp. 109–22

Romadona, Wahyu Sri Bintang, And Izzani Ulfi, „Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako Di Desa Jumbleng Indramayu", *Jmk (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 6.3 (2021), P. 65

Rukin, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi* (Cv. Jakad Media Publishing, 2021)

Sagif Haidarravy, Iriani Ismail, *Etika Bisnis Perusahaan* (Cv Budi Utama, 2024) Saugi, Muhammad, *Hadist-Hadis Ekonomi Syariah* (Cv. Pena Persada, 2021)

Septiani, Yuni, Edo Aribbe, And Risnal Diansyah, „Analisis Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Universitas Abdurrab Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Sevqual (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Abdurrab Pekanbaru)", *Jurnal Teknologi Dan Open Source*, 3.1 (2020), Pp. 131–43

Shomad, Abdul, „Memproteksi Warung Kelontong Dari Ekspansi Minimarket Dan Revolusi Industri 4.0", *Jurnal Administrasi Dan Kebijakan Publik*, 6.1 (2021), Pp. 113–32

Singgano, Rein Glen, Juliana Lumintang, And Lisbeth Lesawengen, „Usaha Pedagang Pasar Tradisional Dalam Mengatasi Dampak Covid-19 Di Kelurahan Bulagi I Kecamatan Bulagi Kabupaten Banggai Kepulauan", *Journal Ilmiah Society*, 1.1 (2021), Pp. 1–10

Siti Hofifah, „Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman Di Ngebel Ponorogo Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam", *Syarikat: Jurnal Rumpun*

Ekonomi Syariah, 3.2 (2020), Pp. 37–44, Doi:/Syarikat.2020.Vol3(2).6469

Syahputri, Tyas Fariha, And Sri Abidah Suryaningsih, „Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Sembako Di Pasar Kedurus Surabaya‟‟, *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5.1 (2022), Pp. 146–59

Tiakoly, Kataruddin, Abdul Wahab, And Syaharuddin, „Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Pedagang Barang Campuran Di Pasar Tradisional Gamalama‟‟, *Jurnal Iqtisaduna*, 5.1 (2019), Pp. 102–23

Katangdiga, Nadya Rifanty. "Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu Penerapan Etika Bisnis Syari ' Ah Terhadap Perdagangan Pasar Tradisional Ciruas Serang Banten" 3 (2025): 619–30.

Tohawi, Agus, Juni Iswanto, Dewi Fitrtotussàdiyah, Institut Agama Islam Pangeran Diponegoro Nganjuk Indonesia, Kec Nganjuk, Kabupaten Nganjuk, And Others, „Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Perdagangan Bawang Merah Di Pasar Sukomoro Nganjuk‟‟, *Journal On Education*, 05.04 (2023), Pp. 17814–

Wati, Destiya, Suyudi Arif, and Abrista Devi. "Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 3, no. 1 (2021): 141–54. 22

Computer, Mathematics And Engineering Applications, 5.2 (2014), P. 1110 Okta Karneli, Mandataris , Tantri Puspita Yazid, Andri Sulistyani, *Eksplorasi Pasar*

Pariwisata Desa Meskom: Potensi Dan Peluang, Cv. Mega P (2023)

*R*ahman, Supandi. "Bisnis Dalam Islam." *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)* 1, no. 1 (2022): 54–62. https://doi.org/10.54045/mutawazin.v1i1.104.Ramadhany,Nurmeiny Putri, Havis Aravik, And Choirunnisak Choirunnisak,

„Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Terhadap Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Pada Rozza Bakery Palembang‟‟, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (Jimpa)*, 3.1 (2023), Pp. 13–26

Riananda, Rias Mei, And A‟‟rasy Fahrullah, „Penerapan Etika Bisnis Islam Untuk Meningkatkan Kualitas Kinerja Karyawan Perusahaan Pada Cv Abdi Makmur Surabaya‟‟, *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4.2 (2021), Pp. 109–22

Romadona, Wahyu Sri Bintang, And Izzani Ulfi, „Penerapan Etika Bisnis Islam

Pada Pedagang Sembako Di Desa Jumbleng Indramayu‟, *Jmk (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 6.3 (2021), P. 65

Rukin, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi* (Cv. Jakad Media Publishing, 2021)

Sagif Haidarravy, Iriani Ismail, *Etika Bisnis Perusahaan* (Cv Budi Utama, 2024) Saugi, Muhammad, *Hadist-Hadis Ekonomi Syariah* (Cv. Pena Persada, 2021)

Septiani, Yuni, Edo Aribbe, And Risnal Diansyah, „Analisis Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Universitas Abdurrab Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Sevqual (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Abdurrab Pekanbaru)‟, *Jurnal Teknologi Dan Open Source*, 3.1 (2020), Pp. 131–43

Shomad, Abdul, „Memproteksi Warung Kelontong Dari Ekspansi Minimarket Dan Revolusi Industri 4.0‟, *Jurnal Administrasi Dan Kebijakan Publik*, 6.1 (2021), Pp. 113–32

Singgano, Rein Glen, Juliana Lumintang, And Lisbeth Lesawengen, „Usaha Pedagang Pasar Tradisional Dalam Mengatasi Dampak Covid-19 Di Kelurahan Bulagi I Kecamatan Bulagi Kabupaten Banggai Kepulauan‟, *Journal Ilmiah Society*, 1.1 (2021), Pp. 1–10

Siti Hofifah, „Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman Di Ngebel Ponorogo Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam‟, *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 3.2 (2020), Pp. 37–44, Doi:/Syarikat.2020.Vol3(2).6469

Syahputri, Tyas Fariha, And Sri Abidah Suryaningsih, „Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Sembako Di Pasar Kedurus Surabaya‟, *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5.1 (2022), Pp. 146–59

Sumber data: observasi 6 februari 2025

Tiakoly, Kataruddin, Abdul Wahab, And Syaharuddin, „Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Pedagang Barang Campuran Di Pasar Tradisional Gamalama‟, *Jurnal Iqtisaduna*, 5.1 (2019), Pp. 102–23

Katangdiga, Nadya Rifanty. “Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu Penerapan Etika Bisnis Syari ’ Ah Terhadap Perdagangan Pasar Tradisional Ciruas Serang Banten” 3 (2025): 619–30.

Tohawi, Agus, Juni Iswanto, Dewi Fitrtotussàdiyah, Institut Agama Islam Pangeran

Diponegoro Nganjuk Indonesia, Kec Nganjuk, Kabupaten Nganjuk, And Others, „Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Perdagangan Bawang Merah Di Pasar Sukomoro Nganjuk‟, *Journal On Education*, 05.04 (2023), Pp. 17814–

Wati, Destiya, Suyudi Arif, and Abrista Devi. "Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 3, no. 1 (2021): 141–54.

Ucok Binaga Nasution, Narulita Syarweny, Heri Erlangga, Romualdus Antonius, Yusuf Arifin, Dr.Zeanette T. Lisbet, Novi Nurwanto, Darman, Gitagarliani, *Buku Ajar Pengantar Bisnis* (Pt. Sonpedia Publishing Indonesia)

Untung Lasiyono, Wira Yudha Alam, *Penelitian Kualitatif* (Cv. Mega Press Nusantara, 2024)

Wati, Ambar, Arman Paramansyah, And Dessy Damayanthi, „Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli‟:, *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 1.2 (2020), Pp. 184–200

Wati, Destiya, Suyudi Arif, And Abrista Devi, „Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop‟, *El- Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3.1 (2021), Pp. 141–54

Wibowo, Frendy, Aulia Uswatun Khasanah, And Febrianur Ibnu Fitroh Sukono Putra, „Analisis Dampak Kehadiran Pasar Modern Terhadap Kinerja Pemasaran Pasar Tradisional Berbasis Perspektif Pedagang Dan Konsumen Di Kabupaten Wonogiri‟, *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7.1 (2022), Pp. 53–65

Ucok Binaga Nasution, Narulita Syarweny, Heri Erlangga, Romualdus Antonius, Yusuf Arifin, Dr.Zeanette T. Lisbet, Novi Nurwanto, Darman, Gitagarliani, *Buku Ajar Pengantar Bisnis* (Pt. Sonpedia Publishing Indonesia)

Untung Lasiyono, Wira Yudha Alam, *Penelitian Kualitatif* (Cv. Mega Press Nusantara, 2024)

Wati, Ambar, Arman Paramansyah, And Dessy Damayanthi, „Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli‟:, *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 1.2 (2020), Pp. 184–200

Wati, Destiya, Suyudi Arif, And Abrista Devi, „Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop‟, *El- Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3.1 (2021), Pp. 141–54

Wibowo, Frendy, Aulia Uswatun Khasanah, And Febrianur Ibnu Fitroh Sukono Putra, „Analisis Dampak Kehadiran Pasar Modern Terhadap Kinerja Pemasaran Pasar Tradisional Berbasis Perspektif Pedagang Dan Konsumen Di Kabupaten Wonogiri", *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7.1 (2022), Pp. 53–65

Wawancara Pribadi dengan Konsumen Fitriana Malau 11 November 2024 Jam 10.15 Wib.

Wawancara Pribadi dengan Konsumen Laura Putri Ramadhani 11 November 2024 Jam 15.10 Wib.

Wawancara dengan Bapak Boby, Pedagang Pasar Lereng Kota Bukittinggi 11 Februari 2025

Wawancara dengan Ibu Yusi, Pedagang Paar Lereng Kota Bukittinggi 11 Februari 2025

Wawancara dengan Ibu Ariana Febriani Pedagang di Pasar Lereng Kota Bukittinggi 11 Februari 2025

Wawancara dengan Ibu Yanti Pedagang di Pasar Lereng Kota Bukittingi 11 Februari 2025

Wawancara Dengan Kak Diva Pedagang Di Pasar Lereng Kota Bukittinggi 11 Februari 2025

Wawancara Dengan Kak Rama Pedagang Di Pasar Lereng Kota Bukittinggi 11 Februari 2025

Wawancara dengan Kakak Popi , Pedagang di Pasar Lereng Kota Bukittinggi 11 Februari 2025

Wawancara Dengan Beberapa Pengunjung Pasar Lereng Kota Bukittinggi 11 Februari 2025

Wawancara Dengan Kak Nova Pembeli di Pasar Lereng Kota Bukittinggi 11 Februari 2025

Wawancara dengan Pembeli Pasar Lereng Kota Bukittinggi 11 Februari 2025

Wawancara Dengan Ibu Maivi, Pedangang Di Pasar Lereng Kota Bukittinggi 11 Februari 2025

Wawancara Dengan Bapak Supardi Pedagang Di Pasar Lereng Kota Bukittingi 11

Februari 2025

Wawancara Dengan Kak Multi Pembeli Di Pasar Lereng Kota Bukittinggi 11 Februari 2025

Wawancara Dengan Beberapa Pengunjung Pasar Lereng Kota Bukittinggi 11 Februari 2025

DOKUMENTASI








Jam Gadang





SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
Nomor : 309.3/Un.26.3/HK.00.5/08/2024

Tentang

Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa Program Studi S1 Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Membaca : Lembaran Pengajuan Judul Proposal Skripsi dan Penetapan Pembimbing oleh Ketua Program Studi S1 Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi an **Pitri Sesnawati** NIM. **3721035** tanggal 27 Agustus 2024;

Menimbang :
a. bahwa untuk lebih terarah dan terkoordinirnya penulisan Skripsi mahasiswa UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, maka perlu ada Pembimbing.
b. bahwa nama yang tersebut dibawah ini, dipandang cakap dan mampu untuk diangkat sebagai Pembimbing.

Mengingat :
1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 47, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 4286);
2 Undang-Undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 158, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 5336);
3 Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 16, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 5500);
4 Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2019 tentang Pendidikan Tinggi Keagamaan, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 120, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 6263);
5 Peraturan Presiden RI No. 85 Tahun 2022 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi menjadi Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 135);.
6 Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 76 Tahun 2022 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi (Berita Negara Republik IndonesiaTahun 2022 Nomor 1233);
7 Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 83 Tahun 2022 tentang Statuta Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 1288);

MEMUTUSKAN

Menetapkan :

Pertama : Menyetujui Outlines, Daftar Kepustakaan bagi Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul **"Analisis Penerapan Etika Bisnis Syariah Pada Pedagang Di Pasar Wisata (Studi Kasus Pasar Lereng Kota Bukittinggi)"**

Kedua : Menunjuk saudara :

Nama	:	**Dr. Iis Izmuddin, MA**
NIDN	:	197503032001121007
Pangkat/Gol.Ruang	:	Pembina Utama Muda (IV/c) / Lektor Kepala
Bidang Keahlian Pokok	:	Fiqh
Memberi Mata Kuliah	:	Filsafat Ekonomi Islam
Untuk Tugas	:	Pembimbing

Ketiga : Masa penulisan skripsi minimal selama 4 (empat) bulan sejak SK Pembimbing dikeluarkan.

Keempat : Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini, akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di Bukittinggi
Pada Tanggal 27 Agustus 2024

ASRIADDIN

Tembusan :
1. Pembimbing;
2. Mahasiswa yang bersangkutan

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Kampus II : Jalan Gurun Aur Kubang Putih
Kabupaten Agam - Sumatera Barat - Telpon / Fax : (0752) 22875
Website : https://febi.uinbukittinggi.ac.id | Email : febi@uinbukittinggi.ac.id

Nomor : B-3126/Un.26.3/PP.07/11/2024 05 November 2024
Lamp. : -
Hal : **Mohon Izin Penelitian**

Yth. Kepala Kantor Kesbangpol
Kota Bukittinggi

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat, dalam rangka mengumpulkan data untuk penyusunan skripsi bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, kami harapkan bapak/ibu untuk dapat kiranya memberi kesempatan melakukan penelitian kepada mahasiswa dibawah ini:

Nama	: **Pitri Sesnawati**
NIM	: 3721035
Semester	: VII (Tujuh)
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi	: Manajemen Bisnis Syariah S1
Judul Skripsi	: ***"Analisis Penerapan Etika Bisnis Syariah pada Pedagang di Pasar Lereng Bukittinggi Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen"***
Lokasi Penelitian	: Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kota Bukittinggi
Waktu	: 05 November s.d 05 Desember 2024

Demikian disampaikan, atas bantuannya diaturkan terima kasih.

Dekan

Dr. Hasi Eka Puteri, SE, M.Si
NIP. 197409082006042002

PEMERINTAH KOTA BUKITTINGGI

BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

Jl. Jend. Sudirman No. 27 – 29 Bukittinggi Telp. (0752) 23976

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor : 000.9/ 48 /BKPol-KB/2025

Dasar :

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
2. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah;
3. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2011 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di lingkungan Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintahan Daerah;
4. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2018 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian.

Menimbang :

a. Bahwa sesuai surat dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, Nomor B-0301/Un.26.3/PP.07/02/2025, Tanggal 3 Februari 2025, Hal Mohon Izin Penelitian.
b. Bahwa untuk tertib administrasi dan pengendalian pelaksanaan penelitian serta pengembangan perlu diterbitkan Surat Keterangan Penelitian.
c. Bahwa sesuai konsideran huruf a dan b serta hasil Verifikasi Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Bukittinggi, berkas persyaratan administrasi Surat Keterangan Penelitian telah memenuhi syarat.

Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Bukittinggi, memberikan surat keterangan penelitian kepada :

Nama	:	**Pitri Sesnawati**
Tempat/Tanggal Lahir	:	Langgai / 01 Mei 2003
Pekerjaan	:	Mahasiswa
Alamat	:	Langgai, RT/RW 000/000. Kel/Desa Ganting Mudiak Utara Surantih, Kecamatan Sutera, Kabupaten Pesisir Selatan - Provinsi Sumatera Barat.
Nomor Identitas	:	1301084105030007
Judul Penelitian	:	Analisis Penerapan Etika Bisnis Syariah Pada Pedagang di Pasar Wisata (Studi Kasus Pasar Lereng Kota Bukitttinggi.
Untuk	:	Melakukan Penelitian dari tanggal 6 Februari 2025 s/d 3 Maret 2025 di 1. Pasar Lereng Kota Bukittinggi; 2. Dinas Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah dan Tenaga Kerja Kota Bukittinggi; 3. Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Bukittinggi.

Demikian surat keterangan penelitian ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Bukittinggi, 7 Februari 2025
a.n. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik
Kasubid. Ideologi, Wawasan Kebangsaan dan
Ketahanan Ekonomi, Sosial, Budaya, Agama,

WIDIA SARI, S.Sos
Penata Tk.I - III/d
NIP. 198706292011012002

Tembusan :

1. *Wali Kota Bukittinggi (Sebagai Laporan);*
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi;
3. Kepala Dinas Koperasi Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah dan Tenaga Kerja Kota Bukittinggi;
4. Kepala Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Bukittinggi.

PEMERINTAH KOTA BUKITTINGGI
DINAS PERDAGANGAN DAN PERINDUSTRIAN
Alamat : Jalan Cindua Mato No. 7 Telp. (0752) - 21055 Bukittinggi

Bukittinggi, 2 Juni 2025

Nomor : 500.10.30.1/327 /Disperperin-I/2025
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Perihal : Penyelesaian Penelitian

Yth.
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sjech
M. Djamil Djambek
di
Bukittinggi

Menindaklanjuti surat Saudara Nomor : 000.9/148/BKPol-KB/2025 tanggal 7 Februari 2025 perihal Rekomendasi Izin Penelitian, bersama ini kami beritahukan bahwa Mahasiswa atas nama **Pitri Sesnawati** telah menyelesaian penelitian dari tanggal 6 Februari s/d 3 Maret 2025 dan agar menyerahkan hasil penelitian 1 (satu) rangkap pada Dinas Perdagangan dan Perindustrian.

Demikianlah disampaikan, atas perhatian diucapkan terimakasih.

a.n Kepala Dinas
Sekretaris,

BERIE SURYA, S.A.P
NIP. 19840310 200604 1 008