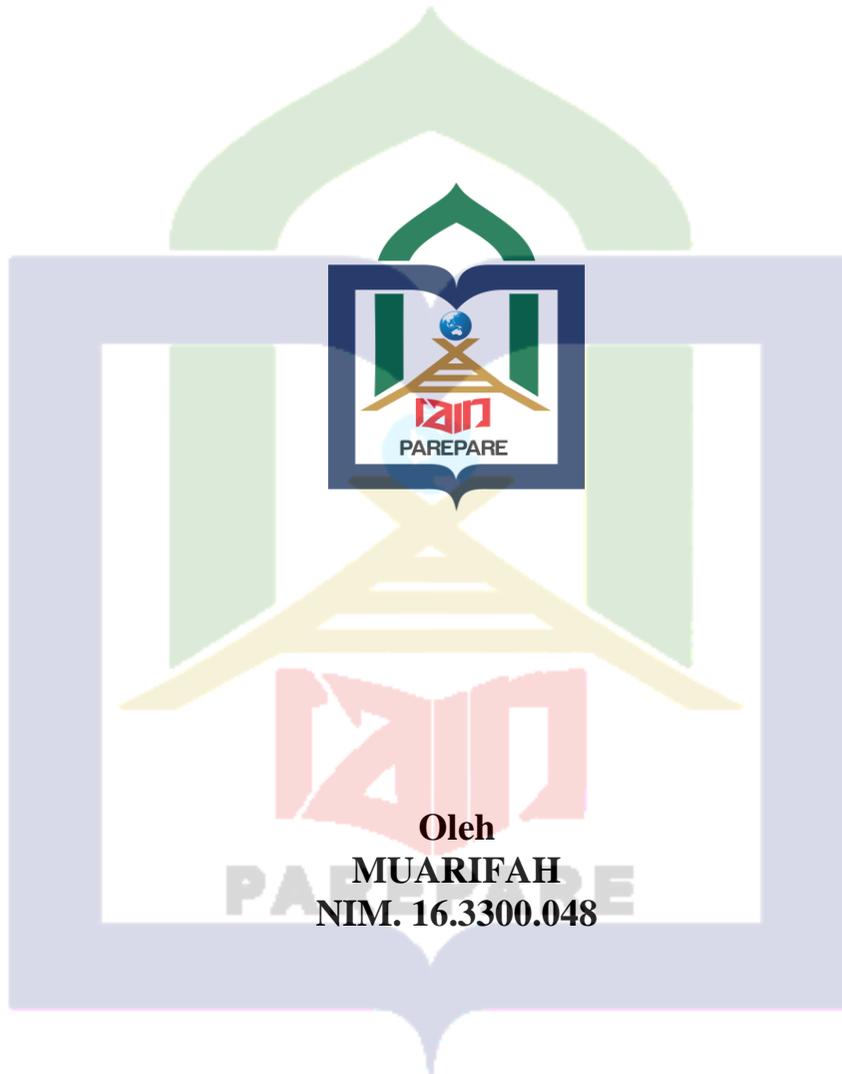


SKRIPSI

**PENERAPAN ETIKA KEWIRAUSAHAAN ISLAM PADA
PEDAGANG PASAR RAKYAT DIPEKKABATA PINRANG**



Oleh
MUARIFAH
NIM. 16.3300.048

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2021 M / 1442 H

**PENERAPAN ETIKA KEWIRAUSAHAAN ISLAM PADA
PEDAGANG PASAR RAKYAT DIPEKKABATA PINRANG**



Oleh
MUARIFAH
NIM. 16.3300.048

Skripsi sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
pada Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2021 M / 1442 H

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Nama Mahasiswa : MUARIFAH
 Judul Skripsi : Penerapan Etika Kewirausahaan Islam Pada Pedagang Pasar Rakyat di Pekkabata Pinrang
 NIM : 16.3300.048
 Fakultas : Ushuluddin, Adab, dan Dakwah
 Program Studi : Manajemen Dakwah
 Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Dekan Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Parepare Nomor: B-1845 /In.39.7.1/PP.09/10/2019

Disetujui Oleh

Pembimbing Utama : Dr. H. Muhammad Saleh, M.Ag

NIP : 196804041993031000

Pembimbing Pendamping : Dr. Nurhikmah, S.Sos.I, M.Sos.I

NIP : 198109072009012005

Mengetahui:

Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah
 Dekan.



Dr. H. Abd. Halim K., MA

NIP. 19590624 199803 1 001

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Nama Mahasiswa : MUARIFAH
Judul Skripsi : Penerapan Etika Kewirausahaan Islam Pada Pedagang Pasar Rakyat di Pekkabata Pinrang
NIM : 16.3300.048
Fakultas : Ushuluddin, Adab, dan Dakwah
Program Studi : Manajemen Dakwah
Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Dekan Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Parepare Nomor: B-1845 /In.39.7.1/PP.09/10/2019
Tanggal Kelulusan : 07 Juli 2021

Disahkan Oleh

Dr. H. Muhammad Saleh, M.Ag. (Ketua) 
Dr. Nurhikmah, S.Sos.I., M.Sos.I (Sekertaris) 
Dr. Sitti Jamilah Amin, M.Ag. (Anggota) 
Dr. H. St. Aminah Azis, M.Pd. (Anggota) 

Mengetahui:

Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah
Dekan,



Dr. H. Abd. Halim K. MA
NIP. 19590624 199803 1 001

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا رَسُولُ اللَّهِ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ،
أَمَّا بَعْدُ.

Puji syukur kita panjatkan kehadiran Allah Swt berkat hidayah, taufik dan pertolongan-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Penerapan Etika kewirausahaan Islam Pada Pedagang Pasar Rakyat Di Pekkabata Pinrang“ sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar “Sarjana Sosial pada Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah” Institut Agama Islam Negeri Parepare. Shalawat dan salam senantiasa mengalir kepada manusia terbaik, manusia pilihan kekasih Sang Maha Pengasih, Nabi mulia Muhammad Saw beserta para keluarga dan sahabatnya.

Penulis menghaturkan ucapan terima kasih kepada Ayahanda Tukimin dan Ibunda Lastini serta seluruh keluarga tercinta yang selalu mencurahkan kasih sayang, perhatian, kesabaran, untaian doa yang tulus demi keberhasilan penulis, dimana dengan pembinaan dan berkah doa tulusnya, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik pada waktunya.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak hambatan serta tantangan yang penulis hadapi namun pada akhirnya dapat melaluinya berkat bimbingan dan bantuan dari Dr. H. Muhammad Saleh, M.Ag selaku Pembimbing Utama dan ibu Dr. Nurhikmah, S.Sos.I M.Sos.I selaku Pembimbing Kedua, yang senang tiasa memberikan bantuan dan bimbingan kepada penulis selama penulisan skripsi, ucapan terima kasih yang tulus untuk kedua pembimbing tercinta.

Selanjutnya, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si selaku Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelolah pendidikan di IAIN Parepare.
2. Bapak Dr. H. Halim K.,M.A selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah atas pengabdianya telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Ibu Dr. Nurhikmah, S.Sos.I M.Sos.I sebagai ketua program studi Manajemen Dakwah yang telah banyak mendidik dan memberi dukungan kepada kami sebagai mahasiswa program studi Manajemen Dakwah.
4. Bapak Muhammad Haramain, S.Sos.I., M.Sos.I sebagai pembimbing akademik yang tiada henti memberikan arahan dan motivasi kepada kami
5. Bapak dan ibu dosen Program Studi Manajemen Dakwah yang telah meluangkan waktu dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare.
6. Kepala Perpustakaan IAIN Parepare beserta seluruh staf yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare, terutama dalam penulisan skripsi ini.
7. Pengurus Pasar Pekkabata Kepala UPTD Syamsuddin, SE yang telah memperkenankan penulis untuk mengadakan penelitian.
8. Angga Yudha Saputra, S.H dan Nur Dewi, S.Sos yang telah membantu saya dan memberikan dorongan semangat kepada saya dalam menyelesaikan studi di IAIN Parepare.
9. Teman seperjuangan PPI di Al-markaz Al-islami Center Jend M Jusuf Makassar Syamsinar, S.Sos, Erza Widya Ningsih, S.Sos, Mardian Saputra, Arfiani Arifin, dan Rosmilasari Sanusi yang selalu menyemangati dan mendukung semoga semuanya diberi kesuksesan bersama kedepannya

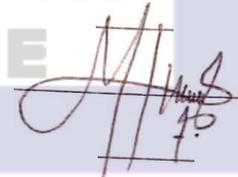
10. Teman KPM Kecamatan Tanasitolo dan seposko Kelurahan Pincenpute serta pemilik rumah posko Pincenpute yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan motivasi dengan berbagai pengalaman dan kebersamaan yang tak terlupakan.
11. Saudara(i) seperjuangan pada jurusan Manajemen Dakwah angkatan 2016, dan seluruh teman-teman yang telah banyak membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Semoga segala doa, bantuan, motivasi, saran dan arahan yang di berikan dapat menjadi amalan baik sehingga memperoleh balasan baik sari Allah swt. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran agar skripsi ini dapat menjadi lebih baik dan bermanfaat.

Akhir kata, penulis mengharapkan skripsi ini dapat menjadi sumbangan bagi perkembangan akademik.

Parepare, 27 Desember 2021
22 Jumadil awal 1442 H

Penulis



MUARIFAH
NIM.16.3300.048

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

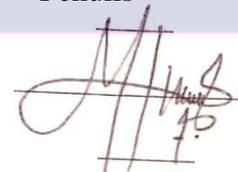
Mahasiswa yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Muarifah
NIM : 16.3300.048
Tempat/Tgl. Lahir : Sidomulyo, 21 Desember 1998
Program Studi : Manajemen Dakwah
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Judul Skripsi : Penerapan Etika Kewirausahaan Islam Pada Pedagang
Pasar Rakyat di Pekkabata Pinrang.

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 26 Desember 2021
22 Jumadil awal 1443H

Penulis



MUARIFAH
NIM.16.3300.048

ABSTRAK

MUARIFAH. 16.3300.048. *Penerapan Etika Kewirausahaan Islam Pada Pedagang Pasar Rakyat Di Pekkabata Pinrang* (dibimbing oleh H Muhammad Saleh dan Nurhikmah)

Penelitian ini berfokus pada Penerapan Etika Kewirausahaan Islam Pada Pedagang Pasar Pekkabata Pinrang. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui tujuan penerapan Etika Kewirausahaan Islam Pada Pedagang Pasar? bagaimana faktor pendukung dan penghambat penerapan Etika kewirausahaan Islam pada pedagang pasar rakyat di Pekkabata Pinrang.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Data dalam penelitian ini diperoleh dari data primer yang berupa data yang diperoleh langsung dari sumbernya dan data sekunder yaitu data yang mencakup dokumen-dokumen resmi, buku yang berkaitan dengan penelitian dan lain-lain. Dengan teknik pengumpulan data yaitu teknik, wawancara, dokumentasi

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Dalam penerapan etika kewirausahaan Islam terhadap sistem perdagangannya di pasar Pekkabata Pinrang, para pedagang melakukan beberapa aktifitas sebelum berjualan mereka mempersiapkan barang dagangan yang akan diperjual belikan kepada konsumen. Perilaku pedagang di pasar Pekkabata dalam menjalankan bisnis atau berdagang yang meliputi prinsip-prinsip etika bisnis Islam diantaranya. 1) Prinsip kejujuran diwujudkan untuk mempercayai satu sama lain dalam menjual apapun 2) Prinsip keseimbangan diwujudkan untuk seimbang dalam menakar barang dan adil saat melayani pembeli 3) Prinsip kehendak bebas diwujudkan untuk tidak melarang orang lain melakukan perdagangan disekitarnya 4) Prinsip Tanggungjawab diwujudkan bertanggungjawab atas amanat pembeli terhadap barang dan kualitas yang dijual. Faktor penghambat yang mempengaruhi tentang penerepan etika dalam jual beli menurut islam adalah faktor pendidikan. Pemahaman pedagang di pasar Pekkabata mengenai etika kewirausaha Islam belum sepenuhnya diketahui para pedagang. Akan tetapi, dalam melaksanakan transaksi jual beli mereka menggunakan aturan yang telah diatur oleh agama Islam seperti mempunyai sifat jujur dalam memperjual belikan dagangannya, berperilaku yang baik dengan pembeli dan adil dalam melayani transaksi jual beli.

Kata kunci: Penerapan etika, kewirausahaan Islam dan pedagang pasar

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI	iv
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	7
B. Tinjauan Teoritis	8
1. Teori Kognitif	8
2. Teori Perilaku (<i>behavioristic</i>).....	12
C. Tinjauan Konseptual.....	14
D. Kerangka Pikir.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
A. Jenis Penelitian	26
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	27

C. Fokus Penelitian	29
D. Jenis dan Sumber Data	29
E. Teknik Pengumpulan Data	31
F. Teknik Analisis Data	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian.....	35
1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	35
2. Penerapan Etika Kewirausahaan Islam pada pedagang pasar rakyat di Pekkabata Pinrang	40
3. Faktor Pendukung Dan Penghambat Penerapan Etika Kewirausahaan Islam.....	43
B. Pembahasan	44
BAB V PENUTUP	62
A. Kesimpulan.....	62
B. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Kerangka Pikir	25
2.2	Struktur Organisasi	39



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor Lampiran	Nama Lampiran	Keterangan
1	Surat Izin Melaksanakan Penelitian Dari Kampus	Terlampir
2	Surat Izin Melaksanakan Penelitian Dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu	Terlampir
3	Surat Keterangan Telah Meneliti	Terlampir
4	Surat penetapan pembimbing	
5	Surat Keterangan Wawancara	Terlampir
6	Dokumentasi	Terlampir
7	Biografi Penulis	Terlampir

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pasar selama ini sudah menyatu dan memiliki tempat yang paling penting dalam kehidupan masyarakat. Pasar bukan hanya tempat bertemunya antara penjual dan pembeli tetapi juga sebagai wadah untuk berinteraksi sosial.¹ Kewirausahaan adalah suatu ilmu yang mengkaji tentang pengembangan dan pembangunan semangat kreatifitas serta berani menanggung risiko terhadap pekerjaan yang dilakukan demi mewujudkan hasil karya tersebut. Keberanian mengambil risiko sudah menjadi milik seorang kewirausahaan karena dituntut untuk berani dan siap jika usaha yang dilakukan tersebut belum memiliki nilai perhatian dipasar.

Usaha berdagang merupakan bagian dari sektor informal yang mempunyai kedudukan dan peranan yang strategi dalam mewujudkan tujuan pembangunan nasional. Pedagang pasar merupakan salah satu kelompok dari sektor informal yang perlu dibina, dibimbing dan diarahkan untuk meningkatkan taraf hidupnya dan mampu meningkatkan pendapatannya serta mampu menerapkan etika kewirausahaan². Pasar merupakan tempat orang berjual beli³. Pasar dimaksud disini adalah tempat dimana bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi atas barang dan jasa secara langsung. Pasar juga merupakan sebuah organisasi yang besar, karena pasar merupakan pusat kegiatan masyarakat dalam mata pencaharian,

¹ Muhammad Aziz Hakim, *Menguasai Pasar Mengeruk Untung* (Jakarta: Renaisan Krisna Persada, 2005), h.97.

² Eis Al Masitoh, "Upaya Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional" (Studi Revitalisasi Pasar Piyungan Bantul), *Jurnal PMI Vol.X.No.2*, Maret 2-13, h.66.

³ Tim Redaksi Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), edisi ketiga, h.859.

dimana hampir semua barang yang dibutuhkan memang tersedia disana, pasar juga tempat bertemunya konsumen, produsen, distributor dan yang terlibat di dalamnya. Sehingga kegiatan ekonomi berlangsung terus-menerus. Dengan adanya interaksi penjual dan pembeli maka akan terjadi suatu transaksi.

Beberapa orang masih bergantung dengan pasar rakyat bagaimanapun kondisinya, ada sejumlah alasan konsumen tetap memilih pasar rakyat. Beberapa alasan seperti budaya, sejarah, mudah dijangkau, harga bisa ditawar, dan berbeda dengan berbelanja di pasar modern. Dengan keberadaan pasar rakyat dapat menjadi pondasi dasar perekonomian, dimana pasar rakyat juga mampu digunakan untuk memaksimalkan hasil bumi yang dikelola para petani, dan nelayan.

Keragaman para pedagang dan para konsumen beberapa faktor yang mendasari baik dari intern maupun ekstern menjadikan perilaku para pedagang yang berbeda-beda mulai dari mempromosikan barang, harga diskon, bonus, potongan harga atau menjual barang dengan harga yang lebih murah, seringkali karena adanya perbedaan perilaku tersebut menimbulkan perselisihan dan juga pertengkaran, yang akibatnya banyak notabnya para pedagang akan bertolak belakang dari tata cara berdagang secara islam dikarenakan sikap ingin mendapatkan keuntungan yang besar dengan cara apapun dalam bisnis.⁴

Saat ini banyak para penjual demi memperoleh keuntungan yang besar akan melakukan berbagai macam cara entah itu cara halal atau haram. Peneliti melihat secara langsung beberapa pedagang di pasar tradisional pekkabata pinrang melakukan perdagangan dengan cara tidak jujur seperti menyembuyikan barang yang buruk dibawah barang yang baik dengan memberikan harga yang lebih murah tanpa

⁴ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam* (Malang: UIN Malang Press, 2007), h.16

diketahui oleh pembeli bahwa terdapat barang yang berkualitas buruk, banyak para penjual yang membeli atau memasok dari pedagang lain sebelum sampai di pasar untuk mengetahui harga pasar agar mendapatkan keuntungan yang lebih besar, ada yang menakar tidak sesuai secara umumnya dalam menakar dengan menambahkan suatu benda pada timbangannya, sistem permainan harga pasar tradisional dipekkabata pinrang bergerak secara alami yaitu sesuai dengan permintaan dan penawaran barang.

Etika merupakan hal untuk mempertimbangkan suatu tingkah manusia untuk mengambil suatu keputusan. Keputusan tersebut merupakan sebuah keputusan yang berhubungan dengan moral dan lebih mengarah kepada akal budi secara objektif untuk menentukan benar dan salah mengenai tingkah laku dari seseorang.⁵

Erat kaitannya dengan penilaian. Karena pada hakikatnya etika membicarakan sifat manusia sehingga seseorang bisa dikatakan baik, bijak, jahat, susila atau sebagainya. Secara khusus etika ada pada prinsip manusia sebagai subjek sekaligus objek, bagaimana manusia berperilaku atas tujuan untuk dirinya sendiri dan tujuan untuk kepentingan bersama.⁶

Berkaitan dengan perilaku tersebut, dalam bisnis bukan hanya mencari keuntungan saja, tetapi juga mencari keberkahan. Berbisnis tidak diperkenankan melanggar syariat, baik dalam strategi, proses maupun praktek dan seterusnya. Islam memiliki perangkat, yaitu norma agama dalam segala aspek kehidupan termasuk dalam usaha dan bisnis. Kecenderungan bisnis saat ini tidak memperhatikan masalah etika bisnis baik secara sosial maupun Islam. Akibatnya, sesama pelaku bisnis sering berbenturan kepentingannya, mereka akan saling menjatuhkan satu sama lain untuk

⁵ <http://dokumen.tips/documents/sejarah-dan-perkembangan-etika.html> pada tanggal 9 oktober 2016

⁶ Jusmaliani, dkk, *Bisnis Berbasis Syari'ah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h. 45

mendapatkan keuntungan yang besar. Dalam jual beli atau perniagaan, Allah juga telah mengatur etika yang harus diperhatikan dalam berdagang, dimana apabila telah datang waktunya untuk beribadah, aktivitas jual beli perlu ditinggalkan dan segera melaksanakan ibadah yang diperintahkan Allah sebagaimana QS.Al-Jumu'ah/62:9

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا نُودِيَ لِلصَّلَاةِ مِنْ يَوْمِ الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْا إِلَىٰ ذِكْرِ اللَّهِ وَذَرُوا الْبَيْعَ
ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Terjemahnya:

”Wahai orang-orang yang beriman. Apabila diserukan untuk mengerjakan shalat pada hari Jumat, maka segeralah kamu pergi (ke masjid) untuk mengingati Allah dan tinggalkanlah berjual-beli (pada saat itu); yang demikian adalah baik bagi kamu, jika kamu mengetahui hakikat yang sebenarnya”.⁷

Pembeli atau konsumen seharusnya menerima barang dalam kondisi baik dan dengan harga yang wajar. Mereka juga harus diberitahu apabila terdapat kekurangan-kekurangan pada suatu barang, kelengkapan suatu informasi, daya tarik dan kelebihan suatu barang atau produk menjadi faktor yang sangat menentukan bagi pembeli atau konsumen untuk menentukan pilihannya. Oleh karena itu, informasi merupakan hal pokok yang dibutuhkan setiap konsumen. Kejujuran dalam memberikan informasi sangat diperlukan oleh konsumen. Nilai kejujuran dipraktekkan oleh nabi Muhammad Saw. Beliau adalah seorang pedagang yang terkenal dengan kejujurannya. Sesuai dalam firman Allah Swt dalam Q.S. Al-Syu'ara/26:181-183

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ
أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

Terjemahnya:

⁷ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, h.554

“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan, dan timbanglah dengan timbangan yang benar, dan janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi hak-haknya dan janganlah membuat kerusakan di Bumi”⁸

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang Penerapan Etika Kewirausahaan pada Pedagang Pasar Rakyat di Pekkabata Pinrang. Karena pada umumnya pedagang pasar sangat perlu memperhatikan etika dalam berwirausaha dipasar rakyat tersebut.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penelitian ini penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan Etika kewirausahaan Islam pada pedagang pasar rakyat di Pekkabata Pinrang?
2. Bagaimana faktor pendukung dan penghambat penerapan Etika kewirausahaan Islam pada pedagang pasar rakyat di Pekkabata Pinrang?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin penulis capai dalam penelitian ini adalah:

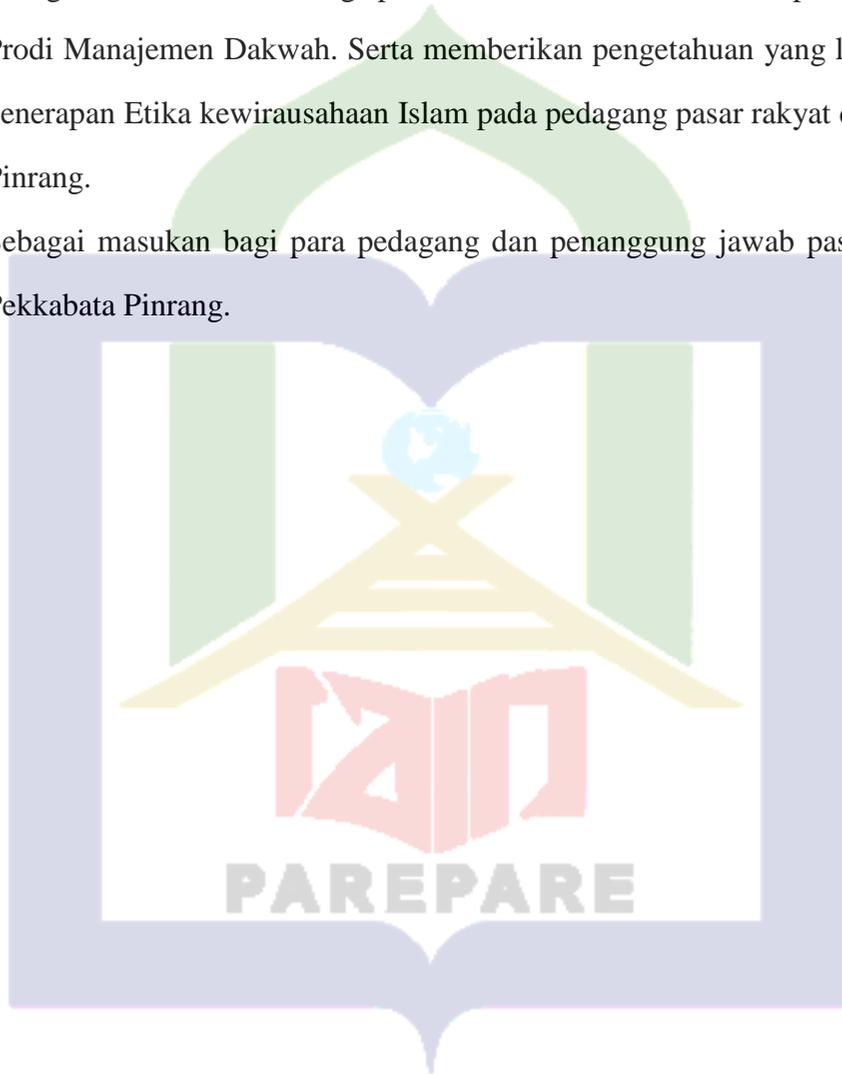
1. Untuk mengetahui penerapan Etika kewirausahaan Islam pada pedagang pasar rakyat di Pekkabata Pinrang.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat penerapan Etika kewirausahaan Islam pada pedagang pasar rakyat di Pekkabata Pinrang.

⁸ Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, h.374

D. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dirumuskan, maka kegunaan dan manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Sebagai bahan referensi bagi pembaca mahasiswa IAIN Parepare, khususnya Prodi Manajemen Dakwah. Serta memberikan pengetahuan yang lebih tentang penerapan Etika kewirausahaan Islam pada pedagang pasar rakyat di Pekkabata Pinrang.
2. Sebagai masukan bagi para pedagang dan penanggung jawab pasar rakyat di Pekkabata Pinrang.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian ini membahas tentang Penerapan Etika Kewirausahaan pada Pedagang Pasar Rakyat di Pekkabata Pinrang. Sumber dari penelitian yang penulis gunakan adalah kepustakaan yaitu terdiri dari beberapa referensi. Dimana referensi tersebut dijadikan sebagai bahan acuan yang berhubungan dengan skripsi yang ingin penulis teliti.

Hadi Sasana yang berjudul “*Analisis dampak keberadaan pasar moderna terhadap keuntungan usaha pedagang pasar tradisional (Studi kasus di pasar tradisional kecamatan Bayumanik kota Semarang)*”. Kota Semarang. Jurusan IESP Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro, tahun 2013. Hasil penelitian Hadi Sasana yang diperoleh rendah tingkat kenyamanan pasar tidak memengaruhi keuntungan usaha pedagang pasar tradisional, jarak pasar yang lebih strategis menyebabkan keuntungan usaha akan meningkat dan diversifikasi produk yang lebih beragam mengakibatkan keuntungan usaha akan meningkat. Namun, apabila harga pasar relatif lebih terjangkau maka tidak mempengaruhi keuntungan usaha⁹. Peneliti mengambil rujukan dari penelitian oleh Hadi Sasana karena merasa memiliki kesamaan yaitu sama-sama menggunakan metode dan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Adapun yang membedakan penelitian yang dilakukan oleh Hadi Sasana dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah dari segi tujuan penelitian, dimana Hadi Sasana tujuan penelitiannya yaitu untuk

⁹ Hadi Sasana “*Analisis dampak keberadaan pasar moderna terhadap keuntungan usaha pedagang pasar tradisional (Studi kasus di pasar tradisional kecamatan Bayumanik kota Semarang)*” (Skripsi Sarjana; Jurusan IESP Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro, Kota Semarang, 2013), h.iv.

mengetahui bagaimana dampak keberadaan pasar moderna terhadap keuntungan usaha pedagang pasar tradisional, sedangkan penulis tujuan penelitiannya untuk mengetahui faktor-faktor pendukung maupun penghambat dan penerapan etika kewirausahaan pada pedagang pasar rakyat di Pekkabata Pinrang.

Hafiz Juliansyah yang berjudul "*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Ciputat*". Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta 2011. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat tauhid, keseimbangan, prinsip kehendak bebas, prinsip tanggung jawab, dan prinsip ihsan pedagang Pasar Ciputat terhadap penerapan etika bisnis Islam. Dari penelitian tersebut, diperoleh kesimpulan bahwa ihsan, keseimbangan, dan tanggung jawab merupakan faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap penerapan etika bisnis Islam pedagang Pasar Ciputat. Sedangkan kehendak bebas dan tauhid tidak berpengaruh dominan terhadap penerapan etika bisnis Islam pedagang Pasar Ciputat¹⁰. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan ditulis oleh penulis adalah sama-sama bertema etika bisnis Islam pedagang pada suatu pasar, Sedangkan perbedaan penelitian ini terletak pada tempat yang dijadikan penelitian.

B. Tinjauan Teoretis

1. Teori Kognitif

Teori kognitif merupakan teori yang mengatakan bahwa belajar adalah suatu proses perubahan persepsi dan pemahaman, yang tidak selalu berbentuk tingkah laku yang dapat diukur dan diamati yang berdasarkan agama. Landasan manusia beragama bermula dari usaha manusia untuk menjelaskan tentang pengalaman-pengalaman yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Manusia

¹⁰ Hafiz juliansyah "*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Ciputat*" (Skripsi sarjana; Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011)

Spencer (dalam meadow & kahoe, 1984) manusia sejak zaman dahulu kala pada dasarnya mereka sangat rasional, sehingga selalu berusaha mencari penjelasan dari setiap apa yang ditemuinya, termasuk pengalaman-pengalamannya sendiri.

Agama sangat berkaitan dengan perkembangan kognitif seseorang. Agama mampu memberikan jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan yang muncul yang berkaitan dengan masalah keterbatasan manusia, karena pikiran manusia mampu melewati batas-batas situasi¹¹.

Teori-teori yang berorientasi kognitif adalah teori-teori yang menitik beratkan proses-proses sentral (misalnya sikap, ide, harapan) dalam menerangkan tingkah laku. Orientasi ini dibedakan dari orientasi psikoanalitik yang mempelajari proses yang paling dalam (misalnya: ketidaksadaran, id, ego dan super ego) dan teori-teori behavioristik yang menekankan studinya tentang tingkah laku pada proses-proses luar (misalnya rangsang dan balas). Akan tetapi, teori-teori kognitif tidak selalu dapat dibedakan dengan jelas dari teori-teori behavioristik, khususnya yang tergolong neo-behaviorisme.¹² Seperti semantik Kognitif dan Tata Bahasa (melalui pendekatan) Kognitif.

Semantik kognitif terlahir sebagai reaksi atas pandangan objektif dalam tradisi pemikiran amerika yang mengembangkan teori semantik berbasis realitas (*truth-conditional semantics*). Seorang linguis kognitif, Eve Sweetser menjelaskan jika pendekatan semantik kaum objektivis memandang makna sebagai hubungan antara kata dengan kata dan mengeliminasi pengorganisasian kognitif dalam sistem *linguistic*.

¹¹ Subandi. M.A, *Psikologi Agama & Kesehatan Mental* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), h. 31.

¹² Sarwono Sarlito Wirawan, *Teori-Teori Psikologi Sosial* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), h.83.

Sedangkan kajian tata bahasa (melalui pendekatan) kognitif pertama di kembangkan oleh Leonard W. Langacker pada tahun 1976 dengan nama tata bahasa spasial (*space grammar*) yang kemudian dikenal sebagai tata bahasa kognitif (*cognitive grammar*) sebagai salah satu cabang linguistik kognitif, kajian tata bahasa (melalui pendekatan) kognitif sejalan dengan komitmen-komitmen dalam linguistik kognitif.¹³

Diantara semua teori kepribadian yang ada, misalnya teori behavioral, teori kognitif, teori humanistik-eksistensial dimana pelopornya adalah Sigmund Freud dan para pengikutnya. Meskipun ada perbedaan diantara para teoritikus psikodinamika, semuanya memiliki beberapa pandangan yang sama, seperti pandangan determinisme psikis (berpandangan bahwa tingkah laku yang normal atau abnormal ditentukan oleh hasil dari proses-proses dinamika dan konflik-konflik intrapsikis), motivasi tak sadar, dan pentingnya pengalaman masa kanak-kanak dalam membentuk kepribadian dan tingkah laku.¹⁴ Psikologi sosial yang menyangkut pembentukan dan perubahan sikap telah berhasil sampai kepada konsep-konsep yang canggih. Hal ini disebabkan oleh banyaknya penelitian tentang sikap yang terkait dengan teori.

Konstruksi prinsip-prinsip dan hipotesis-hipotesis tentang sikap telah mengalami modifikasi dan reinterpretasi yang terus-menerus dikaji kembali. Fleksibilitas teori-teori tentang sikap yang merangsang penelitian yang berkelanjutan didasarkan pada kenyataan bahwa banyak diantara teori-teori yang

¹³ Prayudha, *Linguistik Kognitif dan praktik analisis* (Yogyakarta: Diandra Pustaka Indonesia, 2015), h.40.

¹⁴ Semiun Yustinus, *Teori kepribadian & terapi psikoanalitik Freud* (Yogyakarta: Kanisius, 2006), h.11.

berawal dari data empirik¹⁵. Timbulnya behaviorisme sebagai suara yang dominan bagi psikologi merupakan satu peralihan yang terjadi dari tahun 1900 sampai 1930. Peralihan yang lain ialah makin banyaknya perhatian pada proses belajar. Tiga pandangan mengenai belajar yang berkembang selama masa ini ialah koneksionisme dari Edward Thorndike, kondisioning klasik, dan teori gestalt.

Pertengahan abad ke-20, aliran behavioristik merupakan aliran yang cukup populer dan mendominasi pada ilmu psikologi¹⁶. Terapi dengan pendekatan teori behavior adalah teori yang mengaplikasikan konsep belajar dalam bidang psikoterapi. Dengan demikian, bisa dikatakan bahwa teori behavior selaras dengan penyakit kejiwaan yang menjadi satu kebiasaan yang didapatkan dari proses pembelajaran. Maka proses terapinya dilakukan dengan mengubah kebiasaan tersebut atau kembali pada titik awal proses pembelajaran.

Teori behavior banyak dihasilkan dari percobaan dan penelitian eksperimental. Bisa dikatakan sebagian penelitian adalah penelitian yang berusaha mengungkap penyebab timbulnya guncangan kejiwaan. Bila kita memahami pembentukannya, maka kita akan memahami bahwa arah baliknya adalah arah terapi.¹⁷ Jadi teori behavior ini membahas tentang penyebab timbulnya guncangan kejiwaan seseorang, yang dimana menggunakan arah terapi.

2. Teori Perilaku (behavioristik)

¹⁵ Sarwono Sarlito Wirawan, *Teori-Teori Psikologi Sosial* (Yogyakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2001), h.227.

¹⁶ Efendi. *Konsep Pemikiran Edward L, Thorndike Behavioristik & Imam Al-Ghazali Akhlak* (Guepedi, 2016), h.11.

¹⁷ Taufiq Muhammad Izzuddin. *Paduan Lengkap & Praktis Psikologi Islam* (Jakarta, 2006), h.39.

Teori *Operant Conditioning* yang diperkenalkan oleh BF Skinner. Skinner dalam cottone (1992) menyatakan bahwa pada kondisi-kondisi tertentu sering kali mengontrol seseorang untuk berperilaku, hal ini terjadi baik di rumah, di sekolah, di rumah sakit bahkan dipenjara sekalipun. Seorang terapis akan mengubah perilaku konseli sesuai dengan tujuan-tujuan yang telah ditetapkan dan dia akan menciptakan kondisi tersebut.¹⁸

Menurut Skinner *reinforcement* itu ada 2 (a) *reinforcement* positif dan (b) *reinforcement* negative. *Reinforcement* positif yaitu *reinforcement* apabila diperoleh akan meningkatkan probabilitas respons, sedangkan *reinforcement* negative yaitu sesuatu apabila ditiadakan dalam suatu situasi akan meningkatkan probabilitas respons, dengan demikian dapat dikemukakan bahwa *reinforcement* negative itu sebenarnya adalah hukuman atau *punishment*.¹⁹ Penguatan atau *reinforcemen* adalah proses di mana stimulus meningkatkan kemungkinan terjadinya pengulangan perilaku yang telah dimunculkan.²⁰

Tujuan konseling dalam terapi ini adalah mengubah atau menghapus perilaku dengan cara belajar perilaku baru yang lebih dikehendaki. Hubungan antara konselor dan konseli lebih sebagai hubungan antara guru dan murid. Hal ini dikarenakan konselor lebih berperan aktif dalam usaha mengubah perilaku konseli. Konselor lebih banyak mengajarkan tingkah laku baru pada konseli sesuai dengan hukum belajar.

Behaviorisme adalah sebuah teori atau doktrin yang beranggapan bahwa psikologi manusia atau hewan dapat secara akurat dipelajari hanya dengan

¹⁸ Hartono & Boy Soedarmadji, *Psikologi Konseling* (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2012), h.118.

¹⁹ Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum* (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 1980), h.12.

²⁰ Robert S. Feldam, *Pengantar Psikologi* (Jakarta: Selemba Humanika 2012), h.227.

melalui pemeriksaan dan analisis peristiwa atau perilaku obyektif yang diamati dan bisa diukur yang berbeda dengan mental subjektif.

Behaviorisme sendiri secara terminology memiliki kata dasar *behavior* yang memiliki arti yaitu cara untuk bertindak atau mengendalikan diri sendiri.²¹ Dalam kamus bahasa inggris *behavior* memiliki arti kelakuan, dan tindak tanduk. Behaviorisme sendiri menjadi sebuah paham teori dalam psikologi tentang perilaku sebuah organisme. Paradigma behaviorisme melihat sebuah organisme melalui cara pandang perilaku yang dapat diamati dan diukur keakuratannya.

Behaviorisme hanya mengamati perilaku yang nampak dari siswa, *behaviorisme* sebagai teori belajar, mengartikan tentang belajar sebagai sebuah perubahan perilaku, menurut paradigma behaviorisme, belajar adalah sebuah perubahan perilaku dari seseorang. Secara psikologis, belajar merupakan proses perubahan yaitu perubahan tingkah laku sebagai hasil dari interaksi dengan lingkungannya. Kimble dalam Hergenhahn dan Olson (2010), mendefinisikan belajar sebagai perubahan yang *relative* permanen di dalam *behavior potentiality* (potensi behavior).²²

²¹ <http://www.artikata.com/arti-17031-behavior.html> diakses pada tanggal 14 Mei 2020.

²² B.R. Hergenhahn & Matthew H. Olson, *An Introduction to Theories of Learning* (Chicago:Psychology Press, 2010), h.2.

C. Tinjauan Konseptual

Peneliti memberikan atau menguraikan defenisi operasional sebagai berikut:

1. Penerapan

Penerapan diartikan sebagai perbuatan menerapkan²³. Penerapan merupakan sebuah tindakan yang dilakukan baik secara individu maupun kelompok dengan maksud untuk mencapai tujuan yang telah dirumuskan. Adapun unsur-unsur penerapan, yaitu:

- a. Adanya program yang dilaksanakan
- b. Adanya kelompok target, yaitu masyarakat yang menjadi sasaran dan diharapkan akan menerima manfaat dari program tersebut.
- c. Adanya pelaksanaan, baik organisasi atau perorangan yang bertanggung jawab

Dalam pengelolaan, pelaksanaan maupun pengawasan dari proses penerapan tersebut.²⁴

Nugroho menjelaskan bahwa penerapan merupakan tindakan-tindakan yang dilakukan baik oleh individu-individu atau kelompok-kelompok yang diarahkan pada tercapainya tujuan yang telah digariskan dalam keputusan. Dalam hal ini, penerapan adalah pelaksanaan sebuah hasil kerja yang diperoleh melalui sebuah cara agar dapat dipraktekkan kedalam masyarakat²⁵. Dapat disimpulkan bahwa penerapan adalah cara yang dilakukan dalam kegiatan agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

²³ Peter Salim dan Yenny Salim, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer* (Jakart: Modern English Perss, 2002), h.1598.

²⁴ Badudu dan Sutan Mohammad Zain, *Efektifitas Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2010), h.1487.

²⁵ Wahab, *Tujuan Penerapan Program* (Jakarta: Bulan Bintang, 2008), h.63.

2. Pengertian Etika

Etika adalah salah satu cabang filsafat yang mempelajari tentang tingkah lakumanusia, perkataan etika berasal dari bahasa Yunani yaitu Ethos yang berarti adat kebiasaan. Etika adalah sebuah pranata perilaku seseorang atau kelompok orang yang tersusun dari suatu sistem nilai atau norma yang diambil dari gejala-gejala alamiah sekelompok masyarakat tersebut³. Istilah etika diartikan sebagai suatu perbuatan standar (standard of conduct) yang memimpin individu, etika adalah suatu studi mengenai perbuatan yang sah dan benar dan moral yang dilakukan seseorang.²⁶

Aristoteles mendefinisikan etika sebagai suatu kumpulan aturan yang harus dipatuhi oleh manusia. Etika juga memiliki stresi terhadap kajian sistem nilai-nilai yang ada, oleh karena itu apabila kita kaitkan etika dengan perdagangan dalam Islam, maka akan melahirkan suatu kesimpulan bahwa perdagangan harus mengacu nilai-nilai keislaman yang telah baku dari sumber aslinya yaitu al-Quran dan al-Sunnah. Jika etika diartikan sebagai kumpulan peraturan sebagaimana yang diungkapkan oleh Aristoteles, maka etika perdagangan dalam Islam dapat diartikan sebagai suatu perdagangan yang harus mematuhi kumpulan aturan-aturan yang ada dalam Islam

Erat kaitannya dengan penilaian. Karena pada hakikatnya etika membicarakan sifat manusia sehingga seseorang bisa dikatakan baik, bijak, jahat, susila atau sebagainya. Secara khusus etika ada pada prinsip manusia sebagai subjek sekaligus objek, bagaimana manusia berperilaku atas tujuan untuk dirinya sendiri dan tujuan untuk kepentingan bersama.

²⁶ Hamzah Ya'kub, *Etika Islami : Pembinaan Akhlakul Karimah*, (Bandung: CV.Diponegoro, 1983) h. 12

Etika merupakan studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikannya atas apa saja. Di sini etika dapat dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan di saat bersamaan juga sebagai filsufnya dalam berperilaku.

Menurut Supratman Stukur istilah etika sering digunakan dalam tiga perbedaan yang terkait yang berarti, merupakan pola umum atau jalan hidup, seperangkat aturan atau kode moral dan yang terakhir penyelidikan tentang jalan hidup dan aturan-aturan perilaku, atau merupakan penyelidikan filosofis tentang hakekat dan dasar-dasar moral. Ia merupakan salah satu cabang filsafat, maka pengertian etika menurut filsafat adalah ilmu yang menyelidiki mana yang baik dan mana yang buruk dengan memperhatikan amal perbuatan manusia sejauh yang dapat diketahui oleh pikiran

Makna yang lebih tegas, yaitu kutipan dalam Kuliah Etika Kerja mendefinisikan etika secara terminologis bahwa etika merupakan studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikannya atas apa saja. Di sini etika dapat dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan di saat bersamaan juga sebagai filsufnya dalam berperilaku.

a. Prinsip etika bisnis dalam Islam

Etika bisnis memegang peranan penting dalam membentuk pola dan sistem transaksi bisnis, yang pada akhirnya menentukan nasib bisnis yang dijalankan seseorang. Sisi yang cukup menonjol dalam meletakkan etika bisnis Nabi Muhammad Saw. Adalah nilai spiritual, humanisme, kejujuran, keseimbangan, dan semangatnya untuk memuaskan mitra bisnisnya. Nilai-nilai

di atas telah melandasi tingkah laku dan sangat melekat serta menjadi ciri kepribadian sebagai manajer profesional. Implementasi bisnis yang ia lakukan berporos pada nilai-nilai tauhid yang diyakininya. Secara prinsip, ada beberapa diantaranya dalam dasar transaksi ekonominya sebagai berikut:

1) Kesatuan (Tauhid/Unity)

Kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keterpaduan agama, ekonomi dan sosial demi membentuk kesatuan

2) Keseimbangan (*Equilibrium/Adil*)

Islam sangat menganjurkan untuk berbuat adil dalam melakukan aktivitas bisnis serta melarang melakukan kecurangan atau berbuat zalim. Rasulullah diutus Allah untuk membangun keadilan. Kecelakaan besar bagi orang yang berbuat curang yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain menerima untuk dipenuhi, sementara kalau menakar atau menimbang untuk orang selalu dikurangi.

3) Kehendak bebas (*Free Will*)

Kebebasan adalah suatu bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya.

4) Tanggung Jawab

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggung jawaban dan akuntabilitas. Dalam memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggung jawabkan tindakannya secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggung jawab atas semua yang dilakukannya.

3. Kewirausahaan

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia, wirausaha adalah orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi, menyusun operasi, untuk mengadakan produk, mengatur permodalan serta memasarkannya²⁷. Wirausaha adalah orang yang mendirikan, mengelola, mengembangkan dan melembagakan perusahaan miliknya, mengumpulkan sumber daya yang dibutuhkan untuk mengambil tindakan yang tepat dan mengambil keuntungan dalam rangka meraih sebuah kesuksesan²⁸.

Islam adalah agama yang paling sempurna dalam segala hal. Salah satu kesempurnaannya adalah dengan mengharuskan kepada umatnya agar bisa hidup mandiri dengan bekerja atau berbisnis dengan jalan yang benar. Islam tidak hanya mengajarkan untuk beribadah saja, tetapi Islam juga mengajarkan umatnya untuk mandiri dan bekerja keras salah satunya dengan berwirausaha, Kewirausahaan yaitu ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan, dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidupnya.

²⁷ Rusdiana, *Kewirausahaan Teori dan Praktik* (Bandung: CV.Pustaka Setia, 2014), h.45.

²⁸ Sukamdani Sahid Gitosardjono, *Wirausaha Berbasis Islam & Kebudayaan* (Jakarta: Pustaka Bisnis Indonesia, 2013), h.204.

Kewirausahaan adalah suatu ilmu yang mengkaji tentang pengembangan dan pembangunan semangat kreatifitas serta berani menanggung risiko terhadap pekerjaan yang dilakukan demi mewujudkan hasil karya tersebut. Keberanian mengambil risiko sudah menjadi milik seorang kewirausahaan karena dituntut untuk berani dan siap jika usaha yang dilakukan tersebut belum memiliki nilai perhatian dipasar.

4. Nilai-nilai Hakiki Kewirausahaan

a. Percaya Diri

Merupakan suatu paduan sikap dan keyakinan seseorang dalam menghadapi pekerjaan. Kepercayaan diri merupakan landasan yang kuat untuk meningkatkan karsa dan karya seseorang. Orang yang percaya diri memiliki kemampuan untuk menyelesaikan pekerjaan dengan sistematis, berencana, dan efisien. Seperti percaya diri dalam berjualan dipasar, percaya diri bahwa kita harus yakin kalau jualan yang kita dagangkan akan laku. Kita tidak boleh dihantui rasa takut akan dagangan kita yang tidak laku, yakinkan pada diri kita rasa optimis untuk terus maju.

b. Kepemimpinan

Sifat kepemimpinan memang ada dalam diri masing-masing individu dan sifat tersebut juga harus melekat pada diri wirausahawan, terutama pada para pedagang di pasar rakyat, dimana mereka semua harus bisa memimpin pekerjaannya agar dagagannya laris manis.

c. Berani mengambil risiko

Kemauan dan kemampuan untuk menghadapi risiko merupakan salah satu nilai utama dalam kewirausahaan.²⁹ Seorang pedagang pasar harus berani menanggung resiko kalau terjadi sesuatu pada dagangannya atau lingkungan pasar rakyat.

5. Karakteristik Kewirausahaan

- a. Rasa tanggung jawab, yaitu memiliki rasa tanggung jawab atas usaha-usaha dagangannya dipasar. Seseorang yang memiliki rasa tanggung jawab akan selalu berkomitmen dan mawas diri.
- b. Memilih resiko yang moderat, artinya seorang wirausaha pasar selalu menghindari resiko, baik yang terlalu rendah maupun terlalu tinggi.
- c. Percaya diri terhadap kemampuan sendiri, yaitu memiliki kepercayaan diri atas kemampuan yang dimilikinya untuk mengembangkan jualannya di pasar.
- d. Semangat dan kerja keras, yaitu memiliki semangat dan kerja keras untuk mewujudkan keinginannya demi masa depan yang lebih baik, agar dagangannya semakin berkembang.
- e. Berorientasi kedepan, yaitu berorientasi masa depan dan memiliki perspektif dan wawasan jauh ke depan³⁰.

²⁹ Surayana, *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), h.39-41.

³⁰ Basrowi, *Kewirausahaan untuk Perguruan Tinggi* (Bogor: Ghalia Indoneisa, 2011), h.10-11.

6. Faktor-faktor penghambat kewirausahaan pedagang pasar

- a. Tidak kompeten dalam hal manajerial. Tidak kompeten atau tidak memiliki kemampuan dan pengetahuan untuk mengelola usaha merupakan faktor penyebab utama yang membuat dagangan kurang berhasil dijual.
- b. Kurang berpengalaman, baik dalam kemampuan teknik, mengoordinasikan, maupun mengelola usaha.
- c. Kurang dapat mengendalikan keuangan. Agar usaha dagangan di pasar dapat berhasil dengan baik, faktor yang paling utama dalam keuangan adalah memelihara aliran kas, mengatur pengeluaran dan pemasukan secara cermat.
- d. Sikap yang kurang sungguh-sungguh dalam berdagang. Sikap yang setengah-setengah terhadap usaha akan mengakibatkan usaha yang dilakukan menjadi labil dan kurang terjual.

7. Kewirausahaan menurut pandangan Islam

Jiwa seorang wirausaha di dalam dirinya memiliki sikap pantang mundur dalam melakukan segala macam usaha sampai akhirnya bisa dilakukan suatu evaluasi secara objektif. Bagi umat muslim, implementasi dari motif atau keinginan itu sendiri dimaksudkan sebagai suatu proses ikhtiar dalam rangka ibadah dalam mencari keridhaan Allah swt untuk mencapai keberuntungan tidak saja dalam kehidupan duniawi tetapi juga untuk akhirat kelak³¹.

Islam sebagai Agama Allah yang sempurna memberikan petunjuk kepada manusia tentang bidang usaha yang halal, cara berusaha dan bagaimana manusia harus mengatur hubungan kerja dengan sesama mereka supaya memberikan manfaat yang baik kepentingan bersama dan dapat menciptakan kesejahteraan

³¹ Zainul Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syari'ah* (Jakarta: Alvabet, 2013), h.99.

serta kemakmuran hidup bagi segenap manusia. Islam tidak hanya menyuruh manusia bekerja bagi kepentingan dirinya sendiri secara halal, tetapi juga memerintahkan manusia menjalin hubungan kerja dengan orang lain bagi kepentingan dan keuntungan kehidupan manusia. Oleh karena itu, dalam bidang usaha dan wirauaha Islam benar-benar memberikan petunjuk-petunjuk yang jelas untuk dapat dijadikan pedoman melakukan usaha yang baik.

8. Pedagang

Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh keuntungan. Pedagang adalah mereka yang melakukan perbuatan perniagaan sebagai pekerjaannya sehari-hari.³² Perbuatan perniagaan pada umumnya adalah perbuatan pembelian barang untuk dijual lagi³³. Islam menempatkan aktivitas perdagangan dalam posisi yang amat strategis di tengah kegiatan manusia mencari rezeki dan penghidupannya³⁴.

9. Pasar Rakyat

Pasar memiliki arti yang lebih luas daripada hanya sekedar tempat pertemuan antara penjual dan pembeli untuk mengadakan transaksi jual beli. Pengertian pasar tidak harus dikaitkan dengan suatu tempat yang dinamakan pasar dalam pengertian sehari-hari. Pasar mencakup keseluruhan permintaan dan penawaran, serta seluruh kontak antara penjual dan pembeli untuk mempertukarkan barang dan jasa.³⁵ Dalam pengertian dasar, pasar adalah tempat

³² Eko Sujatmiko, *Kamus IPS* (Surakarta: Aksara Sinergi Media, 2014), h.231.

³³ C. S.T Kensil dan Christine S. T. Kansil, *Pokok-Pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), h.15.

³⁴ Ketut Rindjin, *Pengantar Perbankan dan Lembaga Keuangan Bukan Bank* (Jakarta: Gramedia, 2000), h. 57.

³⁵ Rita Hanafie, *Pengantar Ekonomi Pertanian* (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), h.176.

dimana penjual dan pembeli bertemu untuk saling melakukan pertukaran atas barang dan jasa³⁶.

Sa'id Taufiq Ubaid mendefinisikan pasar sebagai media yang mempertemukan antara penjual dan pembeli dengan tujuan mendistribusikan barang dan jasa dari satu pihak ke pihak yang lain³⁷. Sedangkan Roger Leroy Miller dan Roger E. Meiners mendefinisikan pasar sebagai suatu sistem mengalokasikan sumber daya dan menyiratkan informasi tentang nilai-nilai relatif mereka. Ia juga merupakan sistem yang mendistribusikan pendapatan sesuai dengan jumlah dan nilai pasar sumber daya yang dimiliki³⁸.

Adiwarman A. Karim juga memberikan definisi pasar, yaitu tempat atau keadaan yang mempertemukan antara permintaan (pembeli) atau penawaran (penjual) untuk setiap jenis barang, jasa atau sumber daya. Pembeli meliputi konsumen yang membutuhkan tenaga kerja, modal, dan barang baku produksi baik untuk memproduksi barang maupun jasa. Penjual termasuk juga untuk industry menawarkan hasil produk atau jasa yang diminta oleh pembeli; pekerja menjual tenaga dan keahliannya, pemilik lahan menyewakan atau menjual asetnya sedangkan pemilik modal menawarkan pembagian keuntungan dari kegiatan bisnis tertentu³⁹.

Pasar merupakan bagian penting dalam kehidupan seorang muslim, dengan kata lain pasar merupakan ibadah seorang muslim dalam kehidupan ekonomi. Hal

³⁶ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, terj. Imam Nurmawan, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 1997), h.226.

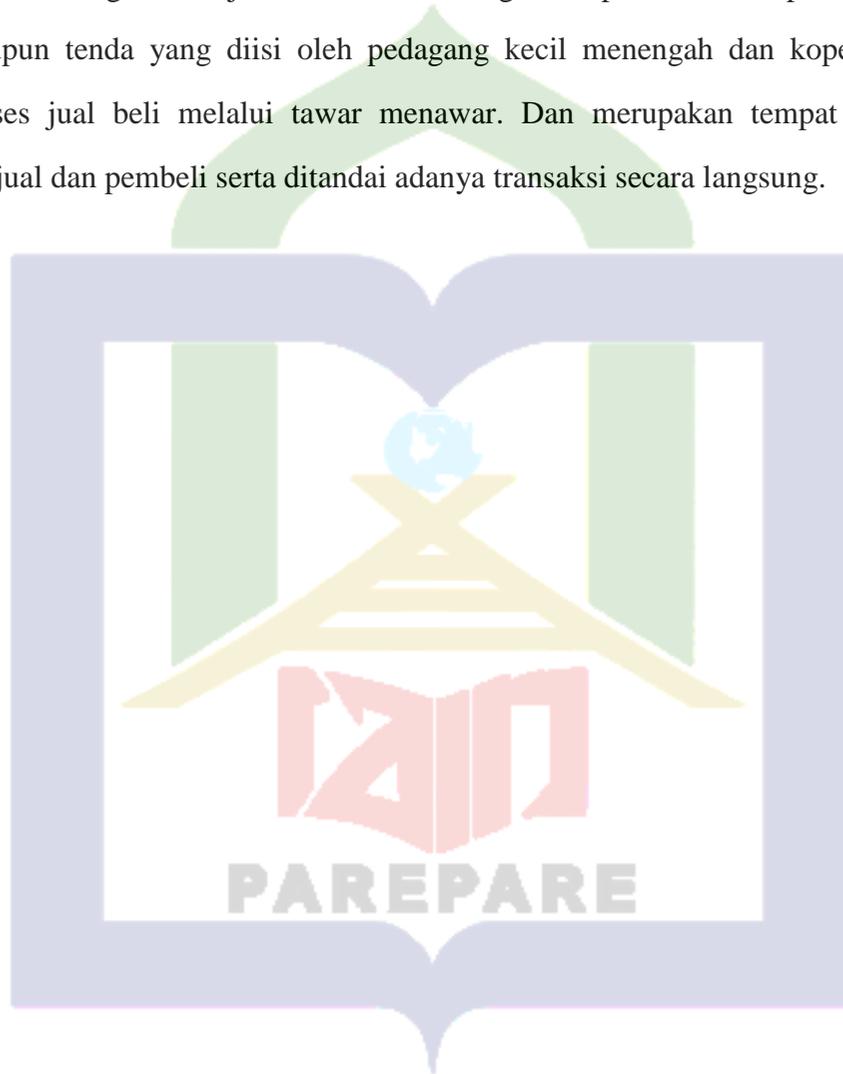
³⁷ Mubarak bin Sulaiman bin Muhammad Ali Sulaiman, *Ahkam al-Ta'amil fial-Aswaq al-Maliyah al-Mu'asirah* (Riyad: Dar Kunuz Ishniliya, 2005), h.28

³⁸ Roger Leroy Miller dan Roger E. Meiners, *Intermediate Microeconomics Theory*, ed terj. Hari Munandar, *Teori Mikro Ekonomi Intermediate* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2000), h.5.

³⁹ Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam* (Jakarta: Rjawali Pers, 2010), h.6.

tersebut pernah dilakukan oleh Rasulullah ketika hijrah ke madinah, yang mana beliau banyak pergi kepasar untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.⁴⁰

Pasar rakyat merupakan pasar yang dibangun dengan fasilitas sederhana, dikelola dengan manajemen sederhana dengan tempat usaha berupa toko, kios, los ataupun tenda yang diisi oleh pedagang kecil menengah dan koperasi dengan proses jual beli melalui tawar menawar. Dan merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai adanya transaksi secara langsung.



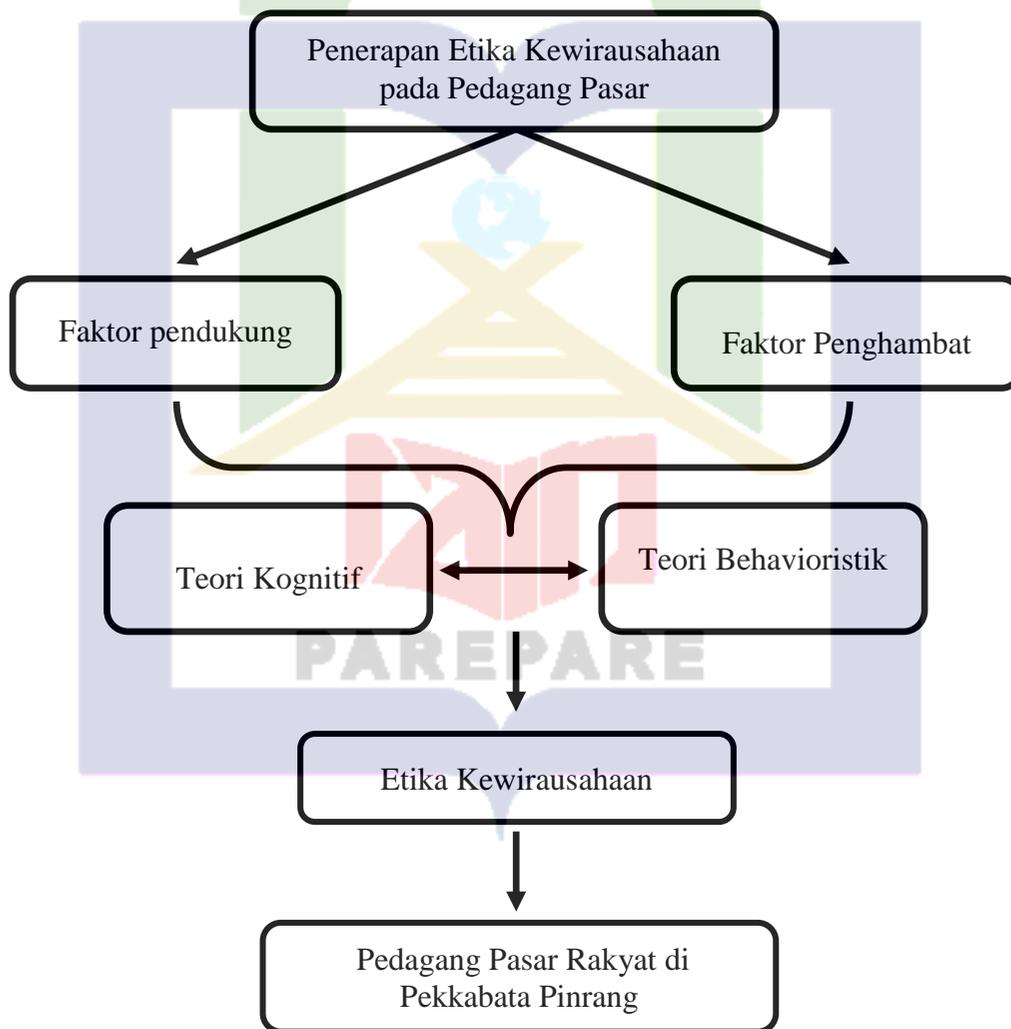
⁴⁰ Oktavia Galuh, *Redesain Pasar Jongke Surakarta. Skripsi S-1.Fak.Teknik.Jur.Arsitektur*, Universitas Atma Jaya, 2007.

D. Kerangka Pikir

Penelitian ini berfokus pada Penerapan Etika Kewirausahaan pada Pedagang Pasar Rakyat di Pekkabata Pinrang.

Berdasarkan dari hasil kesimpulan di atas, maka kerangka pikir yang digunakan peneliti di gambarkan dalam skema berikut:

Gambar 2.1
Bagan Kerangka Pikir



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Salah satu bagian penting dalam kegiatan penelitian adalah menyusun rancangan mengenai penelitian yang akan dilakukan. Metode penelitian merupakan bagian yang sangat penting karena sangat menentukan sukses atau tidaknya suatu penelitian. Metode penelitian adalah cara-cara yang digunakan oleh peneliti dalam merancang, melaksanakan, pengolahan data, dan menarik kesimpulan berkenaan dengan masalah penelitian tertentu.⁴¹ Penelitian ini mengkaji tentang Penerapan Etika Kewirausahaan Islam pada Pedagang Pasar Rakyat di Pekkabata Pinrang.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Kualitatif adalah sebagai proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau tulisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.⁴² Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif partisipan.⁴³ Penelitian kualitatif berfokus pada fenomena sosial dan pada pemberian suara pada perasaan dan persepsi dari partisipan di bawah studi.⁴⁴

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk menemukan pengetahuan yang seluas-luasnya terhadap objek penelitian pada suatu masa tertentu, yang tujuannya untuk menjelaskan atau mendeskripsikan suatu peristiwa, keadaan, objek apakah orang, atau segala sesuatu yang terkait dengan

⁴¹ Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), h.317.

⁴² Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen* (Cet.II; Bandung: Alfabeta, 2016), h.3

⁴³ Basrowi, Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), h.23.

⁴⁴ Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h.2.

variabel-variabel yang bisa dijelaskan baik menggunakan angka-angka maupun kata-kata.⁴⁵

Penelitian deskriptif merupakan suatu bentuk penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia. Fenomena itu dapat berupa bentuk, aktivitas, perubahan, karakteristik, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena lainnya.⁴⁶

Kemudian selanjutnya jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif yang dimaksud di sini adalah penelitian yang mendeskripsikan mengenai bagaimana Penerapan Estetika Kewirausahaan pada Pedagang Pasar Rakyat di Pekkabata Pinrang.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pasar Rakyat Pekkabata Pinrang, berbatasan dengan kelurahan pekkabata dan lampa kecamatan duampanua kabupaten Pinrang. Kode pos 91253. Sedangkan waktu pelaksanaan penelitian dilakukan 2 bulan lamanya yaitu bulan desember 2020 sampai janurai 2021.

⁴⁵ Ronny Kountur, *Metode Penelitian Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis* (Jakarta: PPM, 2003), h.105.

⁴⁶ A Furchan, *Pengantar Penelitian dalam Pendidikan* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2004), h.54.

C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini dimaksudkan untuk membatasi studi kualitatif sekaligus membatasi penelitian guna memilih mana data yang relevan dan mana yang tidak relevan. Pembatasan dalam penelitian kualitatif ini lebih didasarkan pada tingkat kepentingan/urgensi dari masalah yang dihadapi dalam penelitian ini. Penelitian ini akan difokuskan pada bagaimana Penerapan Etika Kewirausahaan pada Pedagang Pasar Rakyat di Pekkabata Pinrang

D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif artinya data yang berbentuk kata-kata, bukan dalam bentuk angka. Data kualitatif ini diperoleh melalui berbagai macam teknik pengumpulan data misalnya observasi, analisis dokumen, dan wawancara. Bentuk lain pengambilan data dapat diperoleh dari gambar melalui pemotretan atau rekaman video. Penelitian ini melakukan observasi dan wawancara di Pasar Rakyat Pekkabata Pinrang dan melakukan pengambilan gambar melalui pemotretan, dan rekaman video sebagai dokumentasi.

2. Sumber Data

Sumber data yang dimaksud dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data diperoleh. Apabila peneliti menggunakan kuesioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data tersebut berasal dari responden, yaitu orang yang merespon dan menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti, baik pertanyaan tertulis maupun lisan.

Sumber data dalam penelitian kualitatif adalah berupa kata-kata dan tindakan serta adanya dokumen-dokumen yang dianggap perlu dan lainnya. Selain itu data-data dalam penelitian ini juga berasal dari para informan yang dianggap paling mengetahui secara rinci dan jelas mengenai fokus penelitian. Menurut Loftland, sumber data dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan, selebihnya seperti dokumen dan lain-lain.⁴⁷

Untuk mendekatkan keterangan secara tertulis, peneliti mendapatkan dari sumber data, adapun sumber data dari penelitian ini di bagi menjadi dua yaitu:

a) Data Primer

Data primer diperoleh secara langsung dari sumber asli dari responden melalui wawancara ataupun kuesioner untuk menunjang keakuratan data, dimana responden merupakan sampel intisari penelitian ini.⁴⁸ Sumber data primer dalam penelitian ini adalah pedagang di pasar Rakyat Pekkabata Pinrang.

b) Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh atau dicatat pihak lain). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini seperti buku, laporan, jurnal, literatur, situs internet, serta informasi dari beberapa instansi yang terkait.

⁴⁷ Basrowi Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Cet, I; Jakarta: PT Rineka Cipta, 2008), h.169.

⁴⁸ J. Supranto, *Metode Riset Aplikasi dalam pemasaran, Edisi 6* (Jakarta: Fakultas Ekonomi, 1997), h. 216.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Pada penelitian ini, langkah awal teknik pengumpulan data dilakukan oleh penulis adalah observasi. Observasi atau pengamatan dapat didefinisikan sebagai perhatian yang terfokus terhadap kejadian, gejala, atau sesuatu. Adapun observasi ilmiah adalah perhatian terfokus terhadap gejala, kejadian atau sesuatu dengan maksud menafsirkannya, mengungkapkan faktor-faktor penyebabnya dan menemukan kaidah-kaidah yang mengaturnya. Observasi dilakukan dalam penelitian ini dengan cara berkunjung atau datang langsung ke pasar rakyat Pekkabata Pinrang untuk mengadakan penelitian dan memperoleh data-data konkret yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu oleh dua pihak, yaitu pewawancara sebagai pengaju/pemberi pertanyaan dan yang di wawancarai sebagai pemberi jawaban atas pertanyaan itu. Wawancara dilakukan dengan cara *face to face* atau berhadapan langsung. Dalam skripsi ini, penulis melakukan wawancara bebas terpimpin dalam pertanyaan-pertanyaan maupun pernyataan-pernyataan yang sudah tersusun terlebih dahulu yang ditujukan kepada beberapa pedagang pasar rakyat yaitu Ashar (penjual ikan), Rusnawati (pedagang sayur), Lastini (penjual itik) dan Satria (penjual baju) untuk memperkuat dan pelengkap data pada penelitian ini.

Wawancara dalam pengumpulan data sangat berguna untuk mendapatkan data dari tangan pertama, menjadi pelengkap terhadap data yang dikumpulkan melalui alat lain dan dapat mengontrol terhadap hasil pengumpulan data alat lainnya. Karena tujuan utama wawancara adalah untuk mengumpulkan sebanyak-

banyaknya informasi yang tepat dari orang yang sungguh-sungguh melaksanakan pekerjaan atau dari orang-orang yang mempunyai informasi yang dapat dipercaya dengan rincian yang penting.

Peneliti tetap memiliki pedoman wawancara yang disesuaikan dengan sumber data yang hendak digali. Pedoman wawancara tersebut bersifat fleksibel, sewaktu-waktu dapat berubah sesuai dengan perkembangan data yang terjadi di lapangan. Namun fleksibilitas tersebut tetap mengacu pada fokus penelitian.⁴⁹

3. Dokumentasi

Langkah ketiga dalam teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis adalah dokumentasi. Dokumentasi adalah pengumpulan data-data yang diperoleh dari dokumen-dokumen dan pustaka sebagai bahan analisis dalam penelitian ini. Teknik yang digunakan untuk mencatat data-data sekunder yang tersedia dalam bentuk arsip atau dokumen-dokumen. Teknik ini dipergunakan untuk mengetahui data dokumentasi yang berkaitan dengan hal-hal yang akan penulis teliti.⁵⁰ Data-data yang diperoleh dari lapangan yaitu di pasar rakyat Pekkabata Pinrang, yang berhubungan dengan masalah penelitian, baik dari sumber, dokumen formal, buku-buku, artikel dan lain sebagainya. Alasan menggunakan metode dokumentasi ini adalah untuk mendapatkan data-data tentang gambaran Penerapan Estetika Kewirausahaan pada Pedagang Pasar Rakyat di Pekkabata Pinrang

⁴⁹ Dewi Sadiyah, *Metode Penelitian Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), h.87-88.

⁵⁰ Burhan Bugin, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), h.130.

F. Teknik Analisis Data

Dalam mengelolah data, penulis menggunakan metode kualitatif dengan melihat aspek-aspek objek penelitian. Data yang telah diperoleh dari hasil pengumpulan data kemudian dianalisa, yakni dengan menggambarkan dengan kata-kata dari hasil yang telah diperoleh. Dalam hal analisis data kualitatif adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.⁵¹

Analisis data pada penelitian kualitatif pada dasarnya dilakukan sejak memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan. “Analisis data adalah pegangan bagi peneliti”, dalam kenyataannya analisis data kualitatif berlangsung selama proses pengumpulan data dari pada setelah selesai pengumpulan data.⁵² Analisis data kualitatif adalah bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan pola hubungan tertentu atau menjadi hipotesis.⁵³ Pada penelitian ini menggunakan teknik analisa deduktif, artinya data yang diperoleh di lapangan secara umum kemudian diuraikan dalam kata-kata yang penarikan kesimpulannya bersifat khusus.

Menurut Miles dan Huberman ada tiga metode dalam analisis data kualitatif, yaitu reduksi data, model data, dan penarikan/verifikasi kesimpulan.

⁵¹ Moh Kasiram, *Metodologi Penelitian* (Cet. II; Yogyakarta: UIN-Maliki Press, 2010), h.119.

⁵² Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Cet. XI; Bandung: Alfabeta, 2010), h.336.

⁵³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Cet.XIX; Bandung: Alfabeta, 2014), h.194.

1. Reduksi Data

Reduksi data merujuk pada pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, abstraksi, dan pentransformasian “data mentah” yang terjadi dalam catatan-catatan lapangan yang tertulis. Sebagaimana kita ketahui, reduksi data terjadi secara kontinu, melalui kehidupan suatu proyek yang diorientasikan secara kualitatif. Faktanya, bahkan “sebelum” data secara aktual dikumpulkan.⁵⁴

Reduksi data bukanlah sesuatu yang terpisah dari analisis. Ia merupakan bagian dari analisis, pilihan-pilihan peneliti potongan-potongan data untuk diberi kode, untuk ditarik ke luar, dan rangkuman pola-pola sejumlah potongan, apa pengembangan ceritanya, semua merupakan pilihan-pilihan analitis. Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memokuskan, membuang, dan menyusun data dalam suatu cara di mana kesimpulan akhir dapat digambarkan dan diverifikasikan.

2. Model data/Penyajian data

Alur yang penting dari kegiatan analisis data adalah penyajian data. Penyajian data sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian yang paling sering digunakan dalam data kualitatif pada masa yang lalu adalah bentuk teks naratif. Sebagaimana halnya dengan reduksi data, penciptaan dan penggunaan penyajian data tidak terpisah dari analisis

3. Penarikan kesimpulan/verifikasi kesimpulan

Langkah ketiga dari aktivitas analisis adalah penarikan dan verifikasi kesimpulan. Penarikan kesimpulan atau verifikasi merupakan kegiatan ketiga

⁵⁴ Emzir, *Analisis Data: Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h.129.

yang penting dalam analisis data. Verifikasi itu mungkin sesingkat pemikiran kembali yang melintas dalam pikiran penganalisis selama menulis, suatu tinjauan ulang pada catatan-catatan lapangan, dan penarikan kesimpulan.⁵⁵ Kesimpulan “akhir” mungkin tidak akan terjadi hingga pengumpulan data selesai, tergantung dari catatan lapangan, pengodean, penyimpanan, dan metode-metode perbaikan yang digunakan, dan pengalaman peneliti.



⁵⁵ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif: Dilengkapi dengan Contoh Proposal Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2005), h.99.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a) Sejarah singkat pasar Pekkabata

Dulu, kelurahan Pekkabata merupakan pusat niaga wilayah teritorial *Arung Paria* (swapraja Paria), sekarang desa Paria. Pekkabata berasal dari kata "*Pakka Bata Paria*" yakni jalan menuju Paria. Disebut *Pakka Bata* karena jalan itu merupakan percabangan jalan utama ke desa Paria. Itulah alasan diejakan bersama *Pakka Bata Paria*. Kata "*Pakka Bata*", dalam bahasa indonesia yaitu "Jalan bercabang. Tepatnya percabangan jalan menuju ke Paria.

Pekkabata menjadi pusat kota, karena mudah di akses. Letaknya pas sebelah jalan bagian timur trans Provinsi Sulawesi. Penduduknya mayoritas transmigran dari Sidenreng Rappang bahkan ada berasal dari Jawa dan nama kampung tersebut yakni Taman Sari dan Sidomulyo. Bisa jadi ada pengaruh dialek-bahasa transmigran sehingga ejaan "*Pakka Bata Paria*" berubah menjadi Pekkabata Paria. Hingga sekarang di sebut Pekkabata atau mungkin saja untuk lebih memudahkan penyebutannya. Entahlah, aku belum punya banyak informasi tentang itu.

Saat ini Pekkabata adalah pusat dari kecamatan duampanua kabupaten Pinrang. Awalnya setiap camat-lurah yang memimpin di Duampanua merupakan keluarga bangsawan yang digilir dari tiap-tiap kecamatan di Pinrang, ada dari pihak keluarga *Arung Paria* dan bangsawan lain.

Penetapannya dari penunjukan langsung Bupati. Begitu tutur yang pernah aku dengar dari tokoh masyarakat. Jadi pemimpin dari Bupati hingga

Kecamatan-Kelurahan mempunyai irisan darah. Tapi sekarang sudah berubah mengikuti sistem pemerintahan dan perpolitikan zaman kekinian.

Secara geografis kelurahan Pekkabata berada pada ketinggian 2,21 mdpl dengan curah hujan rata-rata 68,55 serta suhu rata-rata 23°C. Luas kurang lebih 168.000 hektar.

b) Sarana dan prasarana pasar pekkabata

Pasar Pekkabata terletak di pinggir jalan raya Pekkabata Paria, hanya berjarak beberapa meter dari kantor kecamatan Pekkabata, sehingga menjadi pusat jual beli di daerah Pekkabata, meskipun keberadaannya belakangan ini disertai dengan munculnya pusat-pusat perbelanjaan baru seperti Indomart, namun pasar Pekkabata masih menjadi sentra ekonomi bagi masyarakat. Letaknya yang strategis menjadikan pasar Pekkabata menjadi salah satu pusat jual beli sebagian masyarakat di Kabupaten Pinrang. Para penjual maupun pembeli datang dari berbagai desa bahkan dari berbagai kecamatan seperti para penjual dan pembeli dari Kecamatan Lembang. Sebagai salah satu tempat perkumpulan yang memiliki peranan penting dalam memenuhi kebutuhan pokok masyarakat, terutama kebutuhan sandang dan pangan, sebuah pasar tidak dapat lepas dari sarana dan prasarana. Sarana dan prasarana yang ada di pasar Pekkabata di antaranya:

1) Kios

Adalah nama alternatif untuk sebuah toko kecil atau warung, dalam sebuah kios biasanya dijual buku, majalah, dan koran.

2) Dasaran pasar

Merupakan bangunan besar dan panjang, beratap namun tidak berinding yang dibagi kedalam sejumlah petak yang dipergunakan sebagai

area pasar dan biasa disebut los pasar. Masing-masing petak pada los pasar ini ditempati oleh penjual.

3) Pedagang Kaki Lima

Pedagang kaki lima atau disingkat PKL adalah istilah untuk menyebut penjaja dagangan yang melakukan kegiatan komersial di atas daerah milik jalan (trotoar) yang seharusnya diperuntukkan untuk pejalan kaki (*pedestrian*).

4) Tempat Parkir

Tempat parkir adalah tempat di mana pemilik kendaraan menghentikan kendaraan dan meninggalkannya untuk beberapa saat. Maka dari itu terdapat perbedaan antara kendaraan yang parkir dengan kendaraan yang hanya sekedar berhenti dan keduanya pun memiliki rambu-rambu larangan lalu lintas tersendiri.

5) Tempat Pembuangan Sampah

Tempat Pembuangan Akhir (TPA) merupakan salah satu tempat yang digunakan untuk membuang sampah yang sudah menacapai tahap akhir dalam pengelolaan sampah yang dimulai dari pertamakali sampah dihasilkan, dikumpulkan, diangkut, dikelola dan dibuang. TPA adalah tempat pengumpulan sampah yang merupakan lokasi yang harus terisolir secara baik sehingga tidak menyebabkan pengaruh negatif pada lingkungan sekitar TPA.

6) Tempat pembuangan air kecil dan besar

Toilet, Kakus, Kloset, Jamban atau WC (bahasa Inggris: *water closet*) dapat merujuk pada perlengkapan rumah yang kegunaan utamanya sebagai tempat pembuangan kotoran, yaitu urin dan feses.

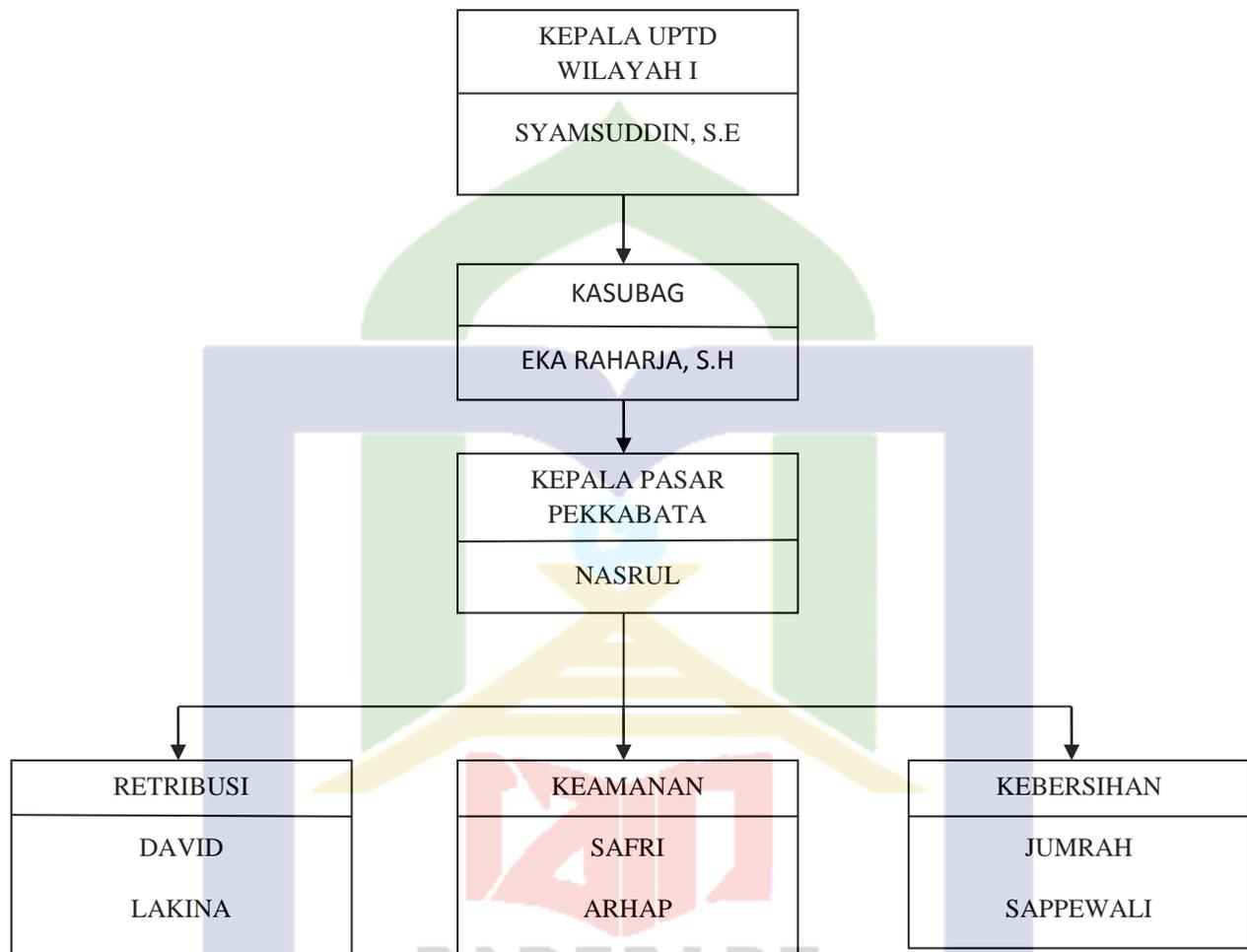
Dalam penggunaan Bahasa Indonesia sehari-hari, istilah *toilet* ataupun *WC* sebenarnya lebih sering digunakan untuk mengacu pada ruangan tempat perlengkapan tersebut berada, meskipun dapat pula mengacu pada perlengkapan tersebut. Istilah lain, yaitu kamar kecil atau kamar belakang juga dapat digunakan dalam bahasa Indonesia untuk memperhalus penyebutan, dan hanya digunakan untuk ruangan dari perlengkapan tersebut.

7) Mushollah

Musala (bahasa Arab: **مصلى**) adalah ruangan, tempat atau rumah kecil menyerupai masjid yang digunakan sebagai tempat shalat dan mengaji bagi umat Islam. Tetapi dipasar pekkabata tidak mempunyai mushollah, dan sangat dekat jaraknya dengan masjid yang ada dipekkabata, bisa dikatakan masjid paling besar yang ada di pekkabata yang berada disamping kanan pasar, jadi meskipun tidak ada mushallah masyarakat bisa menunaikan ibadahnya di masjid yang besar itu.

c) Struktur organisasi pasar Pekkabata

Gambar 2.3



2. Penerapan Etika Kewirausahaan Islam pada Pedagang Pasar Rakyat di Pekkabata Pinrang

Dunia pasar selalu adanya aktivitas perdagangan yang harus diperhatikan, yaitu tentang etika dalam berdagang khususnya bagaimana dalam perdagangan Islam. Pemahaman para pedagang mengenai kejujuran dalam menjalankan usahanya harus diterapkan, karena kejujuran merupakan kunci utama. Namun pada kenyataannya masih adanya para pedagang yang hanya sekedar mencari keuntungan saja dan tidak memperhatikan bagaimana etika dalam berdagang.

Etika bisnis Islam dianggap penting untuk mengembalikan moralitas dan spiritualitas kedalam dunia bisnis. Hanya usaha yang menerapkan standar etika, yang terbukti lebih sukses dalam jangka panjang. Hal ini tidak lain disebabkan karena etika bisnis mampu menciptakan reputasi yang bisa dijadikan sebagai keunggulan bersaing. Produk yang bagus mudah ditiru, tetapi reputasi sebagai hasil dari penerapan etika akan sangat sulit untuk ditandingi. Etika dapat di definisikan sebagai satu usaha sistematis dengan menggunakan akal untuk memaknai individu atau sosial kita, pengalaman moral, dimana dengan cara itu dapat menentukan peran yang akan mengatur tindakan manusiadan nilai yang bermanfaat dalam kehidupan. Kadangkala, etika disinonimkan dengan moralitas. Sebuah tindakan yang secara moral dianggap benar disebut tindakan yang etis. Moralitas merupakan suatu tindakan normatif dan model yang tercermin dalam tingkah laku manusia.

Secara umum etika bisnis merupakan penerapan nilai-nilai atau standar-standar moral dalam kebijakan, kelembagaan dan perilaku bisnis yang di terapkan untuk meningkatkan goodwill yang diperoleh dari citra positif dari bisnis yang

dijalankan. Dengan kata lain, etika bisnis sebagai salah satu dari disiplin ilmu yang berhubungan dengan persoalan-persoalan perilaku bisnis dalam berbagai konteksnya, sekaligus menawarkan seperangkat nilai bisnis, agar dapat menjembatani persoalan-persoalan yang melingkupinya dengan tanpa menyimpang dari hakikat perdagangan dan nilai-nilai kemanusiaan. Bagi sebagian kalangan bisnis diartikan sebagai aktivitas ekonomi manusia yang bertujuan mencari keuntungan semata. Aktivitas bisnis dimaksudkan untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya, karena itu cara apapun boleh dilakukan demi meraih tujuan tersebut. Walaupun cara-cara yang digunakan mengakibatkan kerugian bagi pihak lain, tetapi bila menguntungkan bagi pelaku bisnis atau perusahaannya, maka dianggap sebagai pilihan bisnis.

Pemasaran produk yang baik berupa barang maupun jasa sebaiknya jangan hanya terpaku dengan beberapa barang yang ada pada setiap penjual saja. Pemasaran juga bisa menjadi suatu yang tidak baku saat ini dalam tata cara transaksi. Konsumen yang semakin tertarik untuk menemukan dan mencari produk dengan berbagai macam pilihan yang ditawarkan pada setiap pasar tentunya menjadi hal-hal yang biasa saja namun secara kasat mata ada beberapa yang menjadi pertanyaan pada setiap penjual yang ingin barang dagangan mereka laku. Adapun alasan mengapa pedagang ingin berbisnis secara langsung di suatu pasar dengan bertransaksi pada setiap calon pembeli yang datang berkunjung di pasar pekkabata kabupaten pinrang yang makin hari makin merebak dan meluas di lokasi tersebut karena banyaknya permintaan dari konsumen yang membutuhkan apa yang mereka inginkan itu belum ada, yang tentunya semua itu membuka peluang yang lebih besar bagi siapa saja yang ingin berbisnis di pasar tersebut. Seperti yang kita ketahui bahwa pasar di pekkabata bukan milik kalangan tertentu

yang ingin berdagang memasarkan produk mereka. Tetapi semua kalangan bisa dengan mudahnya ikut berdagang guna mencari nafkah apa yang mereka butuhkan dengan hasil tersebut. Hal tersebut membuat nilai harga jual itu berbeda karena adanya kebutuhan ekonomi yang harus disesuaikan pada setiap penjualan. Hal ini sesuai apa yang dikatakan oleh salah satu pedagang pasar di pekkabata kabupaten Pinrang yang saya wawancarai yang bernama Lastini mengatakan

“Harga barang itu relative rata-rata harga pasaran tergantung dari *pakitti* (peternak bebek) jika peternak bebek mudah mendapatkan pakannya maka hasil panen akan jadi lebih banyak dan harganya lebih murah, jadi harga yang sering saya kasih kepada pembeli itu tergantung juga besar kecilnya bebek yang saya jual ada yang Rp50.000-55.000, cara menetapkan harga modal dan keuntungan itu sekitar 30% ya kira-kira keuntungan Rp15.000-”⁵⁶

Sedangkan hasil wawancara saya kepada Satria penjual baju mengenai barang yang diperdagangkan mengatakan

“harga pakaian yang saya jual itu harga standar, yang dimana keuntungan yang saya dapat 30% dari modal saya gunakan, dan pada saat ini omset yang saya dapat sudah turun drastis Karena sekarang mengalami pandemi korona jadi orang hanya sedikit yang datang ke pasar”⁵⁷

Pasar Pekkabata merupakan pasar tradisional yang menjual berbagai macam kebutuhan bagi masyarakat. Selain sebagai tempat untuk mendapatkan barang yang diinginkan, juga pasar tersebut menjadi andalan bagi masyarakat dalam berbelanja. Praktik etika bisnis yang dijalankan dalam transaksi jual beli belum sepenuhnya dirasakan oleh masyarakat. Seperti yang dirasakan oleh para pembeli, sebagian diantaranya masih menemukan barang yang tidak sesuai dengan keinginan mereka yang salah satunya adalah hasil dari wawancara para pedagang yang menemukan ikan yang kurang bagus dicampur dengan ikan yang bagus. Selain itu kurangnya keramahan dalam melayani konsumen

⁵⁶ Lastini, Pedagang itik, *wawancara* oleh penulis di Parepare, 21 Desember 2020.

⁵⁷ Satria kaharudding, Penjual baju, *wawancara* oleh penulis di Parepare, 21 Desember 2020.

sehingga menjadi salah satu faktor para pedagang yang menjadi sorotan masyarakat. Pertimbangan lainnya adalah masih tingginya harga barang yang menjadi kekhawatiran masyarakat sekitar, dikarenakan ekonomi masyarakat yang terkadang tidak stabil. Terkait dari pernyataan tersebut, para pedagang ikan yang saya wawancarai yang bernama Ashar mengatakan.

“saya menjual ikannya terlebih dahulu saya kasih liat ikan yang bagus dan bonyok (tidak bagus) kepada pembeli, supaya pembeli tidak merasa tertipu dan biasa pembeli menawar ikan yang agak bonyok”⁵⁸

Tawar menawar hal yang tidak dapat dipisahkan dari Pasar, hal yang berkaitan erat dan menjadi ciri khas pasar dan tentu sangat disukai terutama oleh para Ibu-ibu. Hal yang tidak boleh ketinggalan di lakukan saat mengunjungi pasar, selain berusaha meminimalisir pengeluaran juga menambah keakraban dengan para penjual. Tawar-menawar adalah hal yang diperbolehkan dalam Islam selama wajar, tidak merugikan satu sama lain, tidak terjadi penipuan atau kebohongan dan dilakukan suka sama suka. Dalam praktiknya di Pasar Pekkabata tawar menawar diberlakukan (secara sadar maupun tidak, secara sengaja ataupun tidak) oleh hampir seluruh pedagang selain penjual makanan jadi seperti nasi kuning, soto ayam, bakso pentol dan teman-temannya, serta penjual mini swalayan. Selain itu pedagang yang menjual ikan, baju, buah membuka kesempatan untuk tawar menawar bahkan sebagian menerima pesanan sesuai kesepakatan. Selain untuk mencari harga lebih murah juga menambah keakraban sesama penghuni pasar, itulah mengapa para subjek pasar sering kali memiliki hubungan dekat atau setidaknya sangat akrab.

⁵⁸ Ashar, Penjual ikan, wawancara oleh penulis di Parepare, 21 Desember 2020.

B. Pembahasan

1. Perilaku pedagang pasar di pekkabata Pinrang

Dalam bekerja dan berbisnis wajib bagi setiap manusia untuk memahami bagaimana tata cara bertransaksi dengan baik agar tidak terjerumus dalam jurang keharaman karena ketidaktahuan, oleh sebab itu, seseorang pedagang harus menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam berdagang sekaligus menempatkan diri sebagai pedagang yang melakukan praktek kejujuran dan berusaha menghindari memperoleh kekayaan dengan cara tidak adil agar menjadi pebisnis yang berpegang teguh dengan etika Islam karena dengan itu usaha yang dijalani akan sukses dan maju, dan menjadi orang yang shaleh dalam melakukan semua hal aktivitas termasuk dalam menjalani usaha yang dikerjakannya.

Prinsip- prinsip etika bisnis menurut Alquran, yaitu melarang bisnis yang dilakukan dengan cara kebatilan, bisnis tidak boleh mengandung unsur riba, kegiatan bisnis juga memiliki fungsi sosial baik melalui zakat dan sedekah, melarang mengurangi hak atas suatu barang atau komoditas yang didapat atau diproses dengan media takaran atau timbangan karena merupakan bentuk kezaliman, menjunjung tinggi nilai-nilai keseimbangan baik ekonomi maupun sosial, keselamatan dan kebaikan, serta tidak menyetujui kerusakan dan ketidakadilan, dan perilaku bisnis di larang berbuat zalim(curang), baik dirinya sendiri maupun juga kepada pelaku bisnis yang lain. Yusuf Qardhawi memberikan patokan tentang norma-norma atau nilai nilai syariah yang harus ditaati dalam perdagangan oleh para pedagang muslim dalam melaksanakan kegiatan perdagangan. Pada dasarnya, Islam menganut prinsip kebebasan terikat, yaitu kebebasan berdasarkan keadilan, undang-undang agama dan etika. Di dalam peraturan sirkulasi atau perdagangan Islami terdapat norma, etika agama, dan

perikemanusiaan yang menjadi landasan pokok bagi pasar Islam yang bersih. Dari hal itu kita dapat melihat beberapa hasil yang didapatkan selama meneliti. Adapun beberapa poin perilaku pedagang pasar di pekkabat Pinrang yaitu :

a) Prinsip Kejujuran

Dalam menjalankan aktivitas usaha dagang yang dilakukan para pedagang di Pasar Pekkabata, semata mata untuk mencari berkah dari Allah Swt. Pemahaman para pedagang mengenai kejujuran dalam menjalankan usaha harus ada, karena kejujuran merupakan kunci mencapai derajat yang lebih tinggi baik secara materi maupun di sisi Allah Swt. Bukan hanya itu saja kejujuran merupakan tonggak utama untuk menjalankan sebuah usaha supaya para konsumen tetap terus terjaga untuk bisakembali lagi kepada pedagang tersebut, dan meningkatkan pembelian dari sebelumnya.

Kejujuran mengatakan dan berbuat yang benar, menjunjung tinggi kebenaran. Ini adalah konsep yang membuat ketenangan hati bagi orang yang melaksanakannya. Kejujuran yang ada pada diri seseorang membuat orang lain senang berteman dan berhubungan dengan dia. Kejujuran merupakan ajaran Islam yang mulia. Hal ini berlaku dalam segala bentuk muamalah, lebih-lebih dalam jual beli karena di dalmnya sering terjadi sengketa. Transaksi merupakan di antara jual beli yang ditekankan adanya sifat kejujuran. Dalam beberapa ayat , Allah Ta'ala telah memerintahkan untuk berlaku jujur. Di antaranya firman Allah Swt. Dalam Q.S At-Taubah/9:119.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّٰدِقِينَ

Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar”⁵⁹

⁵⁹ Departemen Agama, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*. h, 206

Dalam surat lain juga dijelaskan mengenai kejujuran yaitu Q.S Muhammad/47:21

طَاعَةٌ وَقَوْلٌ مَّعْرُوفٌ فَإِذَا عَزَمَ الْأَمْرُ فَلَوْ صَدَقُوا اللَّهَ لَكَانَ خَيْرًا لَّهُمْ

Terjemahnya:

“Ta’at dan mengucapkan perkataan yang baik (adalah lebih baik bagi mereka). apabila Telah tetap perintah perang (mereka tidak menyukainya). tetapi Jikalau mereka benar (imannya) terhadap Allah, niscaya yang demikian itu lebih baik bagi mereka”⁶⁰

Seperti yang di ungkapkan oleh salah satu pedagang ikan yang bernama Ashar ia berkata

”menurut saya arti kejujuran sangat penting karena kejujuran akan membawa rizki. Kalau ada ikan yang bonyok atau yang rusak saya perlihatkan ikan itu kepada pembeli supaya dia percaya sama kita”.⁶¹

Sifat jujur tersebut dapat menumbuhkan kasih sayang terhadap sesama manusia, sebagaimana orang tersebut mencintai dirinya sendiri, Hal ini sesuai dengan diajarkan Rasulullah Saw tentang kesempurnaan seorang muslim, sifat jujur dalam mengelola usaha dapat mengarah pada kejujuran pada kehidupan sehari-hari, terutama dalam melakukan transaksi jual beli dan berinteraksi antar sesama manusia.

b) Prinsip Keseimbangan (Keadilan)

Prinsip keseimbangan menggambarkan dimensi kehidupan pribadi yang bersifat horizontal. Hal itu disebabkan karena lebih banyak berhubungan dengan sesama. Prinsip perilaku adil sangat menentukan perilaku kebijakan seseorang. Dalam dunia bisnis prinsip keadilan harus diwujudkan dalam bentuk penyajian produk-produk yang bermutu dan berkualitas, selain itu

⁶⁰ Departemen Agama, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*. h, 509

⁶¹ Ashar , penjual ikan, *wawancara* oleh penulis di Parepare, 21 Desember 2020.

ukuran, kuantitas, serta takaran atau timbangan harus benar-benar sesuai dengan prinsip kebenaran⁶²

Oleh karena itu dalam melakukan transaksi penjualan, Islam mengharuskan berbuat adil untuk memperoleh keberkahan dari Allah SWT. Hal ini sesuai dengan Firman Allah dalam QS Al-Maidah/ayat 8:5

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوِّمِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ أَنْ قَوْمٍ عَلَىٰ ءَلَّا تَعْدِلُوا ءَعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Terjemahnya:

“Wahai orang-orang yang beriman! Jadilah kamu sebagai penegak keadilan karena Allah, (ketika) menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah kebencianmu terhadap suatu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah. Karena (adil) itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan”⁶³

Berdasarkan dari ayat di atas menjelaskan bahwa dalam melakukan aktivitas dunia perdagangan maupun bisnis, kita sebagai manusia dianjurkan untuk selalu berlaku jujur dalam menjalankan kegiatan serta menjauhi segala penyimpangan-penyimpangan yang terjadi. Apabila seorang pedagang menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, maka seseorang tersebut menempatkan dirinya dalam melakukan praktik kejujuran dan berpegang teguh yang sesuai dengan etika Islam.

Perilaku keseimbangan atau keadilan yang dilakukan oleh pedagang di pasar Pekkabata berupa para pedagang dalam menakar atau menimbang dagangannya di depan pembeli agar pembeli melihat langsung takaran dan timbangan sayur yang dibeli oleh konsumen. Kemudian tidak menyembunyikan cacat pada barang yang dijual dan membedakan kualitas

⁶² Veithzal Rivai, *Islamic Marketing* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012), h. 96

⁶³ Departemen Agama, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*, h.107

sayur tomat yang dijual sehingga para pembeli mengetahui kualitas sayur yang akan dibeli. Seperti yang dilakukan oleh ibu Rusnawati mengatakan bahwa:

“saya menjual sayur biasanya saya pisah antara tomat yang bagus dan tomat yang kurang bagus agar pembeli bisa melihatnya”⁶⁴

Adanya informasi yang diberikan oleh pedagang akan mempermudah pembeli untuk menentukan pilihannya dalam membeli sesuatu, sehingga para pembeli tidak kecewa terhadap barang yang dibelinya

Perilaku adil dalam melakukan perdagangan merupakan perilaku yang baik sehingga membawa akibat yang terbaik pula. Sebagaimana Allah swt berfirman dalam Q.S. Al-Isra/17: 35

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كُنْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

Terjemahnya:

“dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya”⁶⁵

Selanjutnya mengenai pemahaman tentang keadilan yang dilakukan oleh para pedagang ditunjukkan dengan memberikan pelayanan. Seperti salah seorang pedagang itik yang bernama lastini yang mengatakan :

“banyak yang datang membeli itik dipasar tapi saya lebih mendahulukan pembeli yang lebih duluan datang di bandingkan dengan pembeli yang baru datang, bahkan dirumah saya jual bebek ada pelanggan yang pesan bebek melalui telepon dan langsung saya kerjakan”⁶⁶

Dengan sikap secara adil kepada pembeli akan merasakan kepuasannya karena tidak membedakan pembeli satu dengan yang lainnya, semua harus merasakan kualitas pelayanan yang baik.

⁶⁴ Rusnawati, Pedagang sayur, wawancara oleh penulis di Parepare, 21 Desember 2020.

⁶⁵ Departemen Agama, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*. h. 198

⁶⁶Lastini, Pedagang itik, wawancara oleh penulis di Parepare, 21 Desember 2020.

c) Prinsip Kehendak bebas

Dalam Islam kehendak bebas mempunyai tempat sendiri, karena potensi kebebasan itu sudah ada sejak manusia dilahirkan dimuka bumi ini. Namun, sekali lagi perlu ditekankan bahwa kebebasan yang ada dalam diri manusia bersifat terbatas, sedangkan kebebasan yang tak terbatas hanyalah milik Allah Swt semata.⁶⁷ Kehendak bebas merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar, tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Mengenai perilaku kehendak bebas yang dilakukan oleh pedagang di pasar Pekkabata yaitu memberikan kebebasan kepada pedagang lain untuk berjualan di dekatnya, seperti yang dilakukan oleh pedagang buah di pasar Pekkabata, mereka tidak melarang pedagang lain untuk menjual di dekatnya dan mereka menjual barang sesuai dengan harga di pasaran, karena mereka percaya bahwa rejeki seseorang tidak akan tertukar. Seperti yang dikatakan oleh arif bahwa:

“kalau penjual ikan menjualnya dengan harga Rp50.000, maka sayapun menjualnya dengan harga serupa, dan tergantung juga besar kecilnya ikan yang saya jual”⁶⁸

Melihat hasil wawancara tersebut, kehendak bebas juga dapat diartikan bahwa pedagang tidak memaksa pembeli untuk membeli barang dagangannya. Para pedagang memberi kebebasan kepada pembeli untuk mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan selera dan mendapat kualitas barang sesuai dengan harga yang ditetapkan dan disepakati.

⁶⁷ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam* (Semarang: Walisongo, 2009), h. 141

⁶⁸ Ashar, Pedagang ikan, wawancara oleh penulis di Parepare, 21 Desember 2020.

Perlu disadari oleh setiap muslim, bahwa dalam situasi apa pun, ia di bimbing oleh aturan-aturan dan prosedur-prosedur yang didasari pada ketentuan-ketentuan Tuhan dalam syariat-Nya yang dicontohkan melalui Rasul-Nya. Oleh karena itu ” kebebasan memilih” dalam hal apa pun, termasuk dalam bisnis⁶⁹

d) Prinsip tanggungjawab

Islam sangat menekankan konsep tanggung jawab dalam kehidupan manusia, Allah mengaruniai manusia tanggung jawab yang tidak dimiliki oleh makhluklainnya, manusia menjadi khalifah di muka bumi, membangun, memakmurkan dan menikmati kenikmatan di bumi, mengeksploitasi bumidengan segala kecanggihan teknologi yang dimiliki itu semua mempunyai beban tanggung jawab yang senantiasa dipikul oleh manusia yang kemudian hari akan diperanggungjawabkan dihadapan Allah Swt.

Selanjutnya dalam dunia bisnis, tanggungjawab terlihat dalam peran lembaga bisnis dalam meningkatkan kehidupan para pelanggan, karyawan dan pemegang saham, dengan membagikan kekayaan yang dihasilkannya, para pemasok dan pesaingpun berharap bahwa lembaga-lembaga bisnis menghormati kewajiban-kewajiban mereka dengan semangat kejujuran dan keadilan, sebagai warga yang bertanggung jawab terhadap komunitas lokal, nasional, regional dan global dimanamereka beroperasi. Lembaga-lembaga bisnis ikut dalam menentukan masa depan komunitas-komunitas itu. Nilai lembaga bisnis bagi masyarakat ialah kekayaan dan lapangan pekerjaan yang diciptakan serta produk dan jasa yang dipasarkan kepada konsumen dengan

⁶⁹ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam* (Malang: UIN Malang Press, 2007), h. 16

harga yang wajar yang sebanding dengan mutunya. Untuk mampu menciptakan nilai itu, sebuah lembaga bisnis harus mampu mempertahankan kesehatan dan kelangsungannya⁷⁰

Menurut Islam, segala aktifitas bisnis hendaklah dilakukan dengan penuh tanggung jawab. Tanggung jawab muncul karena manusia adalah makhluk mukallaf, yaitu makhluk yang diberi beban hukum berbeda dengan makhluk lain seperti binatang dan tumbuh-tumbuhan, karena taqlif itulah manusia harus mempertanggungjawabkan segala aktifitasnya dan karena itu pula manusia oleh Rasulullah disebut sebagai pemimpin, karena setiap manusia yang dewasa atau aqilbalig serta mumayyiz (dapat membedakan yang baik dan yang buruk) adalah pemimpin dan mempertanggungjawabkan kepemimpinannya. Tanggung jawab erat dengan pelaksanaan amanat karena orang yang bertanggung jawab akan melaksanakan yang bebaskan kepadanya dengan sebaik-baiknya

Sama halnya yang saya wawancarai oleh pedagang itik ibu Lestini yang mengatakan:

“Saya menjual itik bukan dipasar saja tapi saya menjual dirumah, kebanyakan pembeli memesan itik melalui telepon dan saya sendiri yang mengantarnya sampai kerumah pembeli, kadang ada pesan 5-10 ekor itik dan saya tanggungjawab untuk tidak mengurangi sedikitpun potongan itik yang saya jualkan”⁷¹

Islam sangat menganjurkan agar umatnya menunaikan amanat dengan sebaik-baiknya sebagaimana firman Allah QS an-Nisa/4:58

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا﴾

⁷⁰ Idri, *Hadis Ekonomi, Ekonomi Dalam Perspektif Islam Hadis Nabi*. H. 353

⁷¹ Lastini, Pedagang itik, wawancara oleh penulis di Parepare, 21 Desember 2020.

Terjemahnya:

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.”⁷²

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan baik dari hasil penelusuran penulis lakukan maupun dari hasil wawancara yang di lakukan peneliti terutama dengan para pedagang yang sering kali melakukan transaksi di pasar pekkabata menunjukkan bahwa sebagian besar cara berdagang pada pedagang di pasar pekkabata Pinrang telah sesuai dengan etika bisnis Islam namun sebagian juga ada yang belum menerapkan etika bisnis Islam dan melakukan kecurangan yang sering terjadi adalah pedagang juga sering mencurangi konsumennya dengan menjual barang yang cacat tanpa memberi tahu cacatnya kepada konsumen. Berbagai kecurangan tersebut dapat terjadi karena faktor motivasi utama para pedagang yang ingin memperoleh keuntungan sebanyak mungkin dan cenderung mengabaikan motivasi utama dalam berdagang yaitu memenuhi kebutuhan masyarakat dan memberikan kepuasan dalam hal ini adalah konsumen, sehingga konsumen hanya di anggap sebagai ladang penghasil uang bukan sebagai mitra bisnis yang seharusnya kedua belah pihak baik penjual maupun pembeli memperoleh keuntungan yang sama bukan justru saling merugikan, tetapi pada saat peneliti melakukan wawancara tidak ada pedagang yang melakukan hal tersebut tetapi kemungkinan ada beberapa oknum pedagang yang melakukan kecurangan dalam menjual barangnya.

⁷² Departemen Agama, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*. h, 87

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi penerapan etika kewirausahaan Islam pada pedagang pasar di Pekkabata Pinrang

Suatu bisnis diciptakan untuk menghasilkan barang dan jasa, sehingga dalam mencapai kemakmuran manusia perlu adanya suatu usaha dan tenaga dalam memenuhi kebutuhan hidup, dengan kata lain pengaruh perkembangan masyarakat ditentukan oleh pengetahuan yang dimiliki dalam menentukan baik, buruk benar dan salah dalam berbisnis. Pengetahuan memberikan pengaruh penting dalam melakukan aktivitas bisnis perdagangan dengan tujuan agar kegiatan bisnis dapat memperoleh keuntungan yang ingin dicapai, yang sesuai dengan bisnis Islam.

Pedagang di Pasar pekkabata Pinrang sebagian melakukan sistem jual beli sesuai dengan etika bisnis Islam dan sebagian juga ada yang belum menerapkan etika bisnis islam karena menurut mereka jika mereka menerapkan etika bisnis Islam maka barang yang mereka jual memiliki cacat kebanyakan konsumen atau pembeli enggan untuk membeli barang yang cacat walaupun harganya lebih murah.

Dalam memberikan kepuasan bagi konsumen, para pedagang di Pasar Pekkabata melakukan berbagai cara untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Namun dalam menjalankan kegiatan bisnis, para pedagang mengetahui bagaimana bisnis yang sesuai dengan Islam tetapi sebagian para pedagang ada yang menjalankan praktik etika bisnis dan ada yang tidak. Pemahaman etika bisnis Islam yang dimiliki oleh para pedagang belum sepenuhnya diterapkan, sehingga masih banyaknya celah bagi para pedagang dalam melakukan kecurangan untuk memperoleh keuntungan yang diinginkan. Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan bahwa para pedagang tetap memperjual belikan dagangannya meskipun dalam kondisi barang yang kurang baik tapi sebelumnya dia

sudah konfirmasi kepada pembeli terlebih dahulu. Kurangnya tingkat pengetahuan bagi para pedagang yang disebabkan salah satu faktor pendidikan yang rendah sehingga menyebabkan minimnya kesadaran dan keyakinan dalam menjalankan bisnis yang telah dianjurkan dalam berdagang. Oleh karena itu dari hasil penelitian yang peneliti dapatkan bahwa, pengetahuan yang dimiliki oleh para pedagang dalam menjalankan praktik etika bisnis Islam di Pasar Pekkabata masih kurang dalam pemahaman dalam praktik jual beli, tapi masih memperdulikan atau memperhatikan nilai-nilai etika yang sesuai dengan bisnis Islam walaupun ada beberapa yang tidak diajalkan karena memang para pedagang di pasar pekkabata kurang dalam hal pengetahuan jual beli dalam islam.

1. Indikator yang digunakan untuk melihat atau menilai bahwa apakah pedagang telah atau belum meng-implementasikan etika bisnis adalah sebagai berikut:
 - a) Menurut ekonomi, ketika telah melakukan pengelolaan sumber daya bisnis dan sumber daya alam secara efisien tanpa merugikan masyarakat lain. Sebagian besar pedagang menggunakan bahan yang di dapat dari alam seperti daun pisang sebagai pembungkus dalam pembuatan jajanan lopis lontong dan sebagainya, daun pandan sebagai pewangi, gula dan garam sebagai pengawet alami, menerapkan prinsip etika bisnis seperti pemaparan diatas, namun dimana ada kebaikan tentu ada keburukan dan sebagian oknum pedagang melakukan kecurangan seperti pedagang yang mencurangi pembeli dengan meletakkan pemberat pada timbangan manual untuk mengurangi berat sehingga menambah keuntungannya. Atau misalkan menggunakan bahan tidak sehat, bahan busuk, pengawet berbahaya seperti formalin atau boraks, menggunakan pewarna tekstil agar barang dagangannya lebih menarik bahkan kadang memiliki warna yang kurang wajar karena terlalu mencolok, menggunakan plastik sebagai

pembungkus jajanan seperti lopis, lontong, padahal jelas bukanlah baik karena tidak tahan panas dan bisa meninggalkan bau resin, memakai pemanis buatan dan MSG agar rasanya lebih sedap⁷³. Juga bisa terjadi kecurangan dalam pemberian uang kembalian, bagi pembeli yang tidak teliti langsung menyimpan uang kembalian tanpa menghitung ulang karena percaya pada pedagang padahal seringkali entah khilaf atau memang sengaja mengurangi jumlah uang kembalian untuk menambah keuntungan pribadi meskipun merugikan pembeli. Meskipun kadang ketika ketahuan oleh pembeli mereka akan beralasan bahwa kurang teliti padahal memang telah terjadi berkali-kali. Dapat juga menggunakan modus penghapusan tanggal kadaluarsa pada makanan pabrikan agar tidak dapat diketahui dengan pasti masa berlakunya. Atau yang terakhir menggunakan pola penyajian/penataan barang dagangan yang baik sedangkan yang buruk disimpak namun ketika terdapat pembeli akan diberikan sebagian barang buruk/tidak sesuai dengan yang ditampilkan. Bahkan bukan tidak mungkin malah diberikan buruk seluruhnya sesaat setelah ditimbang sebelum diserahkan pada pembeli.

- b) Menurut peraturan khusus, yang berlaku ketika masing-masing pelaku bisnis mematuhi aturan-aturan khusus yang telah disepakati sebelumnya, namun selalu ada hitam yang menyertai putih, seperti penjual buah yang telah menyiapkan barang dagangannya dalam plastik sesuai takaran yang kira-kira diinginkan pembeli, meskipun terkesan lebih cepat nyatanya tak jarang berisi buah dengan kualitas buruk. Padahal buah yang dijadikan contoh merupakan buah baik segar atau buah masam yang matang karena bahan kimia namun

⁷³ Melvino, Indikator Etikabisnis, dalam http://melvino84.wordpress.com/2011/10/indikator-etika-bisnis_14.html

contoh yang disajikan bahkan kadang boleh di cicipi merupakan buah matang dipohon yang tentu lebih manis alami.

- c) Menurut hukum, ketika telah mematuhi segala norma hukum yang berlaku dalam menjalankan bisnisnya. Menurut UU perlindungan konsumen, baik pedagang maupun pembeli memiliki hak dan kewajiban masing-masing namun sseringkali pedagang mengabaikan hak pembeli padahal pembeli telah melaksanakan bagian kewajibannya. Misalkan seringkali pembeli memberikan kembalian berupa permen/bumbu instan alih-alih uang receh dengan alasan tidak memiliki pecahan kecil padahal mencari laba lebih atau tidak jarang sengaja mengurangi jumlah uang kembalian secara sadar demi kantong yang lebih tebal padahal jika dilaporkan bisa di tindak dengan hukuman perdata berates juta rupiah.
- d) Berdasarkan ajaran agama, ketika dalam pelaksanaan bisnisnya senantiasa merujuk kepada nilai ajaran agama yang dianutnya. Tidak ada agama yang mengajarkan keburukan pada umatnya, namun manusia tidak mempunyai rasa puas dan selalu merasa kurang sehingga mengingkari hati nuraninya sendiri dan mengabaikan perintah Tuhannya. Seperti berbohong tentang kualitas barang yang dijual, mengurangi timbangan, mencurangi pelanggan, dan hal buruk lainnya.
- e) Berdasarkan nilai budaya, ketika mengakomodasi nilai-nilai budaya dan adat istiadat yang ada disekitar lokasi usaha. Norma sosial selalu mengerikan sehingga ketika seseorang mengabaikan atau melanggar norma yang berlaku disekitarnya maka dampak mengerikan akan dirasakan. Tidak dipercaya, dikucilkan, dihina, digunjingkan adalah sedikit diantara dampak pelanggaran

norma sosial. Padahal lingkungannya adalah tempat ia hidup dan manusia tidak dapat hidup tanpa oranglain.

- f) Menurut masing-masing individu adalah apabila masing-masing pelaku bisnis bertindak jujur dan tidak mengorbankan integritas pribadinya. Pada dasarnya setiap manusia mengetahui atau setidaknya merasakan kebenaran/kesalahan yang ia lakukan karena hati adalah penentu/indikator manusia ketika ia bersih dan baik maka baik lah manusia tersebut namun jikasebaliknya maka buruklah ia. Ketika seseorang mengikuti kata hatinya maka jalan luruslah yang akan ia lalui namun jika mengabaikan maka kesesatanlah yang ia tuju.

2. Faktor pendukung dan factor penghambat

Selayaknya pasar tradisonal pada umumnya, jenis transaksi yang terjadi di Pasar Pekkabata merupakan transaksi jual beli sederhana dan hampir selalu selesai disaat yang sama, secara teori mereka menggunakan akan bai' (jual beli), salam (pesanan), terkadang beberapa pedagang menerapkan akad musawamah (dapat di tawar), namun mereka tidak menggunakan akad muzayadah (lelang), tidak melayani pembayaran melalui kartu atau uang elektronik lain. Dan dari hal tersebut dapat dilihat beberapa diantara faktor yang mempengaruhi penerapan etika bisnis dalam transaksi di Pasar Pekkabata Pinrang, yaitu

Faktor Pendukung :

- a) Faktor yang mendukung kegiatan jual beli di Pasar Pekkabata diantaranya adalah sikap kekeluargaan yang selalu dikedepankan oleh para pedagang kepada sesama pedagang, pengelola ataupun konsumen yang ada di Pasar Pekkabata. Sikap saling menghargai, menjunjung tinggi kejujuran adalah hal yang sangat harus di perhatikan karena kejujuran dalam bermasyarakat apalagi dalam

kegiatan perekonomian. Kegiatan jual beli juga di dukung oleh sikap disiplin para pedagangnya yang selalu mengedepankan keteraturan dalam menjaga lingkungan pasar, menjaga kebersihan dan tidak pernah melakukan kegiatan yang dapat merusak citra Pasar Pekkabata seperti premanisme maupun pemalakan sehingga para konsumen pun selalu berkeinginan untuk kembali mengunjungi Pasar Pekkabata.

- b) Kesadaran para pelaku bisnis modern bahwa konsumen adalah benar-benar raja. Karena itu hal yang paling pokok untuk bisa untung dan bertahan dalam pasar penuh persaingan adalah sejauh mana suatu pedagang bisa merebut dan mempertahankan kepercayaan konsumen dalam persaingan bisnis yang ketat ini. Padahal kepercayaan akan membuat konsumen menjadi loyal dan menjadi pelanggan tetap serta membantu promosi gratis sehingga menambah keuntungan yang memang tujuan utama pelaku usaha.
- c) Dalam sistem pasar terbuka dengan peran pemerintah yang bersifat netral tak berpihak tetapi efektif menjaga agar kepentingan dan hak semua pemerintah dijamin, para pelaku bisnis berusaha sebisa mungkin untuk menghindari campur tangan pemerintah, yang baginya akan sangat merugikan kelangsungan bisnisnya. Salahsatu cara yang paling efektif adalah dengan menjalankan bisnisnya secara baik dan etis yaitu dengan menjalankan bisnis sedemikian rupa tanpa secara sengaja merugikan hak dan kepentingan semua pihak yang terkait dengan bisnisnya. Dengan kata lain atau sederhana mereka sedang mencari aman dan keselamatan daripada mempersulit diri sendiri dan memperumit segalanya.

Faktor Penghambat:

- a. Kenaikan dan kelangkaan bahan baku yang kadang menjadi momok bagi para pedagang di Pasar Pekkabata. Dengan naiknya bahan baku maka akan mengurangi pendapatan bersih para pedagang dan terkadang membuat para pedagang terpaksa menaikkan harga makanan yang mereka jual. Contohnya apabila terjadi kenaikan harga pada telur ayam dan daging ayam maka pedagang akan menaikkan harga masakan mereka, atau untuk kasus ayam goreng maka pedagang akan mengecilkan ukuran potongan ayam goreng yang mereka jual.
- b. Standar moral, agama, pendidikan pedagang masih cukup rendah. Banyak di antara pelaku bisnis yang lebih suka menempuh jalan pintas, bahkan menghalalkan segala cara untuk memperoleh keuntungan dengan mengabaikan etika bisnis, seperti memalsukan campuran, timbangan, ukuran, menjual barang yang kadaluwarsa, dan memanipulasi laporan keuangan yang sering terjadi pada perusahaan. Lantas pasar yang tentu cakupan wilayahnya terbatas bahkan dikatakan kecil juga tidak dapat dihindarkan dari hal-hal tersebut karena kenyataannya selalu ada oknum nakal yang bermain diluar jalur. Para orang yang tingkat keimanan dan taqwa kepada Tuhannya rendah, karena dalam agama manapun tidak akan di ajarkan untuk merugikan dan menyakiti orang lain. Orang dengan pendidikan rendah namun memiliki keimanan tentu akan memiliki moral yang berbanding lurus karena agama mengajarkan untuk menjaga moral dan perilaku manusia. Dalam praktiknya di Pasar Senggol pun di temui penjual makanan sisa kemarin, makanan basi, tidak layak konsumsi, mengandung bahan yang bukan di peruntukkan untuk makanan, namun hanya oknum dan sebagian kecil, sehingga tidak dapat dipukul rata kenakalan yang hanya dilakukan satu dua orang dengan orang yang memang jujur dalam berdagang.

- c. Terjadinya konflik kepentingan. Konflik kepentingan ini muncul karena adanya ketidaksesuaian antara nilai pribadi yang dianutnya atau antara peraturan yang berlaku dengan tujuan yang hendak dicapainya, atau konflik antara nilai pribadi yang dianutnya dengan praktik bisnis yang dilakukan oleh sebagian besar pedagang lainnya, atau antara kepentingan pedagang dengan kepentingan masyarakat. Orang-orang yang kurang teguh standar moralnya bisa jadi akan gagal karena mereka mengejar tujuan dengan mengabaikan peraturan. Seperti para karyawan yang mengetahui kecurangan yang dilakukan oleh atasan/bosnya namun tidak dapat berbuat apapun karena takut kehilangan pekerjaan padahal sedang sangat membutuhkan uang/sulit mendapat pekerjaan.
- d. Situasi politik dan ekonomi yang belum stabil. Hal ini diperkeruh oleh banyaknya sandiwara politik yang dimainkan oleh para elit politik, yang di satu sisi membingungkan masyarakat luas dan di sisi lainnya memberi kesempatan bagi pihak yang mencari dukungan elit politik guna keberhasilan usaha bisnisnya. Situasi ekonomi yang buruk tidak jarang menimbulkan spekulasi untuk memanfaatkan peluang guna memperoleh keuntungan tanpa menghiraukan akibatnya. Seperti sekarang nilai tukar rupiah yang sangat fluktuatif sedikit banyak tentu mempengaruhi harga bahan pokok meskipun tidak signifikan namun tetap terasa khususnya bagi pedagang makanan yang bahan bakunya sembako. Saat harga sawit yang turun namun harga minyak goreng tetap tidak bergerak turun juga salah satu permainan para elit dan penguasa yang mengorbankan para rakyat kecil.
- e. Lemahnya penegakan hukum. Banyak orang yang sudah divonis bersalah di pengadilan bisa bebas berkeliaran dan tetap memangku jabatannya di pemerintahan. Kondisi ini mempersulit upaya untuk memotivasi pelaku bisnis

menegakkan norma-norma etika. Seolah hukum tumpul keatas dan runcing ke bawah hal. Pemilik pundi-pundi rupiah memenangkan hampir setiap peperangan yang terjadi, kekuasaan tetap menjaga para elit agar menjadi kebal hukum, etika, moral dan perilaku bukanlah yang utama, namun uang masih lah merajai segalanya dan mengendalikan apapun yang ada.

- f. Belum ada organisasi profesi bisnis dan manajemen untuk menegakkan kode etik bisnis dan manajemen



BAB V

PENUTUP

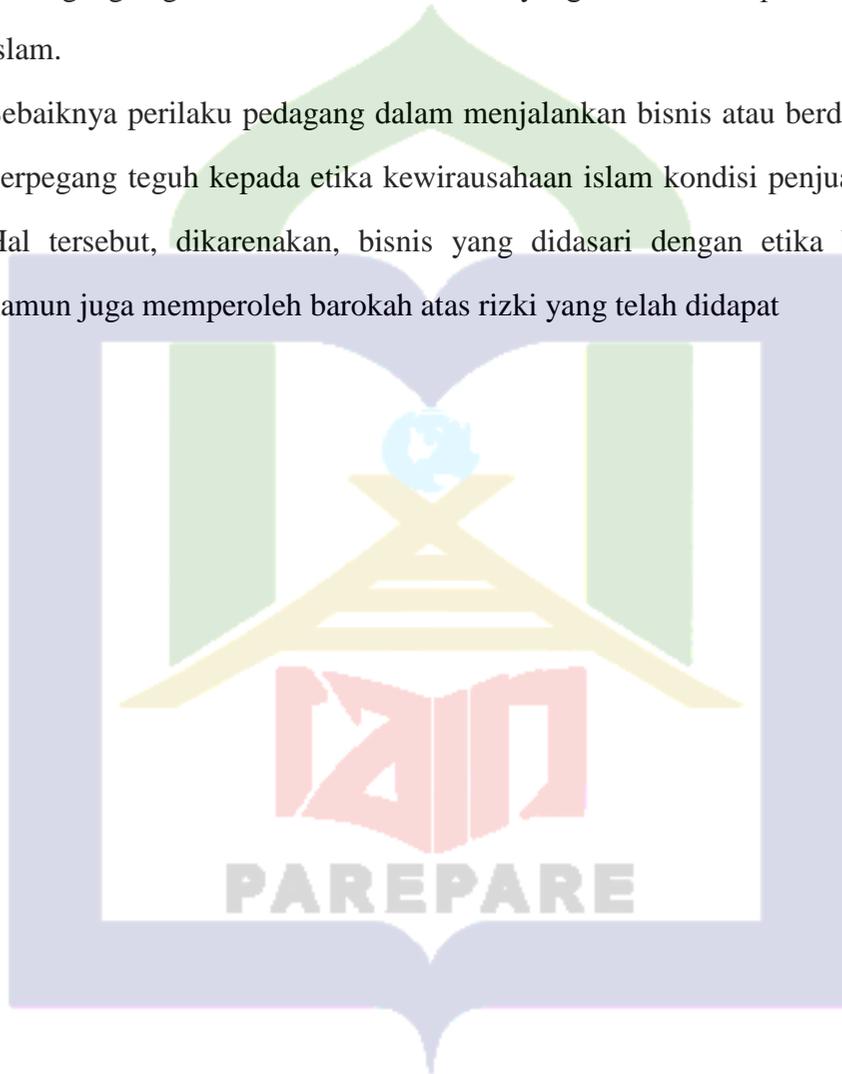
A. Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat ditarik sebuah kesimpulan dari penelitian penerapan etika kewirausahaan Islam pada pedagang pasar di pekkabata Pinrang yaitu:

1. Dalam penerapan etika kewirausahaan Islam terhadap sistem perdagangannya di pasar Pekkabata Pinrang, para pedagang melakukan beberapa aktifitas sebelum berjualan mereka mempersiapkan barang dagangan yang akan diperjual belikan kepada konsumen. Perilaku pedagang di pasar Pekkabata dalam menjalankan bisnis atau berdagang yang meliputi prinsip-prinsip etika bisnis Islam diantaranya. 1) Prinsip kejujuran diwujudkan untuk mempercayai satu sama lain dalam menjual apapun 2) Prinsip keseimbangan diwujudkan untuk seimbang dalam menakar barang dan adil saat melayani pembeli 3) Prinsip kehendak bebas diwujudkan untuk tidak melarang orang lain melakukan perdagangan disekitarnya 4) Prinsip Tanggungjawab diwujudkan bertanggungjawab atas amanat pembeli terhadap barang dan kualitas yang dijual.
2. faktor penghambat yang mempengaruhi tentang penerepan etika dalam jual beli menurut islam adalah faktor pendidikan. Pemahaman pedagang di pasar Pekkabata mengenai etika kewirausaha Islam belum sepenuhnya diketahui para pedagang. Akan tetapi, dalam melaksanakan transaksi jual beli mereka menggunakan aturan yang telah diatur oleh agama Islam seperti mempunyai sifat jujur dalam memperjual belikan dagangannya, berperilaku yang baik dengan pembeli dan adil dalam melayani transaksi jual beli

B. Saran

1. Bagi pedagang di pasar tradisional Pekkabata Pinrang di harapkan dalam menjalankan bisnis atau berdagang yang di jalankan setiap hari tetap memegang teguh nilai-nilai atau aturan yang telah di tetapkan oleh syari'at islam.
2. Sebaiknya perilaku pedagang dalam menjalankan bisnis atau berdagang selalu berpegang teguh kepada etika kewirausahaan islam kondisi penjualan apapun. Hal tersebut, dikarenakan, bisnis yang didasari dengan etika bisnis islam namun juga memperoleh barokah atas rizki yang telah didapat



DAFTAR PUSTAKA

- Al Masitoh, Eis. “*Upaya Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional*” (Studi Revitalisasi Pasar Piyungan Bantul), Jurnal PMI Vol.X.No.2, Maret 2-13.
- Arifin, Zainul. 2013. *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syari'ah*. Jakarta: Alfabet.
- B.R Hergenhahn, dan Matthew H. Olson. 2011. *Pengantar Teori-Teori Kepribadian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- B.R. Hergenhahn dan Matthew H. Olson. 2010. *An Introduction to Theories of Learning*. Chicago:Psychology Press.
- Basrowi. 2011. *Kewirausahaan untuk Perguruan Tinggi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Boy Soedarmadji, Hartono. 2012. *Psikologi Konseling*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Bugin, Burhan. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Efendi. 2016. *Konsep Pemikiran Edward L, Thorndike Behavioristik & Imam Al Ghazali Akhlak*. Guepedi.
- Emzir. 2011. *Analisis Data: Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Emzir. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Feldam, S. Robert. 2012. *Pengantar Psikologi*. Jakarta: Selemba Humanika.
- Furchan, A. 2004. *Pengantar Penelitian dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Galuh, Oktavia. 2007. *Redesain Pasar Jongke Surakarta. Skripsi S-1. Fak.Teknik.Jur.Arsitektur*. Universitas Atma Jaya.
- Gary Amstrong, Philip Kotler. 1997. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, terj. Imam Nurmawan. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Gitosardjono, Sahid dan Sukamdani. 2013. *Wirausaha Berbasis Islam & Kebudayaan*. Jakarta: Pustaka Bisnis Indonesia.
- Hadi Sasana “*Analisis dampak keberadaan pasar moderna terhadap keuntungan usaha pedagang pasar tradisional (Studi kasus di pasar tradisional kecamatan Bayumanik kota Semarang)*” (Skripsi Sarjana; Jurusan IESP Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro, Kota Semarang, 2013), h.iv.
- Hakim, Muhammad Aziz. 2005. *Menguasai Pasar Mengeruk Untung*. Jakarta: Renaisan PT. Krisna Persada.

- Hanafie, Rita. 2010. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Izzuddin, Taufiq Muhammad. 2006. *Paduan Lengkap & Praktis Psikologi Islam*. Jakarta.
- Karim, A. Adiwarman. 2010. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Rjawali Pers.
- Kasiram, Moh. 2010. *Metodologi Penelitian*. Cet. II; Yogyakarta: UIN-Maliki Press.
- Kountur, Ronny. 2003. *Metode Penelitian Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Jakarta: PPM.
- M.A, Subandi. 2013. *Psikologi Agama & Kesehatan Mental*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Mohammad Zain, Sutan dan Badudu. 2010. *Efektifitas Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Moleong, J Lexy. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhammad Ali Sulaiman bin Mubarak bin Sulaiman. 2005. *Ahkam al-Ta'amul fial Aswaq al-Maliyah al-Mu'asirah*. Riyad: Dar Kunuz Ishniliya.
- Pattiroy, Ahmad. 2010. *Estetika Islam (Sisi Falsafah Muhammad Iqbal)*. Yogyakarta: Cakrawal Media.
- Prayudha. 2015. *Linguistik Kognitif dan praktik analisis*. Yogyakarta: Diandra Pustaka Indonesia.
- Rindjin, Ketut. 2000. *Pengantar Perbankan dan Lembaga Keuangan Bukan Bank*. Jakarta: Gramedia.
- Roger Leroy Miller dan Roger E. Meiners. 2000. *Intermediate Microeconomics Theory, ed terj. Hari Munandar, Teori Mikro Ekonomi Intermediate*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rusdiana. 2014. *Kewirausahaan Teori dan Praktik*. Bandung: CV.Pustaka Setia.
- Sadiyah, Dewi. 2010. *Metode Penelitian Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif: Dilengkapi dengan Contoh Proposal Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Cet. XI; Bandung: Alvabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitaif, Kualitatif dan R&D*. Cet.XIX; Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Manajemen*. Cet.II; Bandung: Alfabeta.
- Sujatmiko, Eko. 2014. *Kamus IPS*. Surakarta: Aksara Sinergi Media.
- Sukmadinata. 2008. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Supranto, J. 1997. *Metode Riset Aplikasi dalam pemasaran, Edisi 6*. Jakarta: Fakultas Ekonomi.
- Surayana. 2014. *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suwandi, Basrowi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Cet, I; Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Suwandi, Basrowi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Syani, Abdul. 2012. *Sosiologi Skematika, Teori, dan Terapan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- The Liang, Gie. 1976. *Garis Besar Estetik (Filsafat Keindahan)*. Yogyakarta: Penerbit Karya.
- Tim Redaksi Kamus Besar Bahasa Indonesia. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka. Edisi ketiga.
- Wahab. 2008. *Tujuan Penerapan Program*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Walgito, Bimo. 1980. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Wirawan, Sarwono Sarlito. 2001. *Teori-Teori Psikologi Sosial*. Yogyakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Wirawan, Sarwono Sarlito. 2004. *Teori-Teori Psikologi Sosial*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Yenny Salim dan Peter Salim dan 2002. *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*. Jakarta: Modern English Perss.
- Yustinus, Semiun. 2006. *Teori kepribadian & terapi psikoanalitik Fried*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan*. (Bandung: Alfabeta).
- Suryani, Irman. 2017. *Manajemen Masjid dalam Meningkatkan Daya Tarik (Masjid Amirul Mukminin Makassar)*. Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah UIN Alauddin Makassar.
- Tim penyusun. 2013. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Makalh dan Skripsi), Edisi Revisi* (Parepare: STAIN Parepare).

Winarno, Budi. 2005 *Teori Dan Proses Kebijakan Publik*, (Yogyakarta : Media Pressindo)

Wahidin, Saptu. 2011. *Pengantar Ilmu Dakwah*. (Jakarta Pers).

Yusuf, Yunan. 2006. *Manajemen Dakwah*. (Jakarta: Kencana).

Zina, Revai, Veithzal 2013. *Islamic Manajemen*. (Yogyakarta: BPFE anggota IKAPI).

<http://www.artikata.com/arti-17031-behavior.html> diakses pada tanggal 14 Mei 2020.







KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Jalan Amal Bakil No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telpun (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91100 website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor : B-3142 /In.39.7/PP.00.9/11/2020
Lamp : -
Hal : Izin Melaksanakan Penelitian

Parepare, 24 November 2020

Kepada Yth.
Kepala Daerah Kabupaten Pinrang
Cq. Badan Kesatuan Bangsa Dan Politik
Di-
Tempat

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Yang bertandatangan dibawah ini Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) parepare menerangkan bahwa:

Nama	: Muarifah
Tempat/Tgl. Lahir	: Sidomulyo, 21 Desember 1998
NIM	: 16.3300.048
Semester	: IX
Alamat	: Duampanua

Adalah mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) parepare bermaksud akan mengadakan penelitian di Daerah **KAB. PINRANG** dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

"Penerapan Etika Kewirausahaan Pada Pedagang Pasar Rakyat di Pekkabata Pinrang"

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan **November S/d Desember 2020**.

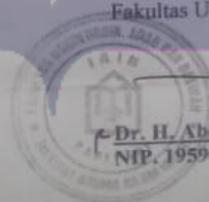
Sehubungan dengan hal tersebut dimohon kerjasamanya agar kiranya yang bersangkutan dapat diberi izin sekaligus dukungan dalam memperlancar penelitiannya.

Demikian, atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

PAREPARE

Dekan,
Fakultas Ushuluddin, Adab Dan Dakwah



Dr. H. Abd. Halim K., Lc.M.A
NIP. 19590624 199803 1 001

PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
UNIT PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Jl. Jend. Sukawati Nomor 40. Telp/Fax : (0421)921695 Pinrang 91212

**KEPUTUSAN KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
 DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KABUPATEN PINRANG**
 Nomor : 503/0503/PENELITIAN/DPM/PTSP/12/2020

Tentang
REKOMENDASI PENELITIAN

Menimbang : bahwa berdasarkan penelitian terhadap permohonan yang diterima tanggal 02-12-2020 atas nama MUARIFAH, dianggap telah memenuhi syarat-syarat yang diperlukan sehingga dapat diberikan Rekomendasi Penelitian.

Mengingat :

1. Undang - Undang Nomor 29 Tahun 1959;
2. Undang - Undang Nomor 18 Tahun 2002;
3. Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2007;
4. Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2009;
5. Undang - Undang Nomor 23 Tahun 2014;
6. Peraturan Presiden RI Nomor 97 Tahun 2014;
7. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011 sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2014;
8. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 48 Tahun 2016; dan
9. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 98 Tahun 2019.

Memperhatikan :

1. Rekomendasi Tim Teknis PTSP : 1052/R/T.Teknis/DPM/PTSP/12/2020, Tanggal : 02-12-2020
2. Berita Acara Pemeriksaan (BAP) Nomor : 0507/BAP/PENELITIAN/DPM/PTSP/12/2020, Tanggal : 02-12-2020

M E M U T U S K A N

Menetapkan :

KESATU : Memberikan Rekomendasi Penelitian kepada :

1. Nama Lembaga	: INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE
2. Alamat Lembaga	: JL. AMAL BAKTI NO. 8 SOREANG
3. Nama Peneliti	: MUARIFAH
4. Judul Penelitian	: PENERAPAN ETIKA KEWIRUSAHAAN PADA PEDAGANG PASAR RAKYAT DI PEKKABATA PINRANG
5. Jangka waktu Penelitian	: 1 Bulan
6. Sasaran/target Penelitian	: PEDAGANG PASAR RAKYAT
7. Lokasi Penelitian	: Kecamatan Duampanus

KEDUA : Rekomendasi Penelitian ini berlaku selama 6 (enam) bulan atau paling lambat tanggal 02-06-2021.

KETIGA : Peneliti wajib menaati dan melakukan ketentuan dalam Rekomendasi Penelitian ini serta wajib memberikan laporan hasil penelitian kepada Pemerintah Kabupaten Pinrang melalui Unit PTSP selambat-lambatnya 6 (enam) bulan setelah penelitian dilaksanakan.

KEEMPAT : Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan, apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan, dan akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Pinrang Pada Tanggal 02 Desember 2020


 Ditandatangani Secara Elektronik Oleh :
ANDI MIRANI, AP.,M.Si
 NIP. 197406031993112001
 Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
 Selaku Kepala Unit PTSP Kabupaten Pinrang

PAREPARE

Biaya : Rp 0,-





Balai Sertifikasi Elektronik



CERTIFIKAT Elektronik



ZONA HIJAU



OMBUDSMAN

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan HSrE



PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG
DINAS PERINDUSTRIAN, PERDAGANGAN, ENERGI DAN SUMBER
DAYA MINERAL KABUPATEN PINRANG

Jalan Bintang No. 1 Telp. (0421) 921215 Fax. (0421) 921215 Pinrang

SURAT KETERANGAN

Nomor : 070/063/PERINDAGEM/2021

Yang bertanda tangan di bawah ini Kepala Dinas Perindustrian, Perdagangan, Energi dan Sumber Daya Mineral Kabupaten Pinrang menerangkan bahwa:

Nama : MUARIFAH
 NIM : 16.3300.048
 Fakultas / Program Studi : Ushuluddin Adab dan Dakwah/
 Manajemen Dakwah IAIN Parepare
 Alamat : Pekkabata Kab. Pinrang

Benar telah melakukan penelitian pada Dinas Perindustrian, Perdagangan, Energi dan Sumber Daya Mineral Kabupaten Pinrang dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir pada Program Studi Manajemen Dakwah dengan Judul Skripsi "PENERAPAN ETIKA KEWIRAUSAHAAN ISLAM PADA PEDAGANG PASAR RAKYAT DI PEKKABATA PINRANG"

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 18 Februari 2021

An. Kepala Dinas
 Sekretaris,

Dr. NASRUDDIN M. S.STP. MM

Pangkat : Pembina Tk. I

NIP : 19801201 200012 1 003



PEDOMAN WAWANCARA

Nama : Muarifah
Nim : 16.3300.048
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Program Studi : Manajemen Dakwah
Judul : Penerapan Etika Kewirausahaan Islam pada Pedagang Pasar rakyat di Pekkabata Pinrang

A. Pedagang

1. Berapa keuntungan yang diperoleh setiap berjualan?
2. Bagaimana cara menentukan harga barang?
3. Apakah ada proses tawar menawar barang?
4. Bagaimana menjaga kepercayaan pembeli agar tetap menjadi pelanggan anda dan selalu datang kembali?
5. Bagaimana hubungan persaingan antar sesama pedagang?
6. Apakah ada permasalahan ketika melakukan transaksi jual beli?
7. Bagaimana pendapat anda tentang etika kewirausahaan islam dalam jual beli?

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : LASTINI
 Alamat : Pekkabata
 Agama : Islam
 Pekerjaan/Jabatan : Pedagang Bebek

Menerangkan Bahwa,

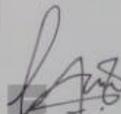
Nama : Muarifah
 Nim : 16.3300.048
 Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
 Prodi : Manajemen Dakwah

Benar-benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul "Penerapan Etika Kewirausahaan Islam pada Pedagang Pasar rakyat di Pekkabata Pinrang"

Demikian surat keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 2020
 Yang bersangkutan,

PAREPARE


 LASTINI

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rusnawati
 Alamat : Pinrang Jln. Patimura.
 Agama : Islam.
 Pekerjaan/Jabatan : Berdagang.

Menerangkan Bahwa,

Nama : Muarifah
 Nim : 16.3300.048
 Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
 Prodi : Manajemen Dakwah

Benar-benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul "Penerapan Etika Kewirausahaan Islam pada Pedagang Pasar rakyat di Pekkabata Pinrang"

Demikian surat keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 2020
 Yang bersangkutan,

IAIN
PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : SATRIA KAHARUDDIN
Alamat : PEKLABATA
Agama : ISLAM
Pekerjaan/Jabatan : owner

Menerangkan Bahwa,

Nama : Muarifah
Nim : 16.3300.048
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Prodi : Manajemen Dakwah

Benar-benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul "Penerapan Etika Kewirausahaan Islam pada Pedagang Pasar rakyat di Pekkabata Pinrang"

Demikian surat keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 2020
Yang bersangkutan,

DAIM
PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : YULIA S.
Alamat : PEKABATA.
Agama : ISLAM
Pekerjaan/Jabatan : PENJUAL SOTO

Menerangkan Bahwa,

Nama : Muarifah
Nim : 16.3300.048
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Prodi : Manajemen Dakwah

Benar-benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul "Penerapan Etika Kewirausahaan Islam pada Pedagang Pasar rakyat di Pekkabata Pinrang"

Demikian surat keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 2020
Yang bersangkutan,

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ashar
Alamat : Karifango
Agama : Islam
Pekerjaan/Jabatan : Pedagang (kar)

Menerangkan Bahwa,

Nama : Muarifah
Nim : 16.3300.048
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Prodi : Manajemen Dakwah

Benar-benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul "Penerapan Etika Kewirausahaan Islam pada Pedagang Pasar rakyat di Pekkabata Pinrang"

Demikian surat keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 2020
Yang bersangkutan,

PAREPARE

Sugafa

DOKUMENTASI

Wawancara dengan para pedagang

1. Wawancara dengan ibu Lastini



PAREPARE

2. Wawancara dengan Satria



3. Wawancara dengan yulia



4. Wawancara dengan pak Ashar



5. Wawancara Rusnawati



Setelah wawancara



RIWAYAT HIDUP



Muarifah, lahir pada tanggal 21 Desember 1998 di Pekkabata, Kabupaten Pinrang, Sulawesi Selatan. Merupakan anak kedua dari tiga bersaudara. Anak dari pasangan Bapak Tukimin dan Ibu Lastini. Penulis berkebangsaan Indonesia dan Beragama Islam. Adapun riwayat pendidikan penulis, yaitu pada tahun 2010 lulus dari SDN 296, Kecamatan Duampanua, Kota Pinrang, Sulawesi Selatan. Pada tahun 2013 lulus dari SMP Negeri 1 Duampanua. Melanjutkan pendidikan di SMK Negeri 1 Pinrang, lulus pada tahun 2016. Kemudian penulis melanjutkan perkuliahan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dengan mengambil jurusan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Program Studi Manajemen Dakwah. Pada semester akhir yaitu pada tahun 2020, penulis telah menyelesaikan skripsinya yang berjudul “ *Penerapan Etika Kewirausahaan Islam Pada Pedagang Pasar Rakyat di Pekkabata Pinrang*”.

(Phone : 089504529592)