

SKRIPSI

**PERILAKU PELAKU USAHA DALAM PERSPEKTIF ETIKA
BISNIS ISLAM: STUDI PADA PEDAGANG DURIAN
DI SEKITAR MASJID TERAPUNG
KOTA PAREPARE**



OLEH:

**RISTA AYU LESTARI
NIM: 2120203860202056**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PARE PARE
2025**

**PERILAKU PELAKU USAHA DALAM PERSPEKTIF ETIKA
BISNIS ISLAM: STUDI PADA PEDAGANG DURIAN
DI SEKITAR MASJID TERAPUNG
KOTA PAREPARE**



OLEH:

**RISTA AYU LESTARI
NIM: 2120203860202056**

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
Pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut
Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PARE PARE**

2025

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Perilaku Pelaku Usaha Dalam Perspektif Etika
Bisnis Islam: Studi Pada Pedagang Durian Di
Sekitar Masjid Terapung Kota Parepare

Nama Mahasiswa : Rista Ayu Lestari

Nomor Induk Mahasiswa : 2120203860202056

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Pembimbing : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
No. B-1222/In.39/FEBI.04/PP.00.9/04/2024

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : A. Rio Makkulau Wahyu, M.E

NIP : 19930405 202012 1 022

(.....)

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M. Ag

NIP 19710208 200112 2 002

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Perilaku Pelaku Usaha Dalam Perspektif Etika
Bisnis Islam: Studi Pada Pedagang Durian Di
Sekitar Masjid Terapung Kota Parepare.

Nama Mahasiswa : Rista Ayu Lestari

Nomor Induk Mahasiswa : 2120203860202056

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
No. B-1222/In.39/FEBI.04/PP.00.9/04/2024.

Tanggal Kelulusan : 24 Juli 2025

Disahkan oleh Komisi Penguji

A. Rio Makkulau Wahyu, M.E (Ketua)

Dr. Andi Bahri S. M.E., M.Fil.I. (Anggota)

Trian Fisman Adisaputra, S.E., M.M. (Anggota)

Mengetahui:

Dekan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M. Ag
NIP. 19710208 200112 2 002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirabbil‘alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu wa Ta’ala, Tuhan yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, penulis diberi kekuatan, kesehatan, serta kemudahan dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Perilaku Pelaku Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi Pada Pedagang Durian di Sekitar Masjid Terapung Kota Parepare ”. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Tanpa pertolongan dan izin dari Allah SWT, tentu proses ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik.

Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi besar Muhammad Shallallahu ‘alaihi wasallam, Nabi akhir zaman yang telah membawa umat manusia dari zaman kegelapan menuju zaman penuh ilmu dan cahaya petunjuk. Beliau adalah suri teladan utama dalam seluruh aspek kehidupan, termasuk dalam hal kejujuran, amanah, dan keadilan dalam bermuamalah yang menjadi ruh dalam ekonomi syariah. Semoga shalawat dan salam juga selalu terlimpah kepada keluarga beliau yang mulia, para sahabatnya yang setia, serta seluruh umat Islam yang istiqamah mengikuti ajaran beliau hingga akhir zaman.

Penulis menyadari bahwa tanpa adanya dukungan dan doa dari berbagai pihak, penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan lancar. Oleh karena itu, rasa syukur ini juga penulis tujukan kepada keluarga tercinta, para dosen pembimbing, sahabat-sahabat seperjuangan, serta semua pihak yang telah memberikan semangat, motivasi,

dan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung selama proses penyusunan tugas akhir ini berlangsung.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dan setulus hati kepada orang tua tercinta Almarhum Bapak Mursalim dan ibu Nuripa yang selalu memberikan dukungan serta motivasi kepada penulis. Doa tulus yang selalu dipanjatkan beliau menjadi sumber kekuatan dan keteguhan hati bagi penulis dalam menghadapi berbagai tantangan selama proses penyusunan skripsi ini. Segala jerih payah dan pencapaian ini tidak terlepas dari peran dan kasih sayang yang tulus dari beliau, yang senantiasa menjadi inspirasi dan pendorong utama dalam mewujudkan harapan dan cita-cita penulis. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, dan keberkahan untuk Ibunda tercinta.

Penulis juga telah banyak menerima bimbingan dan bantuan dari bapak A. Rio Makkulau Wahyu, M.E. selaku Dosen Pembimbing, atas segala bantuan, waktu dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hannani, M.Ag. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare yang telah meluangkan waktunya dan atas pengabdianya yang telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Arwin, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah yang telah banyak memberikan dukungan dan bantuannya kepada kami sebagai mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah.

4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu dan wawasannya kepada penulis, dan seluruh staf bagian rektorat, akademik, dan fakultas yang siap selalu melayani mahasiswa.
5. Bapak dan Ibu Staf dan Admin Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu mulai dari proses menjadi mahasiswa sampai berbagai pengurusan untuk berkas penyelesaian studi.
6. Kepala Perpustakaan IAIN Parepare yang telah melayani dan menyediakan referensi terkait dengan judul penelitian penulis.
7. Saya ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada kedua kakak saya tercinta, Risna Maharani dan Rizal Maharaja Terima kasih atas doa, perhatian, serta bantuan moril maupun materiil yang begitu berarti dalam setiap langkah perjuangan ini. Semoga Allah SWT membalas segala kebbaikannya dengan keberkahan, kesehatan, dan kebahagiaan yang tak terhingga.
8. Kepada seseorang yang tidak kalah penting kehadirannya, Muhammad Fadjrinn Terima kasih telah menjadi bagian dalam proses perjalanan penulis menyusun skripsi. Berkontribusi baik tenaga, waktu, menenmani, mendukung, serta menghibur penulis dalam kesedihan, mendengarkan keluh kesah dan meyakinkan penulis untuk pantang menyerah hingga penyusunan skripsi ini terselesaikan.
9. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua Bapak/Ibu guru tercinta yang pernah mendidik sejak TK, SD, SMP, dan SMA, sehingga penulis sampai pada penyusunan skripsi.
10. Seluruh Informan penulis di Kota Parepare yakni masyarakat yang bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan banyak informasi yang bermanfaat kepada penulis.

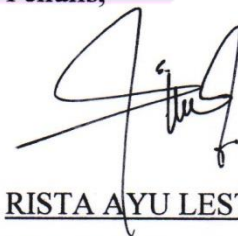
11. Kepada teman-teman dan sahabat penulis yang sudah menjadi tempat cerita dan menjadi sumber motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu namun telah berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini.

Ucapan terima kasih yang tulus tidak akan pernah cukup untuk menggambarkan betapa berharganya bantuan, dukungan, serta doa yang telah diberikan oleh berbagai pihak selama proses penyusunan skripsi ini. Setiap bentuk kontribusi, baik dalam bentuk materi, semangat, maupun saran. Untuk itu, penulis memohon agar Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat, petunjuk, dan keberkahan kepada mereka semua atas segala kebaikan yang telah diberikan.

Sebagai penutup, penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, baik dari segi isi, penyajian, maupun tata bahasa. Hal ini tentu tidak lepas dari keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun sebagai bahan evaluasi dan perbaikan, agar karya ini dapat menjadi lebih baik dan bermanfaat di masa mendatang.

Parepare, 10 Juni 2025

Penulis,



RISTA AYU LESTARI

NIM. 2120203860202056

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

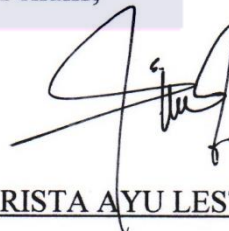
Mahasiswa Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini :

Nama : Rista Ayu Lestari
Nim : 2120203860202056
Tempat/Tgl.Lahir : Parepare, 28 Maret 2004
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Perilaku Pelaku Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam
Studi Pada Pedagang Durian Di Sekitar Masjid Terapung
Kota Parepare

Dengan penuh kesadaran dan kejujuran, saya menyatakan bahwa seluruh isi dalam skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini mengandung unsur duplikasi, tiruan, plagiat, atau ternyata dibuat oleh pihak lain baik sebagian maupun keseluruhan maka saya bersedia menerima segala konsekuensi yang berlaku, termasuk pembatalan skripsi dan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Parepare, 10 Juni 2025

Penulis,



RISTA AYU LESTARI

NIM. 2120203860202056

ABSTRAK

Rista Ayu Lestari. *Perilaku Pelaku Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi Pada Pedagang Durian di Sekitar Masjid Terapung Kota Parepare* (Dibimbing oleh Bapak A. Rio Makkulau Wahyu)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku pelaku usaha dalam perspektif etika bisnis Islam, khususnya pada pedagang durian di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare. Fokus utama dalam penelitian ini adalah 1). Sejauh mana para pedagang menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam seperti kejujuran, amanah, keadilan, dan tanggung jawab sosial dalam aktivitas jual beli mereka, 2). Menggambarkan perilaku pedagang durian dalam praktik usaha sehari-hari, 3). Menjelaskan pengaruh penerapan etika bisnis Islam terhadap tingkat kepercayaan konsumen dan keberlanjutan usaha para pedagang durian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini terdiri dari pedagang durian sebagai pelaku usaha dan konsumen sebagai pihak yang berinteraksi langsung dengan pedagang. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang telah menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam, terutama dalam hal kejujuran dan amanah. Para pedagang cenderung jujur dalam menyampaikan kondisi durian dan bersedia mengganti buah yang rusak, serta menyusun dagangan secara rapi di atas mobil pada lokasi strategis di jalan poros. Namun, dalam penerapan prinsip keadilan masih ditemukan ketidakkonsistenan, di mana dua orang konsumen menyatakan adanya perlakuan yang tidak adil karena membedakan konsumen, sedangkan tiga lainnya merasa diperlakukan setara. Tanggung jawab sosial juga telah mulai diterapkan oleh beberapa pedagang, seperti menjaga kebersihan di sekitar lapak dagangannya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perilaku pelaku usaha durian di kawasan tersebut telah menunjukkan kecenderungan positif dalam menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, meskipun masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Pedagang Durian, Masjid Terapung Parepare, Pelaku Usaha, Keberlanjutan Usaha

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	ii
KATA PENGANTAR	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
PEDOMAN TRANSLITERASI	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Tinjauan Penelitian Relevan	8
B. Landasan Teoritis.....	14
C. Tinjauan Konseptual	27
D. Kerangka Pikir	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian	29
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian	30
C. Fokus Penelitian.....	30
D. Jenis dan Sumber Data	30
E. Teknik Pengumpulan dan Pengelolaan Data	31

F. Teknik Pengelolaan Data	33
G. Uji Keabsahan Data	34
H. Teknik Analisis Data	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
A. Hasil Penelitian	37
B. Pembahasan Hasil Penelitian	67
BAB V PENUTUP	79
A. Simpulan	79
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	87

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
1.1	Lokasi Pedagang Durian	37
1.2	Lapak Pedagang Durian	38



DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
1.1	Penelitian Terdahulu	12
2.1	Bagan Kerangka Pikir	28
3.1	Sumber Informan	32



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1	Instrumen Wawancara	88
2	Transkrip Wawancara	90
3	Surat Keputusan Penetapan Pembimbing Skripsi	100
4	Surat Izin Penelitian dari IAIN Parepare	101
5	Surat Izin Penelitian dari Kantor Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Parepare	102
6	Surat Keterangan Telah Meneliti	103
7	Surat Keterangan Wawancara	104
8	Dokumentasi	109
9	Biodata Penulis	111

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Transliterasi Arab Latin

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

1. Konsonan

Huruf	Nama	HurufLatin	Nama
ا	alif	Tidakdilambangkan	Tidakdilambangkan
ب	ba	B	be
ت	ta	T	te
ث	tha	Th	tedanha
ج	jim	J	je
ح	ha	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	Kh	ka dan ha
د	dal	D	de
ذ	dhal	Dh	de dan ha
ر	ra	R	er
ز	zai	Z	zet
س	sin	s	es

ش	syin	Sy	es dan ye
ص	shad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	ẓ	zet ((dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	gain	G	ge
ف	fa	F	ef
ق	qaf	Q	qi
ك	kaf	K	ka
ل	lam	L	el
م	mim	M	em
ن	nun	N	en
و	wau	W	we
هـ	ha	H	ha
ء	hamzah	’	apostrof
ي	ya	Y	ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (’).

2. Vokal

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

- a. Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Fathah	a	a
اِ	Kasrah	i	i
اُ	Dammah	u	u

- b. Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَيَّ	fathahdanya	ai	adani
اَوْ	fathahdanwau	au	adanu

Contoh:

كَيْفَ:kaifa

هَؤُلَاءِ:haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ / آ	fathah dan alif atau ya	ā	a dangaris diatas
إِ / إِ	kasrah dan ya	ī	i dangaris diatas
أُ / أُ	dammah dan wau	ū	u dangaris diatas

Contoh:

قِيلَ : qīla
يَمُوتُ : yamūtu

4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

- ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h]. Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan katasandang *al*-serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha* (h). Contoh:

الْجَنَّةُ الرَّوْضَةُ : rauḍahal-jannah atau rauḍatuljannah

الْفَاضِلَةُ الْمَدِينَةُ : al-madīnahal-fāḍilah atau al-madīnatul fāḍilah

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

5. Syaddah (tasydid)

Syaddah atau tasydid (ّ) dalam tulisan Arab adalah tanda baca yang menunjukkan bahwa huruf dibaca dobel atau ditekankan. Dalam transliterasi, tasydid ditulis dengan menggandakan huruf konsonannya. Contoh:

رَبَّنَا	:	<i>Rabbanā</i>
نَجَّيْنَا	:	<i>Najjainā</i>
قَالَ	:	<i>al-haqq</i>
جَالَ	:	<i>al-hajj</i>
نُعَا	:	<i>nu‘‘ima</i>
وَعُدَّ	:	<i>‘aduwwun</i>

Jika huruf ى bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (ـِ), maka ia litransliterasi seperti huruf maddah (i). Contoh:

يَعَرَبْ	:	<i>‘Arabi(bukan‘Arabiyyatau‘Araby)</i>
يَعْلِ	:	<i>‘Ali(bukan‘Alyyatau‘Aly)</i>

6. KataSandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dituliskan dengan huruf لا (alif lam ma'arifah). Dalam pedoman transliterasi, kata sandang ini ditulis sebagai "al-" tanpa mengubah bentuknya meskipun diikuti oleh huruf syamsiah atau qamariah. Kata sandang ini tidak menyatu dengan kata setelahnya dan dipisahkan dengan garis mendatar (-). Contoh:

الشَّمْسُ	:	<i>al-syamsu(bukanasy-syamsu)</i>
الزَّلْزَلَةُ	:	<i>al-zalzalalah(bukanaz-zalzalalah)</i>

الْفَلَسْفَةُ	:	<i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	:	<i>al-bilādu</i>

7. Hamzah

Aturan transliterasi hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku untuk hamzah yang ada di tengah atau akhir kata. Jika hamzah ada di awal kata, biasanya tidak dilambangkan karena dalam tulisan Arab, hamzah tersebut berbentuk alif. Contoh:

تَأْمُرُونَ	:	<i>ta'murūna</i>
النَّوْءُ	:	<i>al-nau'</i>
عَشَى	:	<i>syai'un</i>
أَمُرْتُ	:	<i>Umirtu</i>

8. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata atau istilah Arab yang belum baku dalam bahasa Indonesia tetap perlu ditransliterasi. Namun, jika kata tersebut sudah umum digunakan atau sering muncul dalam teks bahasa Indonesia, maka tidak perlu lagi ditulis sesuai transliterasi, seperti kata "Al-Qur'an" atau "Sunnah". Meski begitu, jika kata-kata ini menjadi bagian dari rangkaian kalimat dalam bahasa Arab, maka harus tetap ditransliterasi dengan lengkap. Contoh:

Fīzilālal-qur'an
Al-sunnahqablal-tadwin
Al-ibārat bi'umumal-lafzlā bikhususal-sabab

9. Lafzal-Jalalah(الله)

Kata "Allah" yang diikuti partikel seperti huruf jar atau sebagai mudaf ilaih (frasa nominal), tidak menggunakan huruf hamzah dalam transliterasinya. Contoh:

اللَّهُ دُونِ	<i>Dīnullah</i>	بِاللَّهِ	<i>billah</i>
---------------	-----------------	-----------	---------------

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada lafẓ al-jalālah, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

اللَّهُمَّ صَلِّ عَلَى مُحَمَّدٍ

Humfīrahmatillāh



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya jaman, yang ditandai dengan perkembangan ekonomi yang pesat menimbulkan persaingan bisnis yang semakin tinggi yang mana persaingan itu tidak terlepas dari etika dan perilaku di dalamnya. Setiap manusia memerlukan harta untuk memenuhi kebutuhannya. Karenanya manusia berusaha untuk memperoleh harta kekayaan itu, salah satunya melalui bekerja. Sedangkan salah satu dari ragam bekerja adalah berbisnis.¹

Persaingan bisnis saat ini sangat ketat sehingga para pebisnis tentu menggunakan berbagai cara untuk mendapatkan keuntungan, bahkan para pebisnis pun tidak peduli dengan etika dalam menjalankan usahanya. Biasanya hal ini terjadi pada para pedagang yang ingin menghasilkan keuntungan berlebihan. Misalnya, banyak bisnis mengabaikan etika ketika melakukan transaksi, adanya kecenderungan untuk melebih-lebihkan kualitas barang saat promosi.

Dalam era modern ini, bisnis tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk mencapai keuntungan ekonomi, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun nilai-nilai etis dan moral yang sesuai dengan prinsip keagamaan dan sosial. Salah satu pendekatan yang sangat relevan dalam konteks ini adalah Etika Bisnis Islam, yang menekankan bahwa kegiatan ekonomi harus dilakukan secara berimbang antara tujuan duniawi dan nilai-nilai ukhrawi (akhirat).

¹ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam* (Malang: UIN-Maliki Press, 2007).

Etika bisnis Islam tidak hanya mengarahkan pelaku usaha untuk bertanggung jawab kepada konsumen, tetapi juga mengingatkan mereka akan tanggung jawab yang lebih besar, yaitu kepada Allah sebagai Sang Pencipta. Dengan demikian, bisnis tidak hanya dilihat sebagai aktivitas yang netral, tetapi juga sebagai ibadah yang memerlukan kejujuran, integritas, keadilan, dan akuntabilitas.

Etika bisnis Islam merupakan pedoman yang mengatur perilaku pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan bisnisnya, berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah yang diambil dari Al-Qur'an dan Hadits. Dalam konteks globalisasi dan perkembangan ekonomi yang pesat, tantangan terhadap penerapan etika dalam bisnis semakin meningkat. Banyak pelaku usaha yang terjebak dalam praktik-praktik tidak etis demi mengejar keuntungan, seperti penipuan, pengurangan kualitas produk, dan eksploitasi terhadap sda.²

Sebagai seorang muslim, penting untuk menjalankan jual beli dengan mematuhi prinsip-prinsip etika bisnis dalam Islam. Pada saat ini, Etika bisnis merupakan serangkaian tata nilai moral yang menyangkut aspek kebaikan dan kejahatan, serta kebenaran. Berbohong dan jujur adalah dua hal yang bertentangan. Etika ini berupaya untuk mengatur tingkah laku manusia. Semua aktivitas komersial, seperti pertukaran barang, jasa, atau uang, berlangsung dengan saling menguntungkan untuk mendapat keuntungan.³

Perkembangan dunia bisnis yang semakin pesat saat ini menuntut pelaku usaha untuk tidak hanya berfokus pada keuntungan semata, tetapi juga

² Alda Fadilla, Efni Anita, and Sri Rahma, 'Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Di Kedai Martabak Ulama India (Mui) Telanaipura Di Kota Jambi', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2.3 (2024), 5.

³ Riska Dwiyantri, 'Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Masyarakat Dalam Jual Beli Gabah (Studi Di Amassangang Kabupaten Pinrang)', *Skripsi*, 2018, hlm.10.

memperhatikan aspek etika dan moral dalam menjalankan usahanya. Dalam perspektif Islam, bisnis yang baik bukan hanya tentang keberhasilan ekonomi, tetapi juga tentang keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial. Prinsip-prinsip etika bisnis Islam menekankan pentingnya menjalankan usaha dengan memperhatikan nilai-nilai religius yang bertujuan untuk kesejahteraan bersama, menciptakan kepercayaan konsumen, serta menjaga integritas pedagang sebagai bagian dari komunitas yang taat pada ajaran agama.

Kota Parepare, yang dikenal dengan keberadaan Masjid Terapung sebagai ikon wisata religi, menjadi salah satu pusat aktivitas masyarakat dan perdagangan. Di sekitar masjid ini, terdapat berbagai usaha kecil, termasuk pedagang durian yang menjajakan dagangannya. Durian, sebagai buah yang sangat diminati masyarakat Indonesia, menjadi komoditas yang cukup populer di kawasan ini, terutama di musim panen. Keberadaan masjid sebagai pusat kegiatan keagamaan mengharapakan pedagang di sekitarnya mampu mencerminkan perilaku bisnis yang sesuai dengan etika Islam, mengingat konsumen yang datang sering kali memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap etika dan kejujuran dalam transaksi.

Mengingat Masjid Terapung sebagai pusat kegiatan religius, terdapat ekspektasi tinggi dari konsumen maupun masyarakat sekitar bahwa pedagang yang berjualan di kawasan ini seharusnya mencerminkan nilai-nilai etika yang sesuai dengan ajaran Islam. Konsumen berharap para pedagang bersikap jujur, adil, dan transparan dalam transaksi jual beli.

Berdasarkan hasil observasi awal yang penulis lakukan, praktik di lapangan sering kali dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal yang dapat memengaruhi penerapan etika bisnis Islam. kadang-kadang membuat pedagang tergoda untuk

mengabaikan prinsip-prinsip etika Islam. Misalnya, adanya kecenderungan untuk melebih-lebihkan kualitas barang saat promosi, ketidakkonsistenan dalam pelayanan terhadap konsumen, hingga kurangnya kepedulian terhadap kebersihan lingkungan di sekitar area jualan yang berdekatan dengan tempat ibadah. Perilaku-perilaku seperti ini memunculkan pertanyaan mengenai sejauh mana para pedagang memahami dan menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam kegiatan mereka.

Tidak semua pedagang memiliki pemahaman yang baik tentang prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Sebagian pedagang mungkin menganggap praktik-praktik seperti tawar-menawar yang agresif atau penyembunyian informasi tentang kualitas produk sebagai sesuatu yang wajar, padahal hal tersebut bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Di samping itu, kurangnya sosialisasi atau pendidikan terkait etika bisnis Islam di kalangan pedagang kecil sering kali menjadi kendala dalam memastikan penerapan etika yang konsisten di lapangan. Faktor-faktor tersebut menciptakan kesenjangan antara teori etika bisnis Islam dan praktik yang dijalankan oleh pedagang durian di lokasi tersebut.

Kepercayaan konsumen adalah hal yang krusial bagi keberlangsungan usaha, terutama di bidang perdagangan kecil yang sangat bergantung pada reputasi dan loyalitas pelanggan. Penerapan etika bisnis Islam yang baik akan membantu pedagang membangun kepercayaan, menjaga hubungan yang harmonis dengan konsumen, dan menciptakan lingkungan usaha yang lebih adil. Sebaliknya, praktik bisnis yang tidak etis bisa merusak hubungan dengan konsumen dan berdampak negatif pada kelangsungan usaha pedagang.

Yang menarik perhatian penulis mengapa menjadikan pedagang durian sekitar Masjid Terapung ini sebagai judul penelitian karena durian menawarkan pengalaman

kuliner yang berbeda dibandingkan dengan pedagang makanan ringan yang lebih dominan di area tersebut. Disamping karena menarik dan enak pedagang durian juga mempunyai musiman sehingga masyarakat banyak berminat ketika musim durian tiba. Yang membedakan pedagang durian dengan pedagang-pedagang lainnya yang berada di sekitar Masjid Terapung adalah karena mereka ada ketika musimnya telah tiba dikarenakan durian langka untuk dibeli. Sehingga ketika musimnya muncul masyarakat sangat mengebu-gebu ingin membeli dan mencoba durian walaupun di masjid terapung lebih dominan ke pedagang cemilan akan tetapi pedagang cemilan dapat di jumpai di tiap musim, berbeda dengan musim durian yang muncul ketika musimnya saja.

Para pedagang sering mengabaikan prinsip-prinsip etika bisnis Islam saat berdagang; contohnya, mereka sering memberi tahu pembeli bahwa buah-buahan yang mereka jual sangat manis, meskipun kenyataannya tidak sesuai dengan pernyataan mereka.

Berdasarkan hasil observasi awal yang di lakukan, penulis ingin melakukan penelitian terkait penerapan etika bisnis islam terhadap penjual durian di mesjid terapung kota parepare, karena ada beberapa pedagang disana yang menerapkan teknik lobbying, dengan menggantikan duriannya dengan durian baru apabila durian yang di coba sebelumnya jelek atau tidak manis, maka dari itu peneliti ingin mengetahui apakah pedagang di sana benar-benar jujur dan bertanggung jawab. dan juga apakah kalau jika dibeli dan makan di tempat atau beli dan di bawa pulang apakah tetap sama etika bisnis yang di terapkan.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diidentifikasi sejauh mana perilaku pedagang durian sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam, serta apa saja kendala dan

faktor yang mempengaruhi penerapan etika tersebut. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pedagang dan pemangku kepentingan lainnya untuk memperkuat praktik etis dalam bisnis. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi bahan referensi dalam memberikan rekomendasi yang relevan untuk peningkatan pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam di kalangan pedagang kecil, khususnya di kawasan Masjid Terapung Kota Parepare.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku pedagang durian di sekitar Masjid Terapung Parepare dalam perspektif etika bisnis Islam, mengidentifikasi prinsip-prinsip yang mempengaruhi penerapan etika bisnis Islam, serta dampaknya terhadap kepercayaan konsumen dan keberlanjutan usaha mereka.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka masalah yang akan diteliti pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perilaku pedagang durian di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare?
2. Bagaimana penerapan prinsip etika bisnis Islam pada pedagang durian di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare?
3. Bagaimana penerapan etika bisnis islam terhadap kepercayaan konsumen dan keberlanjutan usaha pedagang durian di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare?

C. Tujuan Penelitian

Adapun beberapa tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian, diantaranya sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui perilaku pedagang durian di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare.
2. Untuk mengetahui penerapan prinsip etika bisnis Islam pada pedagang durian di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare.
3. Untuk mengetahui penerapan etika bisnis Islam terhadap kepercayaan konsumen dan keberlanjutan usaha pedagang durian di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare.

D. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini, diharapkan dapat memberikan gambaran yang bermanfaat secara langsung maupun tidak langsung bagi berbagai pihak antara lain:

1) Manfaat teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan informasi serta dapat dijadikan sebagai rujukan penelitian selanjutnya, khususnya tentang hal-hal yang berhubungan dengan etika bisnis islam.

2) Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan lebih luas kepada masyarakat maupun pembaca yang membutuhkan sehingga dapat berguna dan timbul solusi mengenai Analisis Perilaku Pelaku Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Dalam melakukan penelitian, tentunya penulis mengambil acuan dari penelitian-penelitian terdahulu yang membahas tema yang serupa. Adapun beberapa penelitian tersebut diantaranya:

1. Penelitian dari Putri Natasya dengan judul penelitian Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Buah-Buahan Di Pasar Tradisional (Studi Pasar Induk Lambaro, Kabupaten Aceh Besar), Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Syariah Tahun 2021, Hasil temuan dari penelitian tersebut adalah Perilaku pedagang buah-buahan di Pasar Induk Lambaro pada umumnya sudah baik dalam menjalankan prinsip etika bisnis Islam.

Namun sebahagian kecil para pedagang buah-buahan masih ada yang belum menjalankannya. Dimana sebagian pedagang tersebut masih mengutamakan keuntungan namun tidak memperhatikan kerugian pihak pembeli. Para pedagang buah-buahan di Pasar Induk Lambaro belum sepenuhnya menjalankan bisnisnya yang sesuai dengan ajaran agama Islam. Masih terdapat perilaku pedagang yang menyimpang dari etika bisnis Islam yakni kebenaran dan kejujuran yang ditunjukkan dalam menawarkan dagangannya kepada pembeli dengan memberikan penjelasan yang tidak sesuai dengan yang pedagang ucapkan pada saat berdagang.

Selain itu prinsip kesatuan (Tauhid) belum semua pedagang menerapkannya, begitu juga dengan prinsip keseimbangan, dan prinsip tanggung jawab. Hanya ada satu prinsip etika bisnis Islam yang dijalankan sesuai dengan ajaran agama Islam yakni prinsip kehendak bebas, dengan memberikan kebebasan kepada pembeli dalam menawarkan harga dagangannya.⁴

2. Novita Ambarsari dan Luhur Prasetyo dalam penelitiannya yang berjudul “Perilaku Pedagang Di Pasar Wisata Plaosan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”, (2022), dengan tujuan penelitian untuk mengetahui etika bisnis Islam yang diterapkan beserta faktor-faktor yang dapat mempengaruhi dan dampaknya terhadap kegiatan bisnis terhadap pedagang di Pasar Wisata Plaosan Kabupaten Magetan, penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yakni penelitian lapangan dan menggunakan pendekatan kualitatif.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Serta informan pada penelitian ini adalah pengelola pasar, pedagang serta pembeli, Hasil penelitian ini menemukan bahwa perilaku pedagang di Pasar Wisata Plaosan belum sepenuhnya menerapkan prinsip yang telah tertera pada etika bisnis Islam, serta terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku pedagang tersebut. Sedangkan dampak perilaku pedagang menimbulkan pengaruh negatif dan juga positif yang keduanya sama-sama berpengaruh kepada perilaku pedagang di Pasar Wisata Plaosan. Dampak perilaku pedagang tersebut dapat mempengaruhi terhadap kegiatan bisnis

⁴ Putri Natasya, “Analiss Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Buah-Buah Di Pasar Tradisional” Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh’, *Skripsi UIN AR-Raniry Banda Aceh*, 2016, 1–23.

seperti dampak positif bagi aspek sosial maupun finansial. Serta dampak negatifnya apabila pedagang melakukan pelayanan kurang baik maka akan berdampak pada pendapatan yang akan menurun.⁵

3. Penelitian dari Ihdal Husyeni dengan judul penelitian Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Pakaian Bekas Impor Online Shop Di Pinrang, Institut Agama Islam Negeri Parepare, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Syariah Tahun 2023, Hasil temuan dari penelitian tersebut adalah Cara pedagang pakaian bekas impor online shop di Pinrang menawarkan dagangannya kepada pembeli ada banyak cara yaitu dengan mempromosikan produknya dengan cara memperbanyak hastag, melakukan banyak share agar dapat dijangkau dan dilihat oleh orang lain, serta gunakan akun lebih dari satu untuk melancarkan promosi.

Jika ditinjau dari Prinsip Etika Bisnis Islam maka cara pedagang menawarkan dagangannya telah memenuhi prinsip etika bisnis Islam dimana pedagang tidak semata mata langsung menjual pakaian tersebut tetapi menyortirnya terlebih dahulu apakah layak digunakan atau tidak, serta pedagang juga menjelaskan kepada pembeli asal dari pakaian tersebut berasal, dan harga ataupun diskon yang diberikan pedagang tidak ada unsur pemaksaan yang terjadi.

Cara pedagang pakaian bekas impor online shop di Pinrang menyikapi konsumen yang banyak tidak puas ada banyak cara diantaranya mendengarkan keluhan konsumen terlebih dahulu dan mencari apa yang menjadi penyebab

⁵ Novita Ambarsari and Luhur Prasetyo, 'Perilaku Pedagang Di Pasar Wisata Plaosan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam', *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 2.1 (2022), 121–38 <<https://doi.org/10.21154/niqosiya.v2i1.732>>.

komplain itu terjadi, dan apabila sudah mengetahuinya pedagang berusaha memperbaiki ataupun jika ingin meminta ganti rugi, meminta pengembalian dana dan barang, serta meminta untuk mengganti dengan barang yang lain, maka pedagang akan berusaha untuk memenuhinya dan berusaha mengembalikan kepercayaan konsumen kembali. Dimana, jika ditinjau dari prinsip etika Bisnis Islam sudah sesuai yaitu prinsip keseimbangan, berkehendak bebas, serta kebenaran dan kebaikan.⁶

4. Sudarsono dalam penelitiannya yang berjudul “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Kudus”, (2022), dengan tujuan penelitian untuk mengkaji praktik bisnis yang dilakukan para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di wilayah Kabupaten Kudus dengan menggunakan pendekatan etika bisnis Islam, Metode penelitian menggunakan deskriptif kualitatif dengan pendekatan interaksi simbolik. Pengumpulan data menggunakan teknik observasi dan wawancara serta menggunakan teknik analisis data Miles dan Huberman. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis Islam belum sepenuhnya diterapkan oleh para pelaku UMKM di Kabupaten Kudus. Adapun terdapat beberapa kendala atau hambatan dalam penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam bagi pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya.⁷

⁶ ASMAMAW ALEMAYEHU SHELEMO, *No Title* بيب, *Nucl. Phys.*, 2023, XIII.

⁷ Mutiara Mutiara, Sitti Nikmah Marzuki, and Muhammad Fakhri Amir, ‘Implementasi Etika Bisnis Islam Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kecamatan Sibulue’, *AL-Muqayyad*, 7.1 (2024), 73–83 <<https://doi.org/10.46963/jam.v7i1.1896>>.

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Putri Natasya (2021)	Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Buah- Buahan Di Pasar Tradisional (Studi Pasar Induk Lambaro, Kabupaten Aceh Besar).	Menggunakan penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu wawancara, fokus pada etika bisnis Islam dan melibatkan pedagang.	Peneliti sebelumnya Mencakup pedagang buah-buahan secara umum, lokasi penelitian yang berbeda dan peneliti ebelumnya juga lebih menekankan pada penerapan etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang.
2.	Novita Ambarsari dan Luhur Prasetyo (2022)	Perilaku Pedagang Di Pasar Wisata Plaosan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam	Menganalisis perilaku pedagang dalam perspektif etika bisnis Islam, meskipun lokasi dan produk yang dijual berbeda.	Lokasi studi yang berbeda, selain itu penelitian ini meneliti seluruh pedagang yang ada di pasar wisata plaosan.

			Keduanya juga dapat melihat interaksi antara pedagang dan konsumen dari sudut pandang moral dan etika Islam.	
3.	Ihdal Husyeni (2023)	Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Pakaian Bekas Impor Online Shop Di Pinrang	Persamaannya adalah sama-sama membahas tentang perilaku pedagang melalui perspektif etika bisnis Islam dan menggunakan penelitian kualitatif.	Perbedaannya ada pada jenis produk yang di jual, platform penjualan, konteks sosial dan lokasi.
4.	Sudarsono (2022)	Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Kudus	Fokus pada etika bisnis islam, sama-sama menilai perilaku pelaku usaha	Lokasi penelitian yang berbeda, jenis produknya, dan juga UMKM di kudas lebih luas, mencakup berbagai sektor usaha

B. Landasan Teoritis

1. Etika Bisnis Islam

a. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika adalah cabang filsafat yang mencari hakikat nilai-nilai baik dan buruk yang berkaitan dengan perbuatan dan tindakan seseorang, yang dilakukan dengan penuh kesadaran berdasarkan pertimbangan pemikirannya.⁸ Persoalan etika adalah yang berhubungan dengan eksistensi manusia, dalam segala aspeknya, baik individu maupun masyarakat, baik dalam hubungannya dengan Tuhan, sesama manusia dan dirinya, maupun dengan alam sekitarnya, baik dalam kaitannya dengan eksistensi manusia di bidang sosial, ekonomi, politik, budaya maupun agama.⁹ Pada dasarnya, etika berpengaruh terhadap para pelaku bisnis, terutama dalam hal kepribadian, tindakan dan perilakunya.¹⁰

Etika berawal dari kata *ethos* dalam bahasa Yunani yang berarti kebiasaan (*Custum*) atau karakter (*Character*). Dalam makna yang lebih tegas, yaitu etika merupakan studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, benar, salah dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan kini untuk mengaplikasikannya apa saja.¹¹ Kata *etos* dikenal juga dengan kata etika, istilah yang dekat dengan konsep moralitas atau berkaitan dengan nilai-nilai baik atau buruk (*moral*) sedemikian rupa sehingga *etos* ini mengandung hasrat atau semangat yang

⁸ An Ras Try Astuti, *Etika Bisnis Islam: Kasus-Kasus Kontemporer* (Parepare: Nusantara Press IAIN Parepare, 2022), hlm. 1.

⁹ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013).

¹⁰ Muhammad Satar and Siradjuddin 2 Musmulyadi, 'Jurnal Mirai Management Sistem Kegiatan Pemasaran Dalam Perspektif Etika Ekonomi Islam', *Jurnal Mirai Management*, 7.2 (2022), 191–99 <<https://doi.org/10.37531/mirai.v7i2.2014>>.

¹¹ Siddiq Muh. Al-Amin Husain syahatah, *Transaksi Dan Etika Bisnis Islam* (Jakarta: Visi Insani Publishing, 2005) <http://digilib.sebi.ac.id/index.php?p=show_detail&id=2520>.

sangat kuat untuk melakukan sesuatu secara optimal serta secara maksimal dan lebih baik, hingga dapat mencapai sesuatu dan dapat berusaha untuk mencapai kualitas perbuatan yang paling sempurna. Jadi, etos adalah tentang semangat hidup, seperti semangat untuk bekerja, mengejar ilmu dan meningkatkan keterampilan sehingga dapat membangun kehidupan yang lebih baik di masa depan. Tanpa semangat kerja, pengetahuan dan keterampilan yang cukup tentang perbuatan yang harus dilakukan, seseorang biasanya tidak dapat meningkatkan kehidupannya.¹²

Menurut O.P. Simorangkir, etika adalah visi yang mendorong orang untuk berperilaku sesuai dengan standar dan nilai yang baik. Sementara itu, Sidi Gajalba menjelaskan dalam *Sistematika Filsafat*: Etika adalah teori perilaku atau tindakan manusia yang dilihat dari segi baik dan buruk sejauh akal dapat menilai. Kemudian menurut Burhanudin Salam: Etika adalah cabang filsafat yang membahas tentang nilai dan standar moral yang dapat menjadi pedoman perilaku seseorang.¹³

Kata “bisnis” berasal dari bahasa Inggris, yaitu “business” yang artinya kesibukan. Dalam konteks sederhananya, yang dimaksud dengan kesibukan adalah melakukan suatu aktivitas atau pekerjaan yang memberikan keuntungan pada seseorang. Bisnis adalah usaha menjual barang atau jasa yang dilakukan oleh perorangan, sekelompok orang, atau organisasi kepada konsumen (masyarakat) dengan tujuan utamanya adalah untuk memperoleh keuntungan/ laba.

Bisnis dalam kamus besar bahasa Indonesia diartikan sebagai usaha komersial di dunia perdagangan dan bidang usaha. Skinner mendefinisikan bisnis sebagai

¹² M. Satar, ‘Penerapan Etos Kerja Islami Dalam Meningkatkan Produktivitas Karyawan Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Parepare’, *Balanca Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Volume 3 N (2021), 5.

¹³ Nihayatul Masykuroh, *Etika Bisnis Islam* (Banten: Media karya publishing, 2020) <<https://archive.org/details/nihayatul-masykuroh-etika-bisnis-islam-2020/page/n1/mode/2up>>.

pertukarang barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat¹⁴ dari pengertian bisnis tersebut, dapat dipahami bahwa setiap pelaku bisnis akan melakukan aktivitas bisnisnya dalam bentuk; pertama memproduksi dan atau mendistribusikan barang atau jasa; kedua, mencari profit (keuntungan) dan ketiga, mencoba memuaskan keinginan konsumen.¹⁵

Islam merupakan agama tauhid. Agama yang menyatakan bahwa Tuhan yang layak dipertuhankan hanyalah Allah yang satu, yang menjadi awal dan akhir dari segala sesuatu yang ada didunia ini, dan semua yang hidup dan yang mati berada dalam genggam dan kekuasaan Allah SWT. Prinsip tauhid ketuhanan ini menjadi dasar ajaran Islam, prinsip tauhid ketuhanan dengan sendirinya melahirkan pandangan tauhid penciptaan karena semua penciptaan yang ada dalam kehidupan ini bersumber dan bermula dari Allah.

Begitu juga dalam hal bisnis, bisnis dalam Islam haruslah di dasari dengan ajaran agama Islam. Bisnis dalam islam dapat diartikan sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlahnya (kuantitas) kepemilikan hartanya termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram).¹⁶

Menurut Zimmerer (2008) dalam Subroto etika bisnis merupakan masalah yang sangat sensitif dan kompleks hal ini disebabkan karena untuk mempertahankan

¹⁴ Muhammad & widjakusuma karebet Muhammad Yusanto ismail, *Menggagas Bisnis Islam* (Jakarta: Gema Insani, 2002)
<http://library.walisongo.ac.id/slims/index.php?p=show_detail&id=10955>.

¹⁵ Veithzal Rivai, *ISLAMIC BUSINESS AND ECONOMIC ETHIC: Mengacu Pada Al-Qur'an Dan Mengikuti Jejak Rasulullah SAW Dalam Bisnis, Keuangan, Dan Ekonomi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012)
<<http://kin.perpusnas.go.id/DisplayData.aspx?pId=33908&pRegionCode=TRUNOJOYO&pClientId=639>>.

¹⁶ Nurwahidah Heri Irawan dan A. Rio Makkulau Wahyu, *Etika Bisnis Islam Dilengkapi (Teori Dan Metode Penelitian Etika Bisnis)*, 2021.

image atau reputasi lebih susah dari pada menghancurkan yang dapat dilakukan sekejap.¹⁷

Dari penjelasan diatas tentang “etika”, “bisnis”, dan “Islam”, maka dapat digabungkan makna ketiganya adalah Etika Bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan salah. Etika bisnis dalam Islam adalah sejumlah perilaku etis bisnis (akhlaq al Islamiyah) yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah dimana mengedepankan halal dan juga haram.

Jadi perilaku yang etis itu adalah perilaku yang mengikuti segala perintah dari Allah SWT dan menjauhi apa yang menjadi larangnya. Dalam Islam, etika bisnis ini telah banyak dibahas dalam berbagai macam literature, yang sumber utamanya berasal dari AlQuran dan sunnaturnasul berupa hadits. Pelaku-pelaku bisnis diharapkan bertindak secara etis dalam berbagai aktivitas yang dilakukan. Kepercayaan, keadilan serta kejujuran adalah elemen-elemen pokok yang harus dilakukan dalam mencapai suksesnya suatu bisnis di kemudian hari.¹⁸

b. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Prinsip-prinsip etika bisnis Islam adalah nilai-nilai yang mengatur perilaku ekonomi suatu bisnis berdasarkan syariah. Prinsip-prinsip ini bertujuan untuk mewujudkan sistem ekonomi yang adil dan seimbang, dengan fokus tidak hanya pada keuntungan materi tetapi juga pada kesejahteraan sosial dan spiritual.¹⁹

Pada umumnya, prinsip-prinsip yang berlaku dalam bisnis yang baik sesungguhnya tidak bisa dilepaskan dari kehidupan kita sehari-hari, dan prinsip-

¹⁷ Zimmerer, Thomas W dan Scarborough Norman M. , *Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil* (Jakarta: Salemba Empat, 2008).

¹⁸ Fitri Amalia, ‘Etika Bisnis Islam: Konsep Dan’, *Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil*, 6.1 (2014), 116–25
<<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/30987>>.

¹⁹ Jurnal Ilmiah and others, ‘1 , 2 , 3’, 6 (2025), 285–94.

prinsip ini sangat berhubungan erat terkait dengan sistem nilai-nilai yang dianut dikehidupan masyarakat.²⁰ Berikut adalah beberapa prinsip utama dalam etika bisnis Islam:

1) Kejujuran (*Shidq*)

Menurut Prof. Dr. M. Umer Chapra, kejujuran dalam bisnis merupakan prinsip etika yang fundamental dan harus dijunjung tinggi oleh pelaku ekonomi Islam. Kejujuran (*sidq*) menjadi bagian dari nilai moral yang mendasari seluruh aktivitas bisnis agar berjalan dengan adil, transparan, dan bertanggung jawab sosial.²¹ Chapra menekankan bahwa kejujuran dalam bisnis mencakup penyampaian informasi yang benar tanpa menyesatkan konsumen, menghindari praktik penipuan, dan memastikan transaksi bebas dari unsur ketidakpastian.²²

Kejujuran juga merupakan bagian dari tanggung jawab moral yang harus dijalankan agar bisnis tidak hanya mengejar keuntungan materi, tetapi juga memberikan kontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh. Dengan demikian, kejujuran menjadi landasan untuk menciptakan sistem ekonomi yang sehat, adil, dan berkelanjutan sesuai dengan nilai-nilai Islam yang dipedomani Chapra.²³

Kejujuran dalam Etika Bisnis Islam menurut persepsi Atthabary, Seorang pengusaha Islam wajib mentaati semua aturan Allah dan menjauhi

²⁰ Agus Ariyanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011).

²¹ Prodi Ekonomi Syariah and others, 'Nilai-Nilai Islam Dalam Kebijakan Ekonomi Modern ; Pemikiran Umer Chapra Integration of Islamic Values into Modern Economic Policies ; Umer Chapra Perspective', 7.November (2024), 339–49.

²² Konsep Etika, Bisnis Islam, and Pada Perdagangan, 'J-EBI : J-EBI ', 04.01 (2025), 41–57.

²³ Junaidi Arifin and M. Birusman Nuryadin, 'Pemikiran Ekonomi Umar Chapra', *Rayah Al-Islam*, 8.2 (2024), 545–51 <<https://doi.org/10.37274/rais.v8i2.964>>.

semua larangannya. Allah telah memerintahkan seorang muslim untuk bersikap jujur dan meninggalkan ketidakjujuran. Ketidakjujuran pasti akan berakibat buruk jika tidak di dunia maka di akhirat. Maka tentunya kejujuran ini harus dipegang teguh dalam dunia bisnis modern seperti saat ini.

Prinsip kejujuran dalam perdagangan adalah suatu konsep yang menekankan pentingnya perilaku jujur dan adil dalam semua aspek bisnis dan transaksi perdagangan. Prinsip ini melibatkan kepercayaan integritasi dan keterbukaan antara semua pihak yang terlibat dalam perdagangan, seperti produsen, distributor, dan konsumen. Kata as-Sidq merupakan lawan daripada al-kazb. (al-Jurjani) Salah satu terjemahan terjemahan dari kata as-Sidq yang tercantum dalam bahasa Indonesia adalah jujur. Jujur yaitu merupakan ungkapan yang sesuai dengan kata kebenaran. Dengan kata lain, indikator suatu ungkapan dianggap jujur adalah ketika suatu tindakan dan perkataan sesuai dengan fakta atau realita yang terjadi. Tetapi jika tidak, maka dikatakan orang tersebut berdusta.²⁴ Sebagaimana dalam firman Allah Swt QS. Al-Ahzab/33:70-71 yang berbunyi:

Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا
يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا

Terjemahannya

”Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar.”

²⁴ Narkubo Cholid Achmadi Abu, *Metode Penelitian* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2005).

“Niscaya Dia (Allah) akan memperbaiki amal-amalmu dan mengampuni dosa-dosamu. Siapa yang menaati Allah dan Rasul-Nya, sungguh, dia menang dengan kemenangan yang besar.”²⁵

Ekonomi harus senantiasa berbuat kejujuran dalam aktivitasnya karena orang yang beriman kepada Allah adalah yang bersikap jujur. kejujuran bagi orang yang beriman adalah hal prinsip yang senantiasa dipegang dan dijalankan. Orang yang jujur adalah yang antara perkataan dan perbuatannya tidak bertentangan. kejujuran merupakan bentuk bertaqwa kepada Allah. Dalam hal ini menjalankan perintah-Nya untuk mengamalkan kejujuran dan menjauhi larangannya yaitu menjauhi ketidakjujuran.²⁶ Kebaikan terhadap orang lain didefinisikan sebagai tindakan yang menguntungkan orang lain lebih dibanding orang yang melakukan tindakan tersebut dan dilakukan tanpa kewajiban apapun, kebaikan sangat didorong dalam islam.²⁷

Secara ringkas, teori kejujuran menurut para ahli dalam etika bisnis Islam menempatkan kejujuran sebagai sikap moral yang integral dengan iman, yang diwujudkan dalam perilaku bisnis yang transparan, adil, dan bertanggung jawab, sehingga menghasilkan keberkahan dan keberlanjutan usaha.²⁸

²⁵ Kementerian Agama RI, “Al-Qur‘an Dan Terjemahnya,” 2022.

²⁶ Ibnu Haitam, ‘Etika Bisnis Islam Kejujuran Menurut Persepsi At-Thabary Dan Al-Qurtubhy’, *Mukadimah: Jurnal Studi Islam*, 2.2 (2018), 315–34.

²⁷ Syariah semaun dan Darwis, Pengaruh Strategi Penetapan Harga terhadap Minat Beli Konsumen di Matahari *Departemen Store* Makassar (Analisis Etika Bisnis Islam) (Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (P3M), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, 2018), h. 18-21.

²⁸ Gea Dwiki Yustanto and others, ‘Etika Bisnis Dalam Islam : Pedoman Sukses Dengan Kejujuran Dan Keadilan Business Ethics in Islam : Guidelines for Success with Honesty and Justice’, 1.2 (2024), 192–200 <<https://doi.org/10.69768/ji.v1i2.11.1>>.

2) Amanah (*Dapat dipercaya*)

Dalam konteks berbisnis, Prof. Dr. M. Umer Chapra menekankan prinsip amanah sebagai landasan moral yang sangat penting. Menurutnya, amanah berarti tanggung jawab moral para pelaku bisnis untuk menjalankan aktivitas ekonomi dengan jujur, adil, dan transparan, serta menghindari praktik-praktik yang merugikan pihak lain atau melanggar nilai-nilai Islam seperti riba dan spekulasi berlebihan.²⁹

Chapra menggaris bawahi bahwa bisnis harus dijalankan tidak hanya untuk keuntungan materi semata, tetapi juga harus berorientasi pada kesejahteraan sosial dan keberlanjutan. Amanah dalam bisnis mencakup integritas moral, keadilan distributif, dan tanggung jawab sosial, sehingga pelaku bisnis harus mengelola sumber daya secara beretika dan bertanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan.³⁰

Selain itu, Chapra menekankan pentingnya komitmen moral dalam bisnis untuk mencegah penyalahgunaan dan pelanggaran hukum yang dapat terjadi jika hanya mengedepankan keuntungan tanpa etika. Dengan demikian, amanah dalam berbisnis menurut Chapra adalah menjalankan usaha dengan prinsip moral Islam yang mengedepankan keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial demi mencapai kesejahteraan bersama (falah).³¹

²⁹ Anindya Aryu Inayati, 'Pemikiran Ekonomi Islam', *Profetika, Jurnal Studi Islam*, 14.2 (2013), 164–76 <<https://journals.ums.ac.id/index.php/profetika/article/download/2015/1433>>.

³⁰ Syariah and others.

³¹ Syamsuri, Nurul Rahmania, and Ardiyanti, 'Eksplorasi Konsep Falah Perspektif Umer Chapra', *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 1.1 (2022), 69–78 <<https://doi.org/10.55123/mamen.v1i1.25>>.

3) Keadilan (*Adl*)

Menurut Prof. Dr. M. Umer Chapra, keadilan dalam ekonomi Islam adalah penempatan sesuatu sesuai porsinya, di mana keadilan berfungsi sebagai landasan moral yang mengatur alokasi dan distribusi sumber daya secara efisien dan merata untuk kesejahteraan umat manusia secara keseluruhan.³² Chapra menegaskan bahwa Keadilan dalam bisnis Islam berarti memastikan bahwa setiap transaksi bisnis dilakukan dengan adil dan tidak merugikan salah satu pihak.

Keadilan merupakan landasan penting dalam etika bisnis Islam. Pelaku bisnis harus memperlakukan semua pihak secara adil, baik terhadap pelanggan, pemasok, karyawan, maupun masyarakat. Keadilan meliputi penentuan harga yang wajar, pembayaran upah yang layak, dan menghindari praktik-praktik yang merugikan pihak lain. Pada tataran ekonomi, konsep keseimbangan yang menentukan konfigurasi aktivitas-aktivitas distribusi, konsumsi serta produksi yang terbaik, dengan pemahaman yang jelas bahwa kebutuhan seluruh anggota masyarakat yang kurang beruntung dalam masyarakat Islam didahulukan atas sumber daya yang ada pada masyarakat. Tidak terciptanya suatu keseimbangan sama halnya dengan terjadinya kezaliman. Dengan demikian, Islam menuntut adanya keseimbangan antara kepentingan diri sendiri dan juga kepentingan orang lain, antara kepentingan si kaya dan juga kepentingan si miskin, antara hak untuk pembeli dan hak untuk penjual dan lain sebagainya.³³

³² Arifin and Nuryadin.

³³ Djakfar.

4) Tanggung Jawab Sosial

Menurut Prof. Dr. M. Umer Chapra, tanggung jawab sosial merupakan salah satu prinsip utama dalam etika bisnis Islam yang tidak bisa dipisahkan dari landasan moral dan spiritual Islam. Chapra menekankan bahwa bisnis dan aktivitas ekonomi harus dijalankan dengan kesadaran akan tanggung jawab tidak hanya kepada individu atau pemilik modal, tetapi juga kepada masyarakat luas dan lingkungan sekitar.³⁴ Etika bisnis Islam menekankan tanggung jawab sosial pelaku usaha terhadap masyarakat dan lingkungan. Usaha tidak hanya mengejar keuntungan, tapi juga keberkahan dan manfaat bagi orang banyak.

2. Perilaku Pedagang

a. Pengertian Perilaku

Menurut Purwanto yang dikutip oleh Zakiyah dan Bintang Wirawan, perilaku adalah segala tindakan atau perbuatan manusia yang kelihatan atau tidak kelihatan yang didasari maupun tidak didasari termasuk didalamnya cara berbicara, cara melakukan sesuatu dan bereaksi terhadap segala sesuatu yang datang dari luar maupun dari dalam dirinya.³⁵ Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu yang terwujud dalam gerakan (sikap), tidak saja badan atau ucapan.³⁶

³⁴ Inayati.

³⁵ Zakiyah dan Bintang Wirawan, 'Pemahaman Nilai-Nilai Syari'ah Terhadap Perilaku Berdagang(Studi Pada Pedagang Di Pasar Bambu Kuning Bandar Lampung)', *Jurnal Sociologie*, 1 No. 4, 331.

³⁶ <http://kbbi.web.id/perilaku> , Pada tanggal 07 Januari 2025, Jam 12:39

Perilaku adalah segala tindakan atau aktivitas yang dilakukan oleh makhluk hidup, baik yang disadari maupun tidak disadari. Perilaku merupakan respons terhadap rangsangan (stimulus) dari lingkungan, baik internal maupun eksternal. Rangsangan dari dalam dan lingkungan individu menyebabkan tindakan tertentu. Rangsangan yang diterima akan menyebabkan perilaku tertentu, atau perilaku akan muncul saat ada sesuatu yang diperlukan untuk menimbulkan tanggapan atas rangsangan yang diterima. Perilaku manusia bergantung pada kondisi individu dan lingkungannya. Islam juga memberi contoh bagaimana berperilaku sesuai dengan agama.³⁷

Dalam kehidupan sehari-hari istilah perilaku disamakan dengan tingkah laku. Menurut Koentjaraningrat dikutip oleh Rokhmad Prastowo yang dimaksud tingkah laku adalah perilaku manusia yang prosesnya tidak terencana dalam gennya atau yang tidak timbul secara naluri saja, tetapi sebagai suatu hal yang harus dijadikan milik dirinya dengan belajar.³⁸

Yang dimaksud perilaku dalam penelitian ini adalah segala tingkah laku yang diterapkan oleh pedagang durian di sekitar masjid terapung kota parepare dalam menjalankan aktivitas berdagang.

b. Pengertian Pedagang

Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjual belikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh keuntungan. Kamus Besar

³⁷ SITI MARATUS SOLEHAH, 'Perilaku Pedagang Sayuran Pasar Desa Bumi Harjo Kecamatan Bumi Nabung Lampung Tengah Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam', *Skripsi Sarjana: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Metr*, 3.2 (2018), 25–26.

³⁸ Prastowo Rokhmad, 'Karakteristik Sosial Ekonomi Dan Perilaku Kerja', *Skripsi*.

Bahasa Indonesia menggambarkan pedagang sebagai orang yang menjual dan membeli, serta sebagai penjual dan pembeli.³⁹

Pedagang adalah mereka yang melakukan perbuatan perniagaan sebagai pekerjaannya sehari. Perbuatan perniagaan pada umumnya adalah perbuatan pembelian barang untuk dijual lagi. Mereka juga dapat disebut sebagai orang-orang yang memiliki moral relatif dan beragam yang menjual barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat atau kelompok.

Pedagang yaitu individu yang berperan sebagai pelaku ekonomi yang memiliki pengaruh pada sektor penjualan karena di distribusikan yaitu berfungsi sebagai penghubung antara yang menciptakan suatu produk dan yang akan menggunakan suatu produk yang telah dibuat. Kesejahteraan pedagang bisa dinilai dari penghasilan yang dihasilkan setiap bulan atau setiap harinya.

Manusia merupakan makhluk yang begitu terikat pada moral-moral yang berlaku dalam masyarakat, termasuk moral ekonomi. Semua perilaku individu, termasuk perilaku ekonomi, harus merujuk kepada norma-norma moral yang terdapat pada masyarakat.⁴⁰ Sikap mempengaruhi perilaku, dan sistem nilai dan pengetahuan manusia membentuk sikap sendiri.

Maka kegiatan apapun yang dilakukan manusia hampir selalu dilatarbelakangi oleh pengetahuan pikiran dan kepercayaannya. Perilaku ekonomi yang bersifat subyektif tidak hanya dapat dilihat pada perilaku konsumen, tetapi juga perilaku pedagang. Sama halnya dengan perilaku konsumen, perilaku pedagang tidak semata-mata dipengaruhi oleh pengetahuannya yang bersifat rasional tetapi juga oleh sistem nilai yang diyakini.

³⁹ Alli T. Deli, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 2000.

⁴⁰ Damsar, *Sosiologi Ekonomi* (Jakarta: Kencana, 2016).

Selain itu, wirausaha berdasarkan perilaku ekonomi mereka pada etika yang mereka yakini. Ini berarti bahwa mereka tidak semata-mata mempertimbangkan apa yang benar atau salah menurut ilmu ekonomi, hukum, atau pengalaman, tetapi juga mempertimbangkan apa yang benar dan salah menurut etika.⁴¹

Prinsip ekonomi Islam bertujuan untuk mengembangkan kebajikan semua pihak sebagaimana yang dinyatakan oleh konsep *falah* yang terdapat dalam Al Qur'an. Prinsip ini menghubungkan prinsip ekonomi dengan nilai moral secara langsung. Untuk mencapai *falah*, aktifitas ekonomi harus mengandung dasar-dasar moral.

Dalam membuat keputusan yang berkaitan dengan ekonomi, nilai etika sepatutnya dijadikan sebagai norma, dan selanjutnya yang berkaitan dengan ekonomi haruslah dianggap sebagai hubungan moral.⁴²

Menurut Prof. Dr. M. Umer Chapra, perilaku pedagang dalam perspektif etika bisnis Islam harus berlandaskan pada nilai-nilai moral Islam yang menekankan kejujuran, amanah (kepercayaan), keadilan, dan tanggung jawab sosial. Chapra menegaskan bahwa pelaku bisnis tidak boleh hanya mengejar keuntungan materi semata, tetapi harus menjalankan aktivitas bisnis sebagai bentuk ibadah yang mengedepankan integritas dan moralitas sesuai ajaran Islam.⁴³

⁴¹Wazin, 'Relevansi Antara Etika Bisnis Islam Dengan Perilaku Wirausaha Muslim (Studi Tentang Perilaku Pedagang Di Pasar Lama Kota Serang Provinsi Banten)', *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 1 No 1 (2014), 2014.

⁴²Muhammad Shiddiqi Nejatullah, *Kegiatan Ekonomi Dalam Islam* (semarang: Bumi Aksara, 1996).

⁴³Arifin and Nuryadin.

C. Tinjauan Konseptual

Untuk menghindari kesalahpahaman dan memahami tujuan penelitian, penulis akan memberikan penjelasan tentang judul penelitian. Berikut adalah beberapa penjelasan:

1. Analisis menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah penyelidikan suatu peristiwa (karangan, perbuatan, dan sebagainya) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (sebab musabab, duduk perkaranya dan sebagainya).⁴⁴
2. Etika Bisnis Islam mengacu pada al-Quran dan hadits dan mencakup nilai-nilai tentang apa yang baik, buruk, benar, dan salah, serta sikap dan aturan bisnis. Dengan kata lain, menjalani kehidupan bisnis dengan cara yang sesuai dengan syariat islam dan menghindari hal-hal yang dilarang oleh-Nya., etika bisnis Islam adalah set nilai tentang apa yang dianggap baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis.⁴⁵
3. Perilaku pedagang adalah tindakan, sikap, dan keputusan yang diambil oleh pedagang dalam menjalankan aktivitas jual beli. Perilaku ini melibatkan cara pedagang berinteraksi dengan konsumen, cara mereka mengelola usaha, serta bagaimana mereka membuat keputusan terkait produk, harga, dan layanan. Perilaku pedagang juga dipengaruhi oleh nilai-nilai pribadi, norma sosial, serta prinsip-prinsip yang dianut, seperti etika bisnis atau ajaran agama.

Berdasarkan uraian diatas, maka maksud dari penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana perilaku pedagang durian di sekitar Masjid Terapung Kota

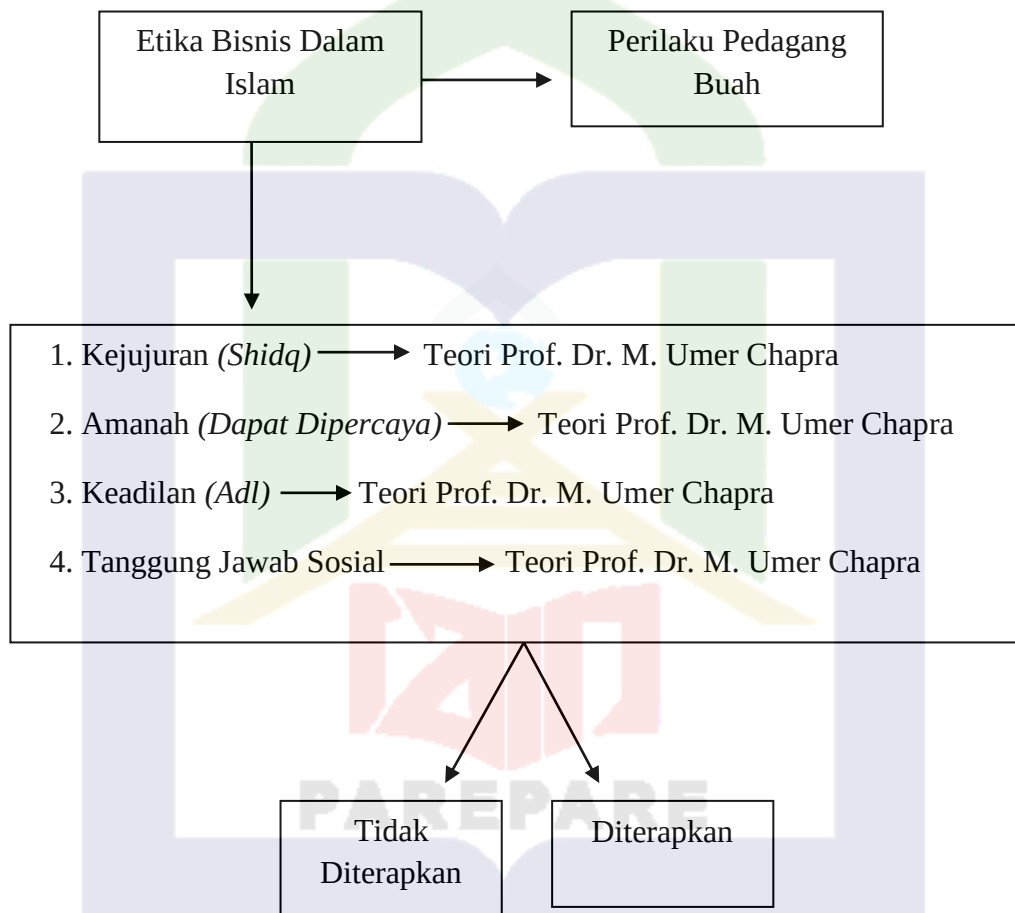
⁴⁴ Dwiyanti.

⁴⁵ Arnita, 'Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Pemasaran PT. Toyota Hadji Kalla Kota Parepare', *Skripsi Sarjana: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Parepare*, 2020, 26.

Parepare ini menjalankan suatu usaha jual beli yang sesuai dengan Etika Bisnis Islam yang telah ditetapkan.

D. Kerangka Pikir

2.1 Bagan Kerangka Pikir



BAB III

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pedoman penulisan karya tulis ilmiah yang telah diterbitkan IAIN Parepare, pada bagian ini menjelaskan mengenai pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, fokus penelitian, waktu penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, teknik pengumpulan data, uji keabsahan data, dan teknik analisis data.⁴⁶

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Mengenai permasalahan yang dikaji, penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu penelitian yang berusaha memahami makna suatu peristiwa. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang melakukan pengumpulan data dengan observasi partisipan kemudian berupaya mendiskripsikan, menganalisis dari faktafakta yang ditemukan melalui observasi, wawancara dan mempelajari dokumentasi.⁴⁷

Penelitian ini juga melalui pendekatan deskriptif yang dimana mendeskripsikan suatu obyek, fenomena, atau setting sosial yang akan dituangkan dalam tulisan yang bersifat naratif. Arti dalam penulisannya data dan fakta yang dihimpun berbentuk kata atau gambar daripada angka.⁴⁸

⁴⁶ Tim Penyusun, *Penulisan Karya Tulis Ilmiah Berbasis Teknologi Informasi* (Pare-Pare: IAIN Pare-Pare press, 2020).

⁴⁷ Mardalis, *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal Cet. VII* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014).

⁴⁸ Albi Anggito, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jawa Barat: CV Jejak, 2018).

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Lokasi penelitian ini bertempat di Cappa Galung, Kec. Bacukiki Barat., Kota Parepare, Peneliti akan turun langsung ke lokasi guna mendapatkan data agar tujuan dapat tercapai dengan baik.
2. Adapun Durasi waktu penelitian yang dilakukan peneliti di dalam penyusunan penelitian menggunakan waktu kurang lebih dari satu (1) bulan. Peneliti melakukan kegiatan observasi awal pada tanggal 19 Desember 2024. Peneliti melakukan wawancara mulai tanggal 04 Juni 2025.

C. Fokus Penelitian

Peneliti ingin membatasi terhadap hal apa saja sesuai dengan rumusan permasalahan dan tujuan penelitian, maka yang menjadi fokus penelitian adalah Perilaku Pelaku Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi Pada Pedagang Durian di Sekitar Masjid Terapung Kota Parepare.

D. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang artinya data yang menjelaskan terkait penelitian ini. Data kualitatif ini diperoleh dari observasi, wawancara dan dokumentasi baik dalam bentuk statistik maupun dalam bentuk lainnya yang diperlukan guna mendukung penelitian ini.⁴⁹

Adapun sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua jenis, yakni sumber data primer dan sumber data sekunder.

⁴⁹ Joko Suboyo, *Metode Penelitian (Dalam Teori Praktek)* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006).

1. Data Primer

Data primer menurut Sugiyono merupakan data yang langsung diberikan kepada pengumpul data.⁵⁰ Sumber data yang berasal dari sumber pertama, dimana informasi yang dikumpulkan langsung oleh peneliti untuk tujuan spesifik dari studi atau analisis yang sedang dilakukan. Biasanya diperoleh melalui metode seperti survei, wawancara dan observasi. sehingga data yang dihasilkan bersifat orisinal dan relevan dengan topik yang diteliti.

Dalam penelitian ini data primer yang di maksud ialah Pedagang durian yang berada di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare dan konsumen.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data penelitian yang dikumpulkan dan disesuaikan dari instansi atausecara tidak langsung melalui media perantara atau diperoleh dari tulisan orang lain sebagai kesempurnaan sumber data primer. Data Sekunder yang digunakan dalam penelitian ini seperti buku, laporan, jurnal, situs internet, serta informasi dari beberapa instansi yang terkait.

E. Teknik Pengumpulan dan Pengelolaan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Pengamatan (*Obsevasi*)

Secara umum observasi merupakan proses pengamatan terhadap suatu objek secara cermat langsung dilokasi penelitian, serta mencatat secara sistematis mengenai gejala-gejala yang diteliti. Beberapa informasi yang diperoleh dari hasil observasi berupa tempat (ruang), pelaku, kegiatan, objek, perbuatan,

⁵⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Pt. alfabet, 2016).

kejadian atau peristiwa, waktu dan perasaan. Pentingnya peneliti melakukan observasi adalah untuk memberikan gambaran realistik perilaku atau kejadian, untuk menjawab pertanyaan, membantu memahami perilaku manusia, dan sebagai evaluasi yaitu, untuk melakukan pengukuran terhadap aspek tertentu serta memberikan umpan balik terhadap pengukuran tersebut.⁵¹

Dalam hal ini, peneliti meninjau langsung ke lapangan atau lokasi untuk melakukan pengamatan dengan meneliti langsung pedagang durian di sekitar masjid terapung kota parepare.

2. Wawancara (*interview*)

Wawancara adalah teknik pengumpulan informasi dengan mengajukan pertanyaan informan dan mencatat atau merekam jawaban informan.⁵²

Wawancara yang dilakukan dalam penelitian dilakukan secara tatap muka dengan narasumber yaitu pedagang durian di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare dan konsumen yang pernah membeli durian di sekitar Masjid Tearpung Kota Parepare.

Tabel 3.1 Sumber Informan

No	Nama Informan	Umur	Ket.
1.	Hj Rustam	54 tahun	Pedagang
2.	Wawan	32 tahun	Pedagang
3.	Zulfikar	24 tahun	Pedagang
4.	Nurkumala Sari	24 tahun	Konsumen
5.	Azzahra	23 tahun	Konsumen
6.	Nurul Izzah	27 tahun	Konsumen

⁵¹ Marwadi, *Praktis Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2020).

⁵² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: ALVABETA, CV, 2013) <<https://id.scribd.com/document/671612229/Sugiyono-2013-Metode-Penelitian-Kuantitatif-Kualitatif-dan-R-D-1>>.

7.	Ratna dwi	20 Tahun	Konsumen
8.	Annisa Khumaerah	25 Tahun	Konsumen
9.	Rahman	46 Tahun	Pedagang
10.	Ardiansyah Kadir	39 Tahun	Pedagang

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan informasi yang membuat catatan penting dari masalah yang sedang diselidiki untuk memberikan informasi yang lengkap dan sah, bukan berdasarkan penilaian.⁵³ Disini, peneliti akan mengumpulkan dokumen-dokumen penelitian berupa foto serta tangkapan layar atau segala bentuk dokumentasi yang merekam aktivitas Masyarakat. yang nantinya dapat menjadi penguat penelitian.

Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi, dimana ketiga metode ini dilakukan secara langsung dilokasi. Dimana teknik observasi dilakukan secara terencana dan sistematis dan wawancara dilakukan dengan cara ikut turun langsung kepada subjek yang ingin diteliti dan yang terakhir teknik dokumentasi suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang ingin diteliti.

F. Teknik Pengelolaan Data

Teknik pengelolaan data merupakan Metode yang digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh di lapangan dengan menjelaskan dan menghubungkan data tersebut dengan topik penelitian secara sistematis, akurat, dan mudah dipahami. Adapun tahap pengolahan data yang digunakan oleh peneliti yaitu:

⁵³ Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rineka Cipta, 2008) <<https://lib.ui.ac.id/detail.jsp?id=20290906>>.

1. Pemeriksaan Data (Editing)

Pemeriksaan data adalah tahap meneliti data-data yang telah diperoleh, misalnya kelengkapan jawaban, keteraturan tulisan, kejelasan makna, kesesuaian data dan relevansinya dengan data yang lain.⁵⁴ Dalam penelitian ini langkah pengolahan data pertama yang dilakukan peneliti ialah dengan cara mengkaji data yang diperoleh dari wawancara dengan narasumber.

2. Klasifikasi (Classifying)

Tahap Klasifikasi adalah proses pemeriksaan data dan informasi yang diperoleh dari observasi, wawancara, dan data rekaman. Semua data yang diambil dibaca secara detail, dianalisis dan dikategorikan menurut jenis atau kebutuhan. Proses pembagian terstruktur dilakukan supaya data yg diperoleh lebih gampang dipahami dan data yg diperoleh gampang dipelajari, dibandingkan antara data satu dengan menggunakan data yg lain.

G. Uji Keabsahan Data

Keabsahan data adalah informasi yang tidak berbeda antara informasi yang diperoleh peneliti dengan informasi yang diperoleh peneliti dan informasi yang benar-benar ada pada obyek penelitian, sehingga dapat diperhatikan keabsahan informasi yang disajikan. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi Uji Credibility, transferability, dependability, dan confirmability.⁵⁵

Adapun cara keabsahan data dengan menggunakan pengumpulan data secara terus menerus pada subyek penelitian dengan memanfaatkan bahan-bahan tercatat atau terekam sebagai patokan untuk menguji sewaktu diadakan analisis dan penafsiran data. Kecukupan referensial ini peneliti lakukan dengan mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan penelitian, baik melalui literature, buku, arsip, catatan

⁵⁴ Achmadi Abu.

⁵⁵ Muhammad Kamal Zubair Dkk, 'Pedoman Penulisan Karya Ilmiah', 2020, 48.

lapangan, foto dan rekaman yang digunakan untuk mendukung analisis dan penafsiran data.

H. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif adalah pekerjaan yang melibatkan bekerja dengan data, mengorganisir data, memilah menjadi unit-unit yang dapat dikelola, mensintesis, mencari dan menemukan pola, mencari apa yang penting dan apa yang telah dipelajari, dan memutuskan apa yang akan dibagikan kepada orang lain. Sebelum menarik kesimpulan, peneliti terlebih dahulu menganalisis materi berdasarkan tahap dan prosedur yang dilakukan. Adapun tahapan dalam menganalisis data yang dilakukan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan langkah awal dalam penelitian. Data yang dikumpulkan ialah data relevan penelitian yang dapat menjawab pertanyaan yang diajukan ketika merumuskan masalah ini.

2. Reduksi Data

Reduksi data secara inti, yaitu Proses penggabungan dan penyeragaman segala bentuk data yang diperoleh menjadi satu bentuk tulisan (script) yang akan dianalisis. Hasil wawancara, hasil observasi, hasil studi dokumentasi diubah menjadi bentuk tulisan (sript) sesuai dengan formatnya masing-masing. Dalam hal ini, reduksi data yang telah peneliti lakukan pada penelitian di cappa galung kota parepare yaitu menjadikan bentuk tulisan dari hasil wawancara, hasil observasi, dan hasil dokumentasi sebagai bentuk upaya penyusunan proses dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

3. Penyajian Data

Maksud dari penyajian data, peneliti menginterpretasikan dan menentukan makna dari informasi yang disajikan. Kegiatan ini dilakukan dengan membandingkan dan mengelompokkan. Kesimpulan awal kemudian dirumuskan dari informasi yang disajikan. Kesimpulan tentatif ini akan berkembang ketika informasi baru dikumpulkan dan pelajaran yang didapat dari sumber informasi lain untuk sampai pada kesimpulan yang benar-benar relevan dengan situasi aktual. Pada awal pengumpulan data, peneliti kualitatif menyimpulkan semacam "makna", mencatat keteraturan, pola, penjelasan, kemungkinan konfigurasi, dll. Peneliti yang kompeten dapat menangani kesimpulan ini tanpa keraguan dengan tetap menjaga kejujuran dan kecurigaan.⁵⁶

4. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan atau verifikasi merupakan tahap terakhir dalam rangkaian analisis data kualitatif menurut model interaktif yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman dalam Tresiana. Kesimpulan pada penelitian kualitatif ini menjurus pada jawaban dari pertanyaan penelitian yang diajukan dan mengungkap “what” dan “how” dari temuan penelitian tersebut. Dalam hal ini, setelah peneliti melakukan penelitian pada apa yang akan diteliti maka yang penilitilakukan adalah menyimpulkan hasil riset pada akhir pembahasan tersebut. Dimana kesimpulan yang diberikan oleh peneliti merupakan kesimpulan yang dilakukan setelah melakukan analisis terlebih dahulu sebelumnya.⁵⁷

⁵⁶ Febriani Amalia, ‘Tinjauan Etika Bisnis Islam Tentang Perilaku Passomel Di Mattiro Bulu Kabupaten Pinrang’, *Skripsi Sarjana: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Parepare*, 2020, 41.

⁵⁷ Emzir, *Analisis Data : Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta Barat: Jakarta Rajawali Pers, 2010)
<<http://kin.perpusnas.go.id/DisplayData.aspx?pId=110316&pRegionCode=UNTAR&pClientId=650>>.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Masjid Terapung BJ Habibie yang terletak di Kota Parepare, Sulawesi Selatan, merupakan salah satu ikon wisata religi yang ramai dikunjungi masyarakat, baik dari dalam kota maupun luar daerah. Lokasinya yang berada di jalan poros dan tepi laut menjadikannya pusat keramaian, khususnya pada waktu-waktu salat dan sore hingga malam hari. Kondisi ini dimanfaatkan oleh para pelaku usaha, terutama pedagang musiman seperti pedagang durian, yang membuka lapak di sekitar area masjid untuk menawarkan dagangannya kepada pengunjung.



Gambar 1.1 Lokasi Pedagang Durian

Gambar 1.1 merupakan pedagang durian di sekitar masjid terapung yang lokasinya sangat strategis karena berhadapan langsung dengan jalan poros.



Gambar 1.2 Lapak pedagang durian

Gambar 1.2 memperlihatkan bagaimana pedagang durian di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare memamerkan dagangannya agar lebih mudah untuk dilihat oleh pengunjung yang lewat.

Gambar tersebut merupakan lokasi dan lapak jualan pedagang durian di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare, yang lokasinya sangat strategis berhadapan langsung dengan jalan poros.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti di sekitar area Masjid Terapung Kota Parepare, secara umum perilaku pedagang durian menunjukkan adanya penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam. Hal ini tampak dari interaksi pedagang dengan konsumen yang umumnya menunjukkan sikap jujur, ramah, dan terbuka. Pedagang dengan jelas menjelaskan kondisi durian yang mereka jual, termasuk jika durian masih belum matang sempurna atau memiliki rasa yang sedikit pahit. Kejujuran ini menjadi salah satu indikator bahwa mereka menjunjung tinggi prinsip kebenaran dan kejujuran dalam berdagang.

Selain itu, melalui pengamatan langsung, peneliti juga menemukan bahwa beberapa pedagang menunjukkan sikap tanggung jawab sosial terhadap lingkungan tempat mereka berjualan. Hal ini terlihat dari upaya pedagang membersihkan area lapak setelah berdagang, seperti menyapu kulit durian dan membuang sampah pada tempatnya. Hal ini mencerminkan prinsip tanggung jawab dalam etika bisnis Islam yang tidak hanya mencakup tanggung jawab terhadap produk, tetapi juga terhadap masyarakat dan lingkungan.

Namun, tidak semua pedagang menunjukkan perilaku yang ideal sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam. Peneliti mencatat adanya beberapa pedagang yang memberikan perlakuan berbeda kepada konsumen berdasarkan persepsi mereka terhadap status atau kemampuan ekonomi pembeli. Dalam beberapa kasus, pembeli yang terlihat berpenampilan lebih meyakinkan dilayani dengan lebih ramah, sementara pembeli berpenampilan sederhana atau yang menawar harga dengan cukup ketat dilayani dengan sikap yang kurang bersahabat. Hal ini menunjukkan adanya pelanggaran terhadap prinsip keadilan, di mana pedagang seharusnya memberikan pelayanan yang setara kepada semua konsumen tanpa membedakan.

Penelitian ini dilakukan dengan wawancara langsung kepada pedagang durian di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare, dan konsumen yang pernah membeli durian di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare.

Data yang diperoleh peneliti melalui wawancara yang telah di rekam dan di ketik kembali dalam bentuk transkrip. Transkrip ini tidak sama sekali mengubah semua pembicaraan dari informan dan peneliti, tahap lanjutan yaitu data di susun sistematis dengan memilih dan memfokuskan hasil wawancara.

1. Perilaku Pedagang Durian di Sekitar Masjid Terapung Kota Parepare

Perilaku pedagang merujuk pada tindakan, sikap, kebiasaan, dan cara interaksi pedagang dalam menjalankan kegiatan jual beli dengan konsumen dan sesama pelaku usaha. Perilaku ini mencerminkan cara pedagang memperlakukan konsumen, menetapkan harga, menjaga kualitas produk, serta menjalin hubungan dengan pihak lain dalam jalur perdagangan.

Sebagaimana hasil wawancara dengan narasumber yaitu Bapak Wawan selaku pedagang durian di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare mengungkapkan:

“memang disini banyak penjual durian dek, apalagi kalo musimnya beh. Saya langsung ku tawarkan saja durianku dengan ramah, senyum sama pembelinya di tanyai silahkan bu/pak, liat-liat mki dulu bisaji juga di coba, adaji juga tester ku kasi dek supaya yakin i sama durianku. Yang kasi menarik biasanya orang lewat kalo di susun rapi i ini durian e jadi tertarik pembeli e. Apalagi kalo jujurki menjual dek pasti kembaliji itu pembelie, puang a'tala mami atur semuai.”⁵⁸

Berdasarkan pernyataan pedagang di atas menjelaskan bahwa pedagang tersebut berusaha untuk menawarkan dagangannya dengan senyum dan ramah kepada konsumennya, pedagang tersebut juga menyediakan taster untuk di coba dahulu agar konsumen yakin dengan rasa durian yang di jualnya, pedagang juga menyusun dengan rapi dagangannya agar lebih menarik perhatian konsumen di sini pedagang juga menjelaskan dengan jujur dalam berdagang dapat membuat konsumen kembali untuk berbelanja lagi dan pedagang juga berserah diri kepada tuhan bahwa semua sudah di atur oleh tuhan.

⁵⁸ Wawan, Pedagang durian, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 04 Juni 2025

“ku usahakan sekali ramah terus sama pembeliku apana pasti nyaman orang belanja kalo ramahki, walaupun kadang ada mapakereng kereng tapi namanya juga pembeli adalah raja haha.”⁵⁹

Adapun pendapat lain dari pedagang

“coba moki dulu buk/pak, kasi kembaliki kalo bussui, paling begituji ku tanya”⁶⁰

Pedagang tersebut menyatakan silahkan di coba dulu ibu/bapak kalau ada durian yang busuk silahkan di kembalikan.

“kalo saya kak tidak moka paksa pembeliku. Paling ku ajak-ajak bicara sebentar sambil gombal-gombal i sedikit supaya mau beli di tempatku hehe, ku kasi juga paccoba kak, kalo nasuka pasti nabeli, daripada kalo di paksa nda maumi nanti kembali lagi.”⁶¹

Pernyataan pedagang di atas menjelaskan bahwa pedagang tersebut tidak ingin memaksa konsumennya, pedagang mengajak bicara dengan melanturkan sedikit gombalan agar konsumen mau membeli di tempatnya, pedagang tersebut juga menyediakan taster untuk di coba dahulu.

“Kutawarkan i, mauiga beli durianku, ku kasi juga untuk di coba, kayak yang kita lihat juga ini di mobil ku susun bagus supaya tertarik pembeli ato orang lewat.”⁶²

Berdasarkan semua pernyataan hasil wawancara dengan pedagang menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang di sana memberikan tester untuk

⁵⁹ Ardiansyah, Pedagang durian, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare 05 Juni 2025

⁶⁰ Rahman, pedagang durian, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 09 juni 2025

⁶¹ Zulfikar, Pedagang durian, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 04 juni 2025

⁶² Hj Rustam, Pedagang Durian, wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 09 Juni 2025

menarik konsumen agar lebih percaya dengan rasa dan kualitas durian yang di jual para pedagang tersebut juga menyusun rapi durian yang dijual agar menarik perhatian orang yang lewat karena lokasi pedagang tersebut berada di jalan poros, pedagang juga memiliki motivasi yang kuat dalam menjalankan usahanya, dan menekankan pentingnya melakukan usaha dengan cara yang sesuai dengan nilai moral, bukan sekadar mencari keuntungan.

Selain itu penulis juga melakukan wawancara dengan beberapa konsumen yang pernah beli durian di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare

“selama ini kurasa pedagang durian disekitar masjid terapung toh ramahji, nasambu jeki baik-baik tidak tonji bilang moki na paksa beli langsung. Nakasiki juga tester supaya nda zonk i itu durian dibeli nanti. Kalo saya pribadi nyaman jeka karena terbuka i penjualnya.”⁶³

“rata-rata pedagang disini ramahji, nasuka juga bercandae kalo ditanya juga soal duriannya najawab ji terus terang e.”⁶⁴

“kalo mau dibilang ramah, ya ramah-ramahji. Itu juga kusuka beli disini apana bisa dicoba dulu, ditukar juga kalo bussui kah biasanya ditempat lain nda begitu. Jadi kalo sampe dirumah ndoe bussu duriannya baru nda bisa tommy di tukar, kalo disini tawwa nakasiki tester jadi nda usahmi takut jelek duriannya”⁶⁵

Adapun pendapat lain dari konsumen

“Alhamdulillah kak, ramah-ramahji tapi pernahka dapat penjual yang pilih-pilih kak, beh masa yang naik mobil nalayani deluan padahal saya duluan

⁶³ Azzahra, Konsumen, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 05 juni 2025

⁶⁴ Nurul Izzah, Konsumen, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 05 Juni 2025

⁶⁵ Annisa Khumaerah, Konsumen, Wawancara di Sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 10 Juni 2025

mbo datang tapi nakacangi jika sama temanku. Jadi langsung pindah di samping apana bintang satu penjualnya.”⁶⁶

“kalo saya nasambut jeki iyya penjualnya, tapi kalo ditawarmi duriannya baru murah sekali jutekmi itu mukanya haha, tapi kusukanya juga disini apana bersih tempatnya baru jalan poros toh, jadi bagusji di rasa duduk-duduk sambil lihat kendaraan lewat atau liat pantai.”⁶⁷

Berdasarkan semua pernyataan konsumen yang di mana ada empat konsumen berpendapat bahwa pedagang durian di kawasan Masjid Terapung Parepare secara umum memperlakukan pelanggan dengan ramah, santun, dan tidak memaksa untuk langsung membeli. Mereka menyambut pembeli dengan senyum, bahkan mengajak berbicara secara hangat. Ini menunjukkan bahwa pedagang mengedepankan pendekatan humanis dalam berjualan, bukan sekadar mencari keuntungan cepat. Sikap tidak memaksa memberi ruang bagi pembeli untuk mempertimbangkan dengan nyaman, yang pada akhirnya menciptakan pengalaman positif. Beberapa konsumen juga menyatakan bahwa pedagang memberi penjelasan secara jujur mengenai kondisi durian, termasuk saat belum bisa menjamin rasanya karena baru datang dari mobil. Akibat dari pelayanan yang ramah, jujur, dan terbuka, para pembeli merasa nyaman dan cenderung loyal dan akan membuat konsumen kembali membeli di tempat yang sama bersama keluarga mereka.

Namun ada satu konsumen yang berpendapat bahwa sebagian pedagang yang bersikap pilih-pilih konsumen, yaitu melayani konsumen berdasarkan penampilan atau status sosial dalam hal ini, konsumen yang datang menggunakan mobil lebih diutamakan meskipun datang belakangan. Ada satu konsumen juga mengeluhkan

⁶⁶ Ratna dwi, Konsumen, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 10 Juni 2025

⁶⁷ Nurkumala, Konsumen, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 05 juni 2025

sikap pedagang yang berubah jutek atau tidak menyenangkan saat proses tawar-menawar berlangsung. Bahkan ada yang menyuruh pembeli untuk mencari di tempat lain jika tidak cocok dengan harga. Tetapi konsumen tetap menekankan sebagian besar pedagang di sana ramah dan baik, Cuma ada beberapa yang bersikap seperti yang di jelaskan di atas.

Berdasarkan semua pernyataan maka dapat di simpulkan bahwa pentingnya perilaku pedagang yang baik sesuai nilai-nilai etika Islam yang di mana tidak hanya berdampak pada moralitas, tetapi juga memberikan keuntungan bisnis jangka panjang.

2. Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Durian Di Sekitar Masjid Terapung Kota Parepare

Setelah dilakukan wawancara dengan pedagang durian di sekitar Masjid Terapung Kota Paarepare dan beberapa konsumen yang pernah membeli durian di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare, di peroleh data dan kemudian di sajikan untuk menjelaskan mengenai penerapan prinsip etika bisnis islam pada pedagang durian di sekitar masjid terapung kota parepare.

a. Kejujuran

Perilaku yang di lakukan oleh pedagang durian di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare, sudah sesuai dengan prinsip etika bisnis dalam islam karena pedagang dengan jujur menjelaskan kondisi durian yang di jual, dan konsumennya mengakui akan hal itu.

Hal ini di ungkapkan oleh Hj Rustam pedagang durian di sekitar masjid terapung kota parepare

” Iya, kubilang jujur, apana durian nda selalu sama, eh kadang ada yang manis, ada juga biasa mapai’ ato belum masak sekali. Kalo kutau belum terlalu masak duriannya pasti ku tanyaji dulu pemebliku. Apana pasti nasuka juga pembelie kalo jujurki. Apana kalo mabellekijuga nddami orang mau datang beli dua kali. Kalo jujurki insyaAllah datang terusji itu pembelie..”⁶⁸

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Rustam dapat di ketahui bahwa pedagang tersebut menunjukkan sikap kejujuran dalam menjalankan usahanya. Pedagang tersebut tidak menyembunyikan kekurangan produk (durian yang belum matang), melainkan secara terbuka memberitahukannya kepada pembeli.

Adapun pernyataan lain dari pedagang.

“pastimi haruski jujur, kurasa semua pedagang disini kalo mau dibilang jujur pasti jujur semuaji apana nagantikanji durian yang bussu dengan durian yang baru kalo takkala sudahmi najual.”⁶⁹

“iye pastimi,ku tanyaji pembeliku kalo ada durian mengkal ato pale kalo ada duriannya yang bussu tetapji kugantikan.”⁷⁰

“Bah, nessami kak jujurki, nda laku masege jualan e kalo mabelleki hahah.”⁷¹

“bisa kita tanya-tanya orang yang pernah beli disini dek, apana biar juga saya bilang ka jujurka tapi kalo ada pembeliku yang bilang tabaleny, jadi pembelikuji yang bisa nilai bagaimana orang-orang di sini jualan, tapi insyaAllah dek seusahakan terus pasti jujur.”⁷²

Berdasarkan hasil dari wawancara pedagang lainnya bahwa pedagang tersebut sudah berusaha menunjukkan sikap kejujuran dalam menjalankan usahanya.

⁶⁸ Hj Rustam, Pedagang Durian, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 09 Juni 2025

⁶⁹ Rahman, Pedagang Durian, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 09 Juni 2025

⁷⁰ Wawan, Pedagang Durian, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 04 juni 2025

⁷¹ Zulfikar, Pedagang Durian, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepae Tanggal 04 juni 2025

⁷² Ardiansyah, Pedagang, Wawancara di Sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 05 Juni 2025

Pedagang tersebut siap menggantikan durian yang busuk dengan durian baru apabila sudah terlanjur di beli, pedagang juga menyampaikan bahwa meskipun ia mengaku berusaha jujur dalam berdagang, penilaian terbaik tetap berasal dari konsumen. Ini menunjukkan adanya sikap rendah hati dan akuntabilitas moral, di mana pedagang tidak hanya menilai dirinya sendiri tetapi juga membuka ruang penilaian dari pihak luar, yakni pembeli. Pedagang juga menyatakan selalu berusaha menjaga kejujuran dan amanah selama menjalankan usaha. Konsep *amanah* dalam Islam mengandung makna luas, yaitu menepati janji, menjaga kepercayaan, dan bertanggung jawab penuh atas apa yang diamanahkan oleh Allah SWT maupun sesama manusia, termasuk dalam hal menjual barang dagangan.

“iye nabilangji kalo mengkal i duriannya, itumi kusuka beli disini.”⁷³

“iya jujur sah kalo saya lihat apana na bukakan ki langsung di depanta ini durian e.”⁷⁴

iye kurasa jujurji apana nda pernahja dapat durian jelle.⁷⁵

“bah iye, kalo itu jujur sah penjualnya najelaskan laloki biasanya yang mana durian baru mana durian belum terlalu masak, malah naganti kalo ada bussu.”⁷⁶

⁷³ Azzahra, Kosumen, Wawancara di sekitar masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 05 Juni 2025

⁷⁴ Ratna Dwi, Konsumen, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 10 juni 2025

⁷⁵ Annisa Khumaerah, Konsumen, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 10 juni 2025

⁷⁶ Nurkumala Sari, Konsumen, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 05 Juni 2025

“selamaka beli disini, ya jujur-jujur sajaji penjualnya, karena kalo ada durian yang kurang bagus nabilangji dulu, biasa lalo na bukakanki supaya bisa diliat isinya.”⁷⁷

Berdasarkan semua pernyataan maka dapat disimpulkan bahwa praktik bisnis pedagang durian di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare mencerminkan penerapan Etika Bisnis Islam yang menekankan pada prinsip kejujuran. Pedagang menunjukkan sikap jujur dan terbuka, dengan selalu memberitahukan kondisi durian sebelum dijual, terutama jika buah tersebut belum matang atau kurang bagus. Konsumen merespons positif kejujuran ini, merasa nyaman, dihargai, dan semakin percaya pada pedagang.

Kejujuran dalam berdagang bukan hanya meningkatkan kepercayaan pembeli, tetapi juga dianggap sebagai jalan untuk memperoleh keberkahan dan kelancaran rezeki. Ini menunjukkan bahwa hubungan antara pedagang dan konsumen dibangun atas dasar kepercayaan dan nilai-nilai moral yang kuat, sesuai dengan prinsip dasar dalam Etika Bisnis Islam.

b. Amanah

Amanah menjadi dasar dalam membangun hubungan jangka panjang yang sehat antara penjual dan pembeli. Jika amanah dijaga, maka kepercayaan akan tumbuh, dan usaha akan berkelanjutan dan juga akan membawa keberkahan.

“kalo durian yang dimakan di tempat, baru bussu, langsung kugantikan sama durian baru, dari dulu sudah begitumi cara ku menjual. Tapi kalo dibawa pulang tetap ku kasi jaminan, biasaji ku tanya kalo nanti bussu bisa

⁷⁷ Nurul Izzah, Konsumen, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 05 Juni 2025

ji di bawa kembali, insyaAllah ku ganti tapi harus dalam kondisi masih utuh belum dimakan.”⁷⁸

Berdasarkan dari hasil wawancara dengan pedagang di atas menyatakan bahwa durian yang dimakan di tempat dan ternyata busuk akan langsung di gantikan dengan durian yang baru, pedagang tersebut telah menerapkan printip itu dari dulu, dan jika durian yang di bawa pulang ternyata busuk pedagang juga siap untuk menggantikan dengan memberi jaminan bahwa durian tersebut masih dalam keadaan utuh belum ada yang di makan sama sekali.

" kalo makan di tempat langsung segantikan dek tanpa basa basi, tapi kalo dibawa pulang kulihat dulu kapan nabeli itu durian e, kah kalo lewat seharimi nda bisami di tukar.”⁷⁹

“langsung diganti kak kalo bussui, tapi kalo dibawah pulang ada juga syaratnya, harus di hari yang sama dibeli baru bisa di kasi kembali, apana ada biasa yang tinggal sehari-hari jelasmi bussui.”⁸⁰

“iye samaji tapi ada syaratnya, harus hari itu nabeli hari itu juga di tukar.”⁸¹

Pernyataan dari ketiga pedagang di atas bahwa pedagang siap menggantikan duria yang baru baik makan di tempat maupun di bawa pulang dengan memberkan syarat tidak lebih dari satu hari saat durian dibeli.

“iya dek, bisaji di ganti kalo dibungkus juga asal masih utuh duriannya belum ada namakan, apana yang di gantikan durian yang bussu saja.”⁸²

⁷⁸ Hj Rustam, Pedagang Durian, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 09 Juni 2025

⁷⁹ Wawan, Pedagang Durian, Wawancara di sekitar Masjid Terapung kota Parepare Tanggal 04 Juni 2025

⁸⁰ Zulfikar, Pedagang Durian, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 04 juni 2025

⁸¹ Ardiansyah, Pedagang Durian, Wawancara di sekitar Masjid Trapung Kota Parepare Tanggal 05 juni 2025

⁸² Rahman, Pedagang durian, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 09 juni 2025

Berdasarkan semua hasil wawancara dengan pedagang durian di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare bahwa pedagang tersebut memiliki komitmen dan tanggung jawab terhadap kualitas durian yang dijual. Jika durian yang dimakan di tempat ternyata busuk, pedagang akan langsung mengganti. Bahkan untuk durian yang dibawa pulang, pedagang tetap memberikan jaminan asalkan belum dimakan dan masih utuh.

Adapun pernyataan dari beberapa konsumen

“pernah kubungkus bah agak busuk itu durian kubeli tapi pas kembalika untung na ingatka penjualnya jadi nagantikanka durianku.”⁸³

“pernah makan disana tapi ada yang busuk tapi langsung diganti. Nda pernahji iyya kecewaka apalagi ditipu.”⁸⁴

Berdasarkan pernyataan dari dua konsumen di atas menyatakan bahwa konsumen tersebut pernah mendapati ada durian yang busuk namun di saat konsumen mengembalikannya ke pedagang, pedagang menggantikan durian yang busuk dengan durian yang baru.

“alhamdulillah, selamaku berapa kali beli durian disini, nda pernah peka merasa tertipu.”⁸⁵

“nda pernah, karena terbukaji juga penjualnya nakasi jeki paccoba hahah.”⁸⁶

“hmm, keknya nda pernahji apana kalopun ada jelle duriannya, nagantiji

⁸³ Azzahra, Konsumen, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 09 Juni 2025

⁸⁴ Nurkumala, konsumen, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare tanggal 05 Juni 2025

⁸⁵ Ratna Dwi, Konsumen, Wawancara di sekitar Masjid terapung kota Parepae tanggal 10 Juni 2025

⁸⁶ Annisa Khumaerah, Konsumen, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare tanggal 10 juni 2025

penjualnya bisaji juga dicoba dulu sebelum dibeli.”⁸⁷

Berdasarkan semua hasil wawancara dengan konsumen, maka dapat disimpulkan bahwa ada dua konsumen yang pernah mendapati durian yang busuk namun pedagang beratnggung jawab menggantikan dengan durian yang baru, dan tanggapan dari tiga konsumen menyatakan belum pernah mendapati hal yang mengecewakan dari pedagang, ini membuktikan bahwa para pedagang durian disekitar Masjid Terapung Kota Parepare menunjukkan sikap Amanah atau tanggung jawab dalam berdagang. Mereka memberikan jaminan kepada pembeli, terutama jika durian dimakan di tempat dan ternyata busuk akan langsung diganti. Untuk durian yang dibawa pulang, pedagang tetap memberi garansi asalkan durian masih utuh dan kerusakan bukan akibat penyimpanan pembeli. Pembeli juga mengakui bahwa pedagang merespons keluhan dengan baik, mengganti durian yang rusak tanpa memperumit.

c. Keadilan

Keadilan dalam perspektif etika bisnis Islam berarti menempatkan sesuatu pada tempatnya dengan benar dan memperlakukan semua pihak secara adil serta tidak merugikan orang lain, dalam pembahasan ini keadilan yang di bahas terkait keadilan dalam menentukan harga dan keadilan dalam meperlakukan konsumen.

“menurutku adil sekalimi ini yang saya kasi, karena kusesuaikan i sama jenis duriannya, ukurannya, kalo besar-besar duriannya agak mahal i memang. Apalgi kalau bagus masaknya terus manis i, pasti agak lebih mahal sedikit. Ku perhatikan ji juga harga pasarannya supaya nda terlalu jauh bedai.”⁸⁸

⁸⁷ Nurul izzah, Konsumen, Wawancara disekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 05 juni 2025

⁸⁸ Hj Rustam, Pedagang Durian, wawancara di sekitar Masjid Terapung Tanggal 09 Juni 2025

“kalo menurut saya adil mi ini harganya karna kalo kayak sekarang ini bukanmi musimnya jadi susahmi di dapat durian jadi wajar-wajar sajaji kalo sekarang mahal durian, kecuali kalo musimnya mi pasti mura sekalimi juga harganya.”⁸⁹

Berdasarkan dari hasil wawancara dengan pedagang durian di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare, mereka mengungkapkan bahwa harga yang di tetapkan sudah sangat adil, dengan melihat dari kondisi durian yang di jual mulai dari ukuran dan kualitas buahnya, pedagang juga memperhatikan harga pasaran agar durian yang di jual tidak terlalu jauh dari harga pasaran, pedagang juga menyatakan bahwa saat ini sudah bukan lagi musimnya sehingga harga durian yang di jual mahal.

Adapun pernyataan lain dari pedagang

“kusesuaikan i harga sama kondisinya duriannya dek, kalo bagus i duriannya pasti agak mahal i, tapi kalo ada kurangnya sekasi ji harga murah.”⁹⁰

“iye kak, pasti kusesuaikani harganya sama kondinya duriane, nda mungkin dijual mahal i baru jelle duriannya heheh.”⁹¹

“iya begituji, kalo jelle duriannya dijual murah i, tapi kalo bagus i juga duriannya tida ada ji cacatnya sama sekali pasti agak mahal i juga.”⁹²

Berdasarkan dari hasil lain wawancara dengan pedagang durian di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare bahwa pedagang menyesuaikan harga dengan kualitas durian yang jual, apabila buah durian yang di jual tida terlalu bagus maka

⁸⁹ Rahman, Pedagang Durian, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Tanggal 04 Juni 2025

⁹⁰ Wawan, Pedagang Durian, Wawancara di sekitar Masjid Terapung kota Parepare Tanggal 04 Juni 2025

⁹¹ Zulfikar, Pedagang Durian, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 04 juni 2025

⁹² Ardiansyah, Pedagang Durian, Wawancara di sekitar Masjid Trapung Kota Parepare Tanggal 05 juni 2025

harganya juga murah, sebaliknya apabila durian yang dijual tersebut sangat bagus maka harganya juga tinggi. Adapun pendapat dari beberapa konsumen

“menurutku wajarji harganya sama kualitasnya, apana kalopun ada bussu duriannya nagantikan kiji yang baru.”⁹³

“menurutku yah, harga durian pada umumnya, kalo musimnya datang murah sekali memang, tapi kalo kayak sekarang ini, mahal-mahalmi.”⁹⁴

“kalo musimnya i murah sekali itumi kalo musimnya i durian disinika ji selalu beli durian apana disini murah sekali”⁹⁵

Berdasarkan hasil wawancara dari tiga konsumen di atas menyatakan bahwa harga durian yang di patokkan pedagang itu sudah termasuk harga yang wajar, harga sudah sesuai dengan kualitas buah durian yang dijual ada dua konsumen menyatakan bahwa saat sudah bukan musimnya lagi maka durian yang di jual akan mahal namun konsumen mengakui itu hal yang wajar karena durian sudah sulit untuk di dapatkan. Adapun pendapat lain dari konsumen

“kalo kayak sekarang ini kurasa mahal-mahal mi apana bukanmi musimnya, karna waktu musimnya itu kubeli kek 20.000 sampai 50.000 satu talaja, tapi sekarang harganya 20.000 satu biji itupun ndoe kecil sekali, baru kalo satu ikat ta 80.000 sampai 100.000. tapi menurutku wajarji apana susahmi di dapat durian.”⁹⁶

“mahal sekali hahah, eh tapi bukanmi dih musimnya ini wajarji kapang apana susahmi didapat durian e, karena bulan lalu pernahka datang makan, memang masih murahji, sekarang iyya ini mahal sekali, bukanmi mungkin

⁹³ Nurul Izzah, Konsumen, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare tanggal 05 Juni 2025

⁹⁴ Nurkumala sari, Konsumen, Wawancara di sekitar Masjid Terapung kota Parepare tanggal 05 Juni 2025

⁹⁵ Annisa Khumaerah, Konsumen, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 10 Juni 2025

⁹⁶ Azzahra, Konsumen, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 09 Juni 2025

musimnya dih.”⁹⁷

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen, konsumen menyadari bahwa harga durian bisa lebih mahal ketika tidak sedang musim panen, namun mereka tetap menganggap hal tersebut wajar. Kenaikan harga tersebut tidak dipandang sebagai bentuk eksploitasi, karena para pedagang bersikap terbuka dan jujur dalam menyampaikan alasan di balik perubahan harga.

Menetapkan harga secara adil dalam etika bisnis Islam bukan hanya kewajiban moral, tapi juga bentuk ibadah dan tanggung jawab sosial. Harga yang adil menjaga keberkahan rezeki, membangun kepercayaan antara penjual dan pembeli, serta menciptakan sistem ekonomi yang berkeadilan, jujur, dan manusiawi sesuai dengan nilai-nilai Islam.

“kuperlakukan semua pembeli sama kak, tapi memang kalo langganannya lebih akrab meka karena kenal meka, tapi tetapji sama harga ku kasi i kak, paling ku kasiji lebih-lebih apana sering i beli.”⁹⁸

Pedagang menyatakan bahwa pedagang tersebut memperlakukan konsumennya semua sama, namun apabila sudah menjadi langganannya pedagang lebih akrab dengan langganannya dan juga akan memberikan bonus di karenakan sudah sering membeli di sana.

“nda penahka saya itu mau pilih-pilih pembeli, kalo ada datang ku layaniji semua, mau dia PNS, anak muda, cewe ato cowo ku kasi sama semua.”⁹⁹

⁹⁷ Ratna Dwi, Konsumen, Wawancara di sekitar Masjid terapung kota Parepare tanggal 10 Juni 2025

⁹⁸ Zulfikar, Pedagang durian, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 04 Juni 2025

⁹⁹ Hj Rustam, Pedagang durian, Wawancara di sekitar Masjid terapung kota Parepare tanggal 09 Juni 2025

Pernyataan ini menunjukkan prinsip keadilan dalam melayani. Pedagang menekankan bahwa pedagang tersebut tidak membedakan konsumen berdasarkan latar belakang sosial, jenis kelamin, atau usia. Baik itu pegawai negeri (PNS), anak muda, perempuan, maupun laki-laki, semuanya diperlakukan dengan layanan yang sama. Ini mencerminkan nilai profesionalisme dan rasa hormat kepada setiap konsumen.

“adil, insyaAllah adilji, walaupun kadang ada ibu-ibu yang talliwe mattawar harga memang jengkel ki tapi di usahakan bagus du depannya senyum saja jeki,”¹⁰⁰

Pedagang di atas mengakui adanya tantangan dalam bersikap adil. Contohnya, ketika ada pelanggan terlalu keras dalam menawar harga, ia bisa merasa jengkel. Namun, ia tetap berusaha menahan emosi dan menjaga sikap profesional di hadapan pelanggan dengan tetap tersenyum.

“kalo saya dek ku usahkan adil sama siapapun itu singgah beli, tapi kembali lagi sama konsumennya toh, walaupun bagaimanaki berusaha adil tapi kalo konsumennya nda sukaki, tetapku negatif dimatanya, tapi kalo maudibilang usahakan adil, ku usahakan sah dek.”¹⁰¹

Pedagang di atas menyatakan bahwa seberapa pun usaha pedagang untuk berlaku adil, tetap saja persepsi pembeli sangat menentukan. Artinya, dalam dunia usaha, keadilan tidak hanya diukur dari niat dan tindakan penjual, tapi juga dari bagaimana pelanggan menafsirkan tindakan tersebut. Jika pelanggan merasa tidak puas, bisa saja penjual tetap dianggap buruk meskipun ia sudah berusaha maksimal.

¹⁰⁰ Wawan, Pedagang Durian, Wawancara di sekitar Masjid Terapung kota Parepare Tanggal 04 Juni 2025

¹⁰¹ Ardiansyah, Pedagang Durian, Wawancara di sekitar Masjid Trapung Kota Parepare Tanggal 05 juni 2025

“bah, apapi masa mau dibeda-bedakan pembelie, di kasi sama semua.”¹⁰²

Berdasarkan hasil dari wawancara dengan semua pedagang durian di sekitar masjid terapung kota parepare Pedagang menyatakan bahwa semua pedagang berusaha untuk adil dalam melayani dan memperlakukan konsumen, ada satu pedagang yang menyatakan bahwa sedikit jengkel menghadapi konusmen yang terllau rendah dalam menawar harga namun pedagang mengusahakan untuk tetap ramah dan tersenyum kepada konsumen. Adapun pendapat dari konsumen

“kayakji yang tadi ku tanyaki pertama, semua penjualnya disini kalo baruki datang pasti nasambutki ji baik, tapi kalo mattawar meki baru murah sekali ditawarkan i, adato itu penjual yang langsung berubah mukanya liatki haha, na namanya juga kita mattawar toh, kalo dikasi alhamdulillah tapi kalo nda yah nda papaji.”¹⁰³

Konsumen menyatakan pedagang menyambut dengan ramah saat baru datang datang. Namun, suasana bisa berubah ketika pembeli mulai menawar harga. Pedagang yang awalnya tersenyum dan ramah, tiba-tiba terlihat kesal atau tidak senang. Bahkan ada yang menunjukkan perubahan ekspresi wajah yang biasanya menjadi sinyal bahwa penjual merasa tersinggung, terganggu, atau tidak suka saat proses tawar-menawar dimulai.

“baru jeka iyya beberapa kali beli disini nda pernah ka mattawar saya haha, kalo kurasa segituji memang harganya jadi langsung ku beliji.”¹⁰⁴

“jarangka, mattawar disini, tapi pernahka tapi nda terlalu kuperhatikanji

¹⁰² Rahman, Pedagang Durian, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Tanggal 09 Juni 2025

¹⁰³ Nurkumala, Konsumen, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 05 Juni 2025

¹⁰⁴ Nurul Izzah, Konsumen, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare tanggal 05 Juni 2025

juga responnya paling bilangji nda dek karna begitumi memang harganya, na kalo saya ditanyama begitu, nda kulanjutimi mattawarku hahah.”¹⁰⁵

Berdasarkan dari hasil wawancara dengan semua konsumen di atas menunjukkan bahwa secara umum pedagang durian di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare menyambut pembeli dengan ramah. Namun, ada pengalaman pribadi konsumen yang merasa bahwa ketika mereka menawar terlalu rendah, sikap pedagang bisa berubah menjadi kurang ramah. Konsumen ini menekankan bahwa pengalamannya tidak bisa digeneralisasi ke semua pedagang hanya sebagian kecil yang ia temui bersikap demikian. Ini menunjukkan bahwa pelayanan bisa bersifat subjektif tergantung pada interaksi tertentu.

“pernah, pernahka itu hari berduaka sama temanku naik motor, terus liat-liat meki duriannya, eh nda lama datang rombongan satu mobil, baru itu penjualnya natinggalkanki baru nabilang liat-liat meki dulu dek, tapi massuku saya pelangganmu ka ji juga, jadi pindahka di penjual sebelah.”¹⁰⁶

“kurasa je saya rata-rata penjual itu kalo orang kaya singgah, yang bagus mobilnya pasti lebih na prioritskan, apana pernahka liat ada begitu penjualnya.”¹⁰⁷

Berdasarkan hasil wawancara konsumen di atas merupakan pengalaman negatif konsumen terkait prioritas pelayanan. Konsumen merasa diabaikan oleh pedagang yang lebih memilih melayani rombongan keluarga yang datang kemudian, kemungkinan karena dianggap sebagai calon pembeli yang lebih potensial. Hal ini menimbulkan perasaan tidak dihargai dan membuat konsumen memilih untuk beralih

¹⁰⁵ Annisa Khumaerah, Konsumen, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 10 Juni 2025

¹⁰⁶ Ratna Dwi, Konsumen, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 10 Juni 2025

¹⁰⁷ Nurkumala, Konsumen, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 05 Juni 2025

ke pedagang lain. Pengalaman ini menyoroti pentingnya kesetaraan dalam pelayanan, terlepas dari potensi besar atau kecilnya transaksi.

Adapun pendapat dari konsumen lain

“seringma beli durian disini kak, tapi nda pernahka ji merasa dibeda-bedakan, ato sayaga yang nda perhatikan i sikapnya penjualnya hahah.”¹⁰⁸

“kalo mau dibilang dibeda-bedakan nda tonji iya , karena kalo baruki datang naladeni jeki penjualnya baik-baik, tapi kalo ada juga orang lain singgah pindah i kesitu orang e, tapi naganti karyawannya itu handle ki, jadi kalo saya wajar-wajar sajaji.”¹⁰⁹

“aih, nda terlalu ku jampangi juga begitue, kalo nda bagus i juga penjualnya pindahka apalagi banyak ji penjual durian disini.”¹¹⁰

konsumen ini menyampaikan pengalaman positif secara konsisten. Ia merasa mendapatkan perlakuan yang adil tanpa diskriminasi, dan merasa puas dengan harga serta kualitas produk. Ini menunjukkan bahwa tidak semua pengalaman pembeli negatif, dan bahwa pelayanan yang baik tetap ada dan dirasakan oleh sebagian pelanggan secara konsisten.

Berdasarkan dari hasil pernyataan narasumber dapat di simpulkan bahwa pernyataan ini menunjukkan adanya variasi dalam pengalaman konsumen yang bisa dipengaruhi oleh situasi, cara berinteraksi, dan ekspektasi masing-masing individu. Meskipun ada pengalaman kurang menyenangkan terkait respons pedagang terhadap tawar-menawar atau prioritas pelayanan, ada juga pengalaman positif yang

¹⁰⁸ Azzahra, Konsumen, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 09 Juni 2025

¹⁰⁹ Nurul Izzah, Konsumen, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare tanggal 05 Juni 2025

¹¹⁰ Annisa Khumaerah, Konsumen, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 10 Juni 2025

menunjukkan pelayanan yang adil dan memuaskan. Dengan kata lain, persepsi terhadap pelayanan bersifat subjektif dan situasional, serta tidak bisa digeneralisasi dari satu pengalaman saja.

d. Tanggung Jawab Sosial

Tanggung jawab sosial dalam etika bisnis Islam menuntut pelaku usaha untuk tidak hanya mengejar keuntungan materi, tetapi juga memperhatikan aspek moral, sosial, dan lingkungan.

“iya, kurasaji taggung jawabku sebagai penjual itu untuk jaga kebersihan disini selama jualanka. Apana di tempat umumka jualan apalagi ini dekat mesjid jadi dijaga kebersihan supaya nda busuk juga. Apalagi juga ini sampah kulit durian cepat sekali menumpuk, jadi selaluka siapkan karung untuk tempat sampahku, kalo selesai meka menjual, kubersihkanmi disini.”¹¹¹

“kalo itu kurasa penting sekali dek, selaluka ji bersihkan kulit durianku kalo tutup meka.”¹¹²

”bah pasti kak, beratanggung jawabki, ditegurki juga kalo ta’tala’i sampah ta disini, kalo nda dibersihkan i mesa di larangki mabalu haha”¹¹³

“pastimi bertanggung jawab, semua pedagang disini sudah nasiapkan memangmi tempat sampah masing-masing, ku tany juga pembeliku biasa kalo makan i disini supaya itu sampah kulit duriannya nda na buang di pantai apana adami tempat sampah disediakan. Kalo bersih tempat e enak juga diliat nyaman”¹¹⁴

“kurasa-rasa itu tanggung jawab semua penjual disini, siapa juga yang mau

¹¹¹ Hj Rustam, Pedagang durian, Wawancara di sekitar Masjid Terapung kota Parepare Tanggal 09 juni 2025

¹¹² Wawan, Pedagang durian, Wawancara di sekitar Masjid Terapung kota Parepare Tanggal 04 Juni 2025

¹¹³ Zulfikar, Pedagang durian, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 04 Juni 2025

¹¹⁴ Rahman, Pedagang durian, Wawancara di Sekitar Masjid Terapung Kota Praepare tanggal 09 juni 2025

bersihkan sampah e disinikalo bukan kita penjual, jadi itu harus jadi tanggung jawabta sebagai penjual memang.”¹¹⁵

Berdasarkan hasil dari wawancara dengan semua pedagang durian di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare, dapat disimpulkan bahwa kesadaran terhadap tanggung jawab sosial, khususnya dalam menjaga kebersihan lingkungan, cukup tinggi di kalangan pedagang durian di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare. Hal ini terlihat dari pernyataan mereka yang secara konsisten menunjukkan kepedulian terhadap kebersihan tempat berdagang, terutama karena lokasi tersebut berada di kawasan publik yang dekat dengan rumah ibadah.

“kalo kuperhatikan, penjual disini naperhatikanji kebersihannya apana napungutji kulihat sampahnya tapi kurasa memang tanggung jawabnya apana kalo dibiarkan kotor merusak pantai. Naganggu juga pengunjung apana dekat mesjid terapung banyak orang datang disini.”¹¹⁶

“nda terlalu kuperhatikan saya dek, tapi biasaka lewat nda pernah jika liat ada sampah kulit durian ta’tala disekitar jalan, jadi mungkin nabersihkanji penjualnya kalo tutup i.”¹¹⁷

“iya keknya, kah nda pernah jika liat ada sampah kulit durian ta’tala disini, nda pernah jika juga liat ada rumor-rumor tentang penjual durian daerah sini, kah kalo ta’talai sampah kulit duriannya pasti viralmi masuk parepare info haha.”¹¹⁸

“sepertinya begitu kah pernahka makan di tempat, natanyaki itu supaya nda dibuang sampah e dilaut. Nasuruhki simpan saja disitu sampahnya nanti dia

¹¹⁵ Ardiansyah, Pedagang Durian, Wawancara di sekitar Masjid Trapung Kota Parepare Tanggal 05 juni 2025

¹¹⁶ Annisa Khumaerah, Konsumen, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare tanggal 10 juni 2025

¹¹⁷ Nurkumala, Konsumen, Wawancara di sekitar masjid terapung Kota Parepare Tanggal 05 Juni 2025

¹¹⁸ Azzahra, Konsumen, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 09 Juni 2025

bede yang bersihkan kalau selesaiki, dan iya kuliatnya memang langsung i ambil karung baru nabuang di dalam karung i sampahnya.”¹¹⁹

“kebetulan seringka lari-lari sore sama pagi di daerah sini nda pernahkaji liat ada sampah kulit durian ta’tala di sekitar sini, jadi najaga ji ro kapang kebersihannya.”¹²⁰

Dapat disimpulkan bahwa dalam pandangan konsumen, pedagang durian di sekitar Masjid Terapung Parepare telah menunjukkan perilaku yang mencerminkan tanggung jawab sosial terhadap lingkungan, terutama dalam aspek kebersihan. Hal ini berdampak pada kenyamanan pengunjung dan mendukung nilai-nilai keislaman yang menekankan pentingnya menjaga kebersihan, khususnya di area publik yang dekat dengan tempat ibadah.

Pandangan positif dari konsumen ini menunjukkan bahwa perilaku etis pedagang tidak hanya menciptakan kenyamanan secara fisik, tetapi juga membangun kepercayaan dan citra baik di mata masyarakat. Dengan demikian, kebersihan bukan hanya urusan teknis, tetapi bagian penting dari etika bisnis Islam yang berorientasi pada kemaslahatan bersama.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pedagang durian di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare telah menerapkan prinsip etika bisnis Islam dalam aktivitas mereka. Keempat prinsip utama kejujuran, amanah, keadilan, dan tanggung jawab sosial terlihat secara nyata dalam sikap, keputusan, dan kebijakan yang mereka jalankan dalam keseharian berdagang.

¹¹⁹ Nurul Izzah, Konsumen, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare tanggal 05 Juni 2025

¹²⁰ Ratna Dwi, Konsumen, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 10 Juni 2025

3. Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepercayaan Konsumen Dan Keberlanjutan Usaha Pedagang Durian Di Sekitar Masjid Terapung Kota Parepare

Etika bisnis dalam Islam bukan sekadar pedoman moral, tetapi bagian dari praktik ekonomi yang mengandung ibadah dan tanggung jawab sosial. Dalam konteks perdagangan lokal, seperti penjualan durian di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare, penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam seperti kejujuran (ṣidq), amanah, keadilan, dan tanggung jawab sosial menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan konsumen dan keberlanjutan usaha.

“semua durianku cek dulu sebelum dijual, dikasi pisah yang mana bagus mana yang terlalu bagus, pastikan juga nda ada busu ato nda masak, kalo ada yang nda bagus ku pisahkan memang mi. Nda pernahka mau bellei pembeiku, apana kalo kecewai pembeliku nda kembalimi nanti beli di tempatta.”¹²¹

“dipilih-pilih memangmi sebelum dijual, dikasi pisah-pisah yang mana bagus mana besar, mana kecil, baru kalo nda bagus durian yang na dapat orang, kugatikanji sama durian baru. Kalo durianny juga nda terlalu masak, kutanyaji pembelinya, ndapapaji rugi sedikit daripada kecewaji pembelie na cerita jelleki nanti di orang.”¹²²

Berdasarkan dari pernyataan pedagang di atas bahwa pedagang tersebut menyortir duriannya sebelum di jual ke konsumen, pedagang juga memastikan bahwa tidak ada durian yang busuk sampai ke tangan kosumen, pedagang tetap menginformasikan ke konsumen terkait kualitas buahnya, jika ada buah yang belum terlalu matang, pedagang tidak keberatan dengan sedikit kerugian daripada mendapat

¹²¹ Zulfikar, Pedagang Durian, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 04 juni 2025

¹²² Hj Rustam, Pedagang durian, Wawancara di sekitar Masjid Terapung kota Parepare Tanggal 09 juni 2025

penilaian negatif dari pelanggan apabila berusaha untuk menutupi kualitas buahnya.

“kalo saya selalu kuliat dulu durian e sebelum dijual, kuperiksai dulu baunya, bentuk sama tangkainya. Kalo baunya menyengat tapi tidak busu, baru batangnya masih segar baru durinya keras itu tandanya masih bagus i.”¹²³

“kalo saya kutanya memang meki, hindari memangmi itu durian yang kulitnya adami tanda-tanda rusaknya ato bagian batangnya keriputmi apana biasa itu lamami sudah di panen. Kalo ada durianku saya busu siap jika ganti sama durian baru, supaya percaya juga pembelie baru betah i beli disini terus.”¹²⁴

“tidak ku campur i durian bagus sama jelle, misal kalo ada yang nda terlalu bagus saya pisah i nda kujual sama i dengan yang premium e tapi beda tongji harganya, yah ada harga ada kualitas.”¹²⁵

Berdasarkan hasil wawancara dengan pedagang bahwa pedagang tidak hanya berusaha mencari keuntungan, tetapi juga membangun hubungan yang sehat dengan konsumen, menjaga kepercayaan, dan berkontribusi terhadap terciptanya sistem perdagangan yang adil, bersih, dan manusiawi. Pedagang juga memberikan informasi bagaimana memilih buah durian yang baik agar. Adapun pernyataan dari konsumen

¹²³ Wawan, Pedagang durian, Wawancara di sekitar Masjid Terapung kota Parepare Tanggal 04 Juni 2025

¹²⁴ Ardiansyah, Pedagang Durian, Wawancara di sekitar Masjid Trapung Kota Parepare Tanggal 05 juni 2025

¹²⁵ Rahman, Pedagang durian, Wawancara di Sekitar Masjid Terapung Kota Praepare Tanggal 09 juni 2025

“karena banyak penjualnya disini, enak ki pilih-pilih. Baru enak juga beli disini karena ada beberapa penjual yang lama sekalimi menjual terus disini kalo musim durian i.”¹²⁶

“karna disini ji banyak penjual durian apalagi jalan poros i juga jadi gampang di dapat, baru kalo ada durian bussu nagantikankiji sama yang baru.”¹²⁷

“alasanku hmm, karna kalo musim duria i lebih banyak disini penjual dari pada di tempat lain, baru murah-murah juga, kurasa kalo musim durian i di sini ji rata-rata orang makan durian.”¹²⁸

“nda adaji alasan tertentu, karena kebetulan disini banyak i penjualnya disini semuaji mallappo penjual durian e kalo musim durian i jadi kesini ka juga.”¹²⁹

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa konsumen merasa nyaman dan aman membeli durian di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare karena beberapa alasan: banyaknya pilihan pedagang membuat konsumen bebas memilih, adanya pedagang yang dikenal jujur dan berpengalaman meningkatkan kepercayaan, serta lingkungan yang ramai dan tertata memberi rasa aman dan nyaman. Adapun pernyataan dari konsumen lain

“biasa jika juga beli di tempat lain iyya, kebetulanji ini leawatka jadi macinnaka kurasa makan durian jadi singgahka belli.”¹³⁰

¹²⁶ Nurul Izzah, Konsumen, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 05 Juni 2025

¹²⁷ Azzahra, Konsumen, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 09 Juni 2025

¹²⁸ Nurkumala, Konsumen, Wawancara di sekitar masjid terapung Kota Parepare Tanggal 05 Juni 2025

¹²⁹ Annisa Khumaerah, Konsumen, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare tanggal 10 juni 2025

¹³⁰ Ratna Dwi, Konsumen, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 10 Juni 2025

Konsumen di atas menyatakan bahwa terkadang konsumen tersebut membeli durian di tempat lain namun di saat kebetulan dia lewat dan ada perasaan ingin memakan durian jadi konsumen tersebut singgah untuk membeli.

Hal ini mencerminkan penerapan etika bisnis Islam, khususnya dalam hal kejujuran, amanah, dan tanggung jawab sosial. Kepercayaan konsumen dibangun melalui sikap pedagang yang terbuka, lingkungan yang bersih, serta pelayanan yang adil, yang pada akhirnya mendukung keberlanjutan usaha.

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen bahwa pernyataan tersebut menunjukkan konsumen merasa puas dan percaya pada pedagang durian di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare karena lokasi yang strategis, bisa makan di tempat, dan pelayanan yang ramah serta jujur. Pedagang juga bertanggung jawab dengan mengganti durian rusak, tidak memaksa, dan sopan.

“kalo jujur iya jujurji, kalo tanggung jawab tanggung jawabji juga kah nagantikanki sama durian baru kalo ada durian bussu dibeli.”¹³¹

“kalo kuperhatikan mungkin naterapkanji apana biar mabellei bilang bagus duriannya pasti nagantiji kalo ada busuk, ituji biasa kalo ada nda manis, itu nda naganti, apana kalo naganti tawwa na dia juga nda bisa prediksi bagaimana isinya itu durian, cukupmi naganti kalo ada bussu.”¹³²

“kalau kulihat-lihat naterapkanji mungkin roh karna jujurji nda pernahji juga nakasiki harga mahal sekali.”¹³³

“aii bagaimana dih hahah, karna nda terlalu ku anuji saya penjual e, yang penting datanga belinalayaniki bagus yahh nyaman-nyaman saja jeki. Kalo

¹³¹ Nurkumala, Konsumen, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 5 Juni 2025

¹³² Azzahra, Konsumen, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 09 Juni 2025

¹³³ Nurul Izzah, Konsumen, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 05 Juni 2025

masalah kejujurannya puang a'tala mani missengi haha, tapi kalo tanggung jawabnya bertanggung jawab sah tawwa, apana na gantikanki kalo ada duriannya jelle.”¹³⁴

“kalo masalah duriannya kurasa jujurji pedagangnya apana najelaskan jeki kondisinya duriannya, siapji juga naganti kalo ada bussu, tapi kalo sikap ai kayak tadi yang kubilang ada yang pilih kasih, tapi nda semuaji begitu penjualnya jadi jangani sama ratakan i.”¹³⁵

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen bahwa pernyataan tersebut menunjukkan konsumen merasa puas dan percaya pada pedagang durian di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare karena bisa makan di tempat, dan pelayanan yang ramah serta jujur. Pedagang juga bertanggung jawab dengan mengganti durian rusak, tidak memaksa, dan sopan, meskipun secara umum para pedagang durian di sekitar Masjid Terapung Parepare dinilai cukup jujur dan terbuka dalam hal kualitas produk, namun ada satu konsumen mengeluhkan sikap salah satu pedagang yang ada di sana yaitu sikap sosial atau cara mereka memperlakukan konsumen belum sepenuhnya mencerminkan nilai etika bisnis Islam secara menyeluruh, namun konsumen menekankan kembali bahwa tidak semua pedagang durian di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare seperti itu.

“iya sangat berpengaruh, karna kalo jujur penjual pasti pembeli senang beli, dan pasti datangki kembali”¹³⁶

“bah apapi, dimana-mana itu kalo bagus penjual e pasti kembali teruski beli disitu, begitupun sebaliknya, kalo jelleki penjualnya pasti malas meki

¹³⁴ Annisa Khumaerah, Konsumen, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare tanggal 10 juni 2025

¹³⁵ Ratna Dwi, Konsumen, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 10 Juni 2025

¹³⁶ Azzahra, Konsumen, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 09 Juni 2025

kembali beli disitu.”¹³⁷

“berpengaruh lahde sah siapa juga mau datang beli kembali kalo jellei penjualnya, pasti ha tu dipilih-pilih juga penjual yang ramah-ramah e”¹³⁸

“iya berpengaruh sah, kalo bagus i penjualnya baru jujur i menjual, pasti datangki kembali beli disana, malah biasa direkomendasikan i ke teman-teman ta ato keluargata supaya beli juga disini”¹³⁹

“eh nda tonji, kah walaupun ada penjualnya begitu tetap jika beli disini, Cuma pilih-pilihka penjual yang bagus juga.”¹⁴⁰

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen bahwa pernyataan dari beberapa informan menunjukkan bahwa sikap dan perilaku jujur dari pedagang sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen, konsumen sangat mempertimbangkan sikap penjual dalam menentukan tempat berbelanja. Pelayanan yang baik dan sikap jujur menciptakan citra positif pada diri pedagang, sedangkan perlakuan yang tidak menyenangkan akan membuat konsumen enggan untuk kembali, adapun satu konsumen yang menyatakan perilaku negatif yang di alami tidak mempengaruhi konsumen tersebut di karenakan konsumen tetap belanja di sana tetapi memilih pedagang yang menurutnya bagus.

Kejujuran dan keadilan dalam bersikap adalah nilai yang sangat ditekankan dalam Islam, terutama dalam berdagang. Pedagang durian di sekitar Masjid Terapung menunjukkan komitmen pada nilai kejujuran ini dengan cara menyampaikan secara

¹³⁷ Nurkumala, Konsumen, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 5 Juni 2025

¹³⁸ Annisa Khumaerah, Konsumen, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare tanggal 10 juni 2025

¹³⁹ Nurul Izzah, Konsumen, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 05 Juni 2025

¹⁴⁰ Ratna Dwi, Konsumen, Wawancara di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare Tanggal 10 Juni 2025

terbuka kondisi durian yang mereka jual. ketika durian yang dijual belum matang sempurna atau terasa sedikit pahit, pedagang akan menyampaikan kondisi itu terlebih dahulu sebelum membukanya. Bahkan ada pedagang yang menunjukkan isi durian terlebih dahulu agar pembeli dapat melihat secara langsung. Dan bersedia menggantikan durian yang busuk dengan durian yang baru. Namun ada beberapa pedagang yang belum menerapkan prinsip keadilan dalam berdagang, beberapa pedagang tersebut masih membedakan konsumen, akibatnya akan merusak kepercayaan konsumen dan menghambat keberlanjutan usaha pedagang.

Kejujuran ini membangun kepercayaan konsumen. Konsumen merasa dihargai dan tidak tertipu, sehingga mereka lebih cenderung untuk kembali membeli dan bahkan merekomendasikan kepada orang lain. Kepercayaan yang dibangun dari kejujuran menjadi modal sosial yang sangat kuat untuk menjaga keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. Namun sebaliknya akibat dari sikap yang tidak adil dilakukan oleh pedagang ke konsumen dapat menjadi dampak buruk bagi keberlanjutan usahanya karena konsumen mungkin menceritakan pengalamannya ke kerabat atau teman-temannya yang membuat tersebar citra negatif dari pedagang.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan pada hasil wawancara dan observasi serta mengacu pada rumusan masalah maka di sini peneliti akan membahas hasil temuan-temuannya di lapangan. Pembahasan akan difokuskan dalam tiga hal yaitu, perilaku pedagang durian di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare, penerapan prinsip etika bisnis Islam pada pedagang durian di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare dan penerapan etika bisnis islam terhadap kepercayaan konsumen dan keberlanjutan usaha pedagang durian di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare.

1. Perilaku Pedagang Durian di Sekitar Masjid Terapung Kota Parepare

Perilaku pelaku usaha dalam perspektif etika bisnis Islam harus memenuhi prinsip-prinsip moral dan syariat Islam yang menekankan kejujuran, keadilan, transparansi, tanggung jawab, serta larangan terhadap praktik yang merugikan pihak lain seperti, penipuan, kekerasan, dan pemaksaan. Etika bisnis Islam mengatur niat, sikap, dan perilaku pelaku usaha dalam seluruh proses bisnis, mulai dari transaksi (akad), pengadaan barang, hingga penetapan keuntungan yang harus dilakukan secara adil dan jujur.¹⁴¹

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi di lapangan, mayoritas pedagang durian di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare menunjukkan perilaku yang mencerminkan penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam. Di antara nilai yang paling tampak adalah kejujuran, di mana pedagang tidak menyembunyikan kualitas atau kekurangan dari produk yang mereka jual. Misalnya, pedagang secara terbuka memberi tahu konsumen jika durian yang dijual belum terlalu matang atau memiliki rasa agak pahit. Hal ini disampaikan sebelum transaksi dilakukan, yang membuat konsumen merasa dihargai dan diperlakukan dengan baik, perilaku pedagang di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare tersebut juga menyusun rapi durian yang dijual agar menarik perhatian orang yang lewat karena lokasi pedagang tersebut berada di jalan poros.

Perilaku seperti ini menunjukkan bentuk penerapan dari prinsip amanah, yaitu menjaga kepercayaan konsumen serta tidak menipu dalam kualitas produk. Konsumen yang merasa dilayani secara adil dan transparan cenderung menjadi

¹⁴¹ elok Nurjanah, 'Perilaku Penjual Durian Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Desa Blimbing Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri)', *Pharmacognosy Magazine*, 75.17 (2021), 399–405.

pelanggan tetap, bahkan turut merekomendasikan pedagang kepada orang lain. Hal ini memperlihatkan bahwa nilai-nilai etis dalam bisnis tidak hanya mendatangkan kepercayaan, tetapi juga berkontribusi langsung pada keberlanjutan usaha.

Namun, tidak semua pedagang menunjukkan konsistensi dalam menjalankan prinsip-prinsip tersebut. Ditemukan pula sebagian kecil pedagang yang membedakan perlakuan terhadap konsumen, seperti membeda-bedakan konsumen yang datang untuk membeli, lebih memilih melayani konsumen yang menggunakan mobil atau rombongan daripada konsumen yang menggunakan motor. Konsumen juga mengeluhkan sikap pedagang yang berubah jutek atau tidak menyenangkan saat proses tawar-menawar berlangsung. Bahkan ada yang menyuruh pembeli untuk mencari di tempat lain jika tidak cocok dengan harga. Hal ini menjadi salah satu bentuk ketidakadilan dalam praktik bisnis, yang dapat merusak citra pedagang dan menurunkan kepercayaan pelanggan.

Perilaku sebagian besar pedagang durian di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare menunjukkan penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam yang selaras dengan pandangan Prof. Dr. M. Umer Chapra. Dalam teorinya, Chapra menegaskan bahwa keberhasilan sistem ekonomi Islam tidak cukup hanya dilihat dari sisi mekanisme pasar atau keuntungan finansial, tetapi juga harus dilandaskan pada moralitas, tanggung jawab sosial, dan keadilan.

Dalam konteks ini, teori Prof. Dr. M. Umer Chapra menjadi sangat relevan. Menurut Chapra, sistem ekonomi Islam yang ideal tidak cukup hanya dengan transaksi yang sah secara syariah, tetapi juga harus dibangun di atas fondasi moral dan spiritual yang kuat, seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Ia menegaskan bahwa apabila pelaku usaha tidak menjaga integritas moral, maka sistem

ekonomi Islam akan kehilangan maknanya, dan berpotensi menimbulkan ketimpangan serta ketidakpercayaan dalam masyarakat.¹⁴²

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penerapan kejujuran dan amanah dalam bisnis membawa dampak positif terhadap loyalitas konsumen dan kelangsungan usaha, sedangkan perlakuan tidak adil, meskipun dilakukan oleh sebagian kecil pedagang, dapat menjadi ancaman terhadap kepercayaan masyarakat secara luas. Oleh karena itu, konsistensi dalam menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam menjadi kunci utama dalam membangun usaha yang tidak hanya menguntungkan secara materi, tetapi juga bernilai secara spiritual dan sosial.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Novita Ambarsari dan Luhur Prasetyo yang meneliti “perilaku pedagang di Pasar Wisata Plaosan.” Dalam penelitiannya, ditemukan bahwa para pedagang belum sepenuhnya menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam secara konsisten. Perilaku pedagang yang kurang memperhatikan etika bisnis berpotensi menimbulkan dampak negatif, seperti menurunnya pendapatan akibat pelayanan yang kurang baik. Penelitian Novita juga menekankan adanya pengaruh faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku pedagang, yang berdampak pada aspek sosial dan finansial usaha mereka.¹⁴³

Dengan demikian, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Novita Ambarsari dan Luhur Prasetyo bahwa penting bagi pelaku usaha untuk meningkatkan kesadaran dan komitmen terhadap prinsip-prinsip etika bisnis Islam agar dapat menciptakan praktik bisnis yang berkelanjutan, adil, dan terpercaya di mata konsumen.

¹⁴² M. Umer Chapra, *The Future of Economics: An Islamic* (Penerbitan Kube Ltd, 2016).

¹⁴³ Novita Ambarsari and Luhur Prasetyo.

2. Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Durian Di Sekitar Masjid Terapung Kota Parepare

Etika bisnis yang islami mengacu pada perilaku umat slam yang menjalankan bisnis berdasarkan pada Al-Qur'an dan sunnah. Dalam muamalah membolehkan segala sesuatu kecuali ada dalil larangannya. Bagian ini menjelaskan praktik bisnis apa saja yang di larang dalam islam.¹⁴⁴

a. Kejujuran

Kejujuran dalam etika bisnis Islam menuntut pelaku bisnis untuk selalu berkata dan berbuat benar, transparan, ikhlas, dan bertanggung jawab, sehingga bisnis tidak hanya sukses secara materi tetapi juga membawa keberkahan dan ridha Allah. Yang dimaksud dengan kejujuran di sini adalah niat, sikap dan perbuatan yang benar ketika melakukan berbagai proses, seperti proses berdagang dan lain sebagainya.

Dari hasil wawancara di atas, perilaku pedagang sudah mencerminkan prinsip kejujuran dalam Etika Bisnis Islam, yang di mana pedagang dengan jujur menjelaskan kondisi durian yang di jualnya, dan berdasarkan dari pernyataan konsumen juga menguatkan bahwa pedagang durian di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare terbilang jujur dalam berdagang.

Setelah dianalisis menggunakan teori faktor pendukung dari Atthabary dapat diidentifikasi bahwa pedagang durian di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare telah menunjukkan sikap jujur dalam berdagang, teori Atthabary menekankan bahwa Seorang pengusaha Islam wajib mentaati semua aturan Allah dan menjauhi semua larangannya. Allah telah memerintahkan seorang muslim untuk bersikap jujur dan meninggalkan ketidakjujuran.

¹⁴⁴ Ma'rifah Yuliani, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam* (Bandung: Widina Media Utama, 2020).

Prinsip ini sejalan dengan Surah Al-Ahzab ayat 70–71, di mana Allah berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا
يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا

“Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar.”

“Niscaya Allah memperbaiki amalan-amalanmu dan mengampuni dosa-dosamu. Dan barang siapa menaati Allah dan Rasul-Nya, maka sesungguhnya ia telah mendapat kemenangan yang besar.”

Ayat ini secara jelas mengaitkan antara takwa, kejujuran, dan keberhasilan. Allah memerintahkan orang-orang beriman untuk mengucapkan perkataan yang benar, yang berarti berkata jujur dan tidak menyesatkan. Dalam konteks bisnis, perkataan yang jujur mencakup penyampaian informasi produk dengan transparan, tidak menyembunyikan cacat, serta tidak memperdaya konsumen.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap jujur para pedagang durian merupakan bentuk penerapan langsung dari nilai-nilai Islam sebagaimana diteorikan oleh Atthabary dan diperintahkan dalam Al-Qur'an. Hal ini bukan hanya mencerminkan moralitas personal, tetapi juga menjadi faktor pendukung keberlanjutan usaha, karena kepercayaan yang tumbuh dari kejujuran merupakan modal sosial yang sangat penting dalam bisnis.

b. Amanah

Amanah berarti dapat dipercaya dan menjalankan tanggung jawab dengan jujur. Dalam etika bisnis Islam, amanah mencakup menjaga kepercayaan, menepati janji, tidak curang, dan mengelola barang atau uang orang lain dengan benar.

Berdasarkan dari keterangan di atas, perilaku pedagang dengan menggantikan durian yang tidak bagus dengan durian yang baru, hal ini sudah sesuai dengan prinsip amanah dalam etika bisnis islam , karena pedagang bertanggung jawab atas dagangannya dan komitmen yang telah di ucapkan.

Penelitian ini telah membuktikan bahwa prinsip amanah dalam etika bisnis Islam, sebagaimana dijelaskan oleh Prof. Dr. M. Umer Chapra, dapat diterapkan dalam praktik oleh pedagang durian di sekitar masjid terapung kota parepare. Sikap jujur, transparan, dan bertanggung jawab seperti yang ditunjukkan para pedagang adalah bentuk nyata dari pelaksanaan prinsip amanah dalam ekonomi Islam.

c. Keadilan

Ditinjau dari Prinsip Keadilan, Dalam konteks ini, seseorang dapat bersikap adil terhadap diri sendiri dan juga memperlakukan orang lain secara adil dalam perbuatannya. Kesempurnaan dalam berbisnis bukan hanya untuk mencari keuntungan saja, sehingga mengabaikan kepentingan orang lain, namun bagaimana kita dapat mencapai keseimbangan sehingga setiap orang yang terlibat merasa dihargai.¹⁴⁵

Dari hasil wawancara Dari jawaban di atas dari prinsip keadilan yaitu pedagang sudah adil dalam menentukan dan memberikan harga duriannya, namun dari sikap ada dua konsumen yang mengeluhkan sikap pedagang yang di mana ada pedagang yang pilih-pilih terhadap konsumen yang datang walaupun demikian konsumen tetap menekankan bahwa tidak semua pedagang bersikap seperti itu. kurangnya perlakuan adil yang dilakukan oleh pedagang kepada konsumennya.

¹⁴⁵ Abriadevi Destya Wati, Suyud Arif, 'Analisis Penerapan Prinsip Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop', *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5 no1 (2022), 144.

Dalam dunia bisnis pembeli sangat mengharapkan keadilan yang mana keadilan terwujud saat pedagang tidak membedakan pembeli. Namun tanggapan dari konsumen bahwa pedagang membedakan konsumen yang datang.

d. Tanggung jawab sosial

Etika bisnis Islam menekankan tanggung jawab sosial pelaku usaha terhadap masyarakat dan lingkungan. Usaha tidak hanya mengejar keuntungan, tapi juga keberkahan dan manfaat bagi orang banyak.

Hasil temuan peneliti yang di dapatkan dari informan menunjukkan bahwa para pedagang di sekitar masjid terapung kota parepare telah menunjukkan sikap tanggung jawab sosial, yang di mana para pedagang setelah berdagang membersihkan area dagangannya hal ini sejalan dengan teori prinsip tanggung jawab sosial oleh Prof. Dr. M. Umer Chapra yang menekankan bahwa bisnis dan aktivitas ekonomi harus di jalankan dengan kesadaran akan tanggung jawab tidak hanya kepada individu tetapi juga kepada masyarakat luas dan lingkungan sekitar.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Putri Natasya yang dilakukan pada pedagang buah-buahan di Pasar Induk Lambaro, Kabupaten Aceh Besar. Dalam penelitiannya, Putri menemukan bahwa secara umum pedagang sudah menerapkan prinsip kejujuran dalam menawarkan barang dagangan mereka. Kejujuran menjadi aspek penting yang dapat membangun kepercayaan konsumen dan menjaga hubungan bisnis yang berkelanjutan. Selain itu, aspek tanggung jawab atau amanah juga mulai diterapkan oleh sebagian pedagang, meskipun belum secara menyeluruh.¹⁴⁶

Namun demikian, kedua penelitian juga menemukan adanya ketidakkonsistenan dalam penerapan prinsip etika bisnis Islam. Dalam penelitian ini,

¹⁴⁶ Natasya.

terdapat pedagang yang membedakan perlakuan terhadap konsumen, misalnya lebih memprioritaskan pembeli yang datang dengan kendaraan tertentu, sehingga menimbulkan ketidakadilan dalam pelayanan. Hal ini juga senada dengan temuan Putri Natasya yang mengungkapkan bahwa sebagian pedagang masih mengutamakan keuntungan tanpa memperhatikan kerugian konsumen dan kadang memberikan penjelasan yang tidak sepenuhnya benar. Ketidaksesuaian tersebut menunjukkan masih adanya pelanggaran terhadap prinsip keadilan dan kebenaran dalam etika bisnis Islam.

Secara keseluruhan, kedua penelitian menunjukkan bahwa meskipun prinsip-prinsip etika bisnis Islam sudah mulai diterapkan oleh pedagang di pasar tradisional maupun pedagang durian di sekitar Masjid Terapung, masih ada kendala dan tantangan yang menyebabkan penerapannya belum sepenuhnya konsisten. Hal ini mengindikasikan pentingnya upaya pembinaan dan edukasi kepada para pedagang agar lebih memahami dan menjalankan etika bisnis Islam secara menyeluruh, terutama dalam aspek keadilan dan tanggung jawab sosial.

3. Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepercayaan Konsumen Dan Keberlanjutan Usaha Pedagang Durian Di Sekitar Masjid Terapung Kota Parepare

Dalam dunia usaha, kepercayaan konsumen menjadi salah satu faktor kunci dalam mempertahankan dan mengembangkan bisnis. Terlebih dalam konteks perdagangan, seperti pedagang durian di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare, hubungan antara pedagang dan pembeli tidak hanya didasarkan pada transaksi, tetapi juga pada nilai-nilai etis yang dijunjung tinggi.

Temuan di lapangan menunjukkan bahwa pedagang durian di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare secara nyata menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam. Mereka tidak hanya fokus pada keuntungan jangka pendek, tetapi juga menjaga kualitas interaksi dengan konsumen melalui kejujuran dalam menyampaikan kondisi produk. Pedagang menyampaikan secara terbuka apabila durian belum terlalu matang atau memiliki rasa sedikit pahit. Ia percaya bahwa kejujuran tidak akan membuat rugi, justru akan meningkatkan kepercayaan konsumen.

Meskipun sebagian besar pedagang durian di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam, terdapat pula beberapa temuan yang menunjukkan adanya perilaku yang kurang sesuai dengan prinsip tersebut. Beberapa pedagang diketahui membedakan konsumen dalam hal pelayanan.

Perilaku seperti ini bertentangan dengan prinsip keadilan dalam etika bisnis Islam, yang sangat ditekankan oleh Prof. Dr. M. Umer Chapra. Chapra menegaskan bahwa sistem ekonomi Islam menuntut pelaku usaha untuk berlaku adil kepada semua pihak tanpa diskriminasi, karena ketidakadilan tidak hanya merugikan individu, tetapi juga dapat merusak tatanan sosial dan menghilangkan kepercayaan masyarakat terhadap pelaku bisnis.

Ketidakadilan dalam transaksi ini berpotensi menimbulkan kecurigaan dan ketidaknyamanan pada konsumen, sehingga dapat mengancam kepercayaan yang selama ini dibangun dengan susah payah. Kepercayaan yang hilang akan berdampak negatif pada keberlanjutan usaha, karena konsumen dapat memilih untuk beralih ke pedagang lain yang lebih jujur dan adil. Oleh karena itu, meskipun penerapan etika bisnis Islam oleh banyak pedagang telah berhasil menciptakan hubungan baik dengan konsumen dan mendukung kelangsungan usaha, penting bagi semua pelaku usaha

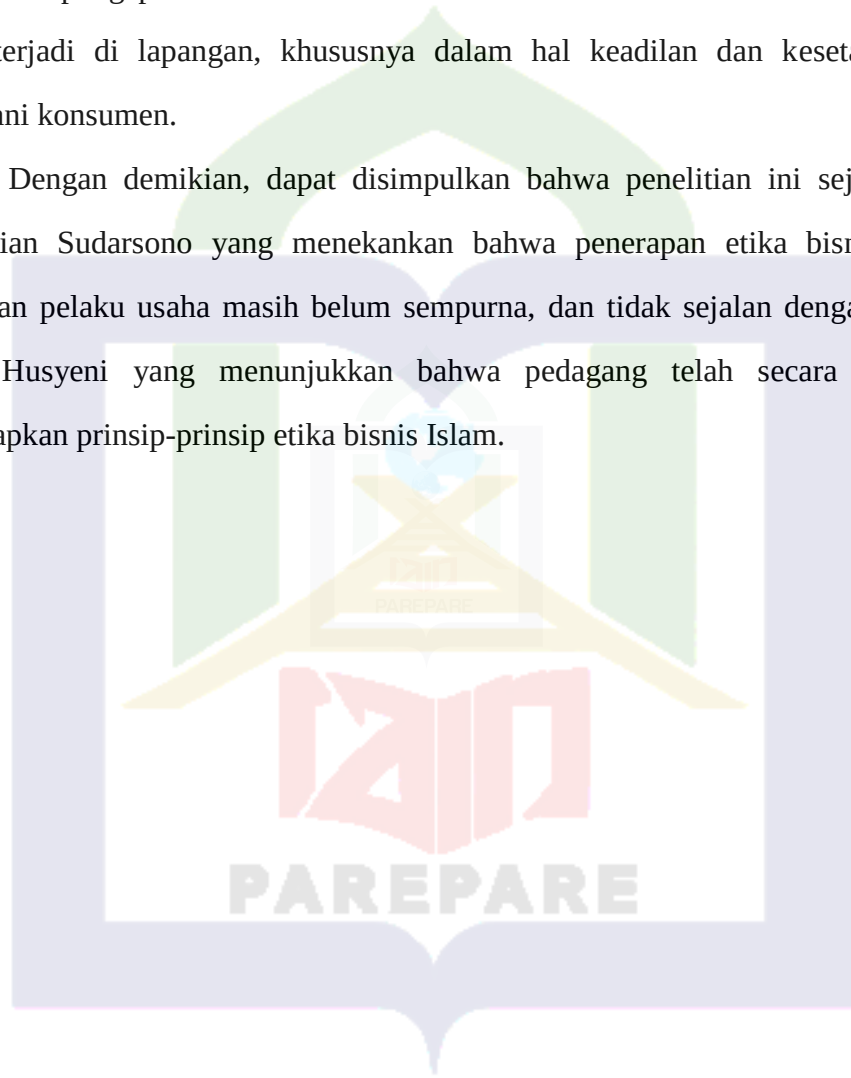
untuk menjaga konsistensi dalam menerapkan prinsip-prinsip moral, terutama keadilan dan amanah. Ini bukan hanya kewajiban agama, tetapi juga strategi penting agar bisnis dapat berkembang secara sehat dan berkelanjutan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sudarsono dalam penelitiannya yang berjudul “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Kudus”. Dalam penelitian tersebut, Sudarsono menyimpulkan bahwa para pelaku UMKM belum sepenuhnya menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Terdapat beberapa hambatan dan kendala yang menyebabkan implementasi etika bisnis belum optimal, seperti ketidakkonsistenan dalam menerapkan prinsip tanggung jawab dan keadilan. Hal ini sejalan dengan temuan peneliti, bahwa meskipun sebagian besar pedagang durian telah menunjukkan perilaku jujur dan bertanggung jawab, namun masih ditemukan praktik diskriminatif terhadap konsumen, yang menunjukkan bahwa prinsip keadilan belum sepenuhnya diterapkan.

Sebaliknya, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ihdal Husyeni dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Pakaian Bekas Impor Online Shop di Pinrang”. Dalam penelitian tersebut, Ihdal menemukan bahwa pedagang online shop telah menerapkan seluruh prinsip etika bisnis Islam dengan baik, mulai dari kejujuran, keseimbangan, hingga tanggung jawab sosial. Para pedagang bahkan secara aktif menanggapi keluhan konsumen dengan memberikan solusi seperti pengembalian dana atau penggantian barang, sebagai bentuk komitmen terhadap kepuasan pelanggan dan tanggung jawab terhadap usahanya.

Berbeda dengan hasil penelitian penulis, di mana sebagian pedagang durian masih menunjukkan perlakuan yang kurang adil terhadap konsumen dan belum sepenuhnya mencerminkan etika pelayanan yang baik. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat gap atau ketidaksesuaian antara teori etika bisnis Islam dengan praktik yang terjadi di lapangan, khususnya dalam hal keadilan dan kesetaraan dalam melayani konsumen.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini sejalan dengan penelitian Sudarsono yang menekankan bahwa penerapan etika bisnis Islam di kalangan pelaku usaha masih belum sempurna, dan tidak sejalan dengan penelitian Ihdal Husyeni yang menunjukkan bahwa pedagang telah secara menyeluruh menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam.



BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di lapangan mengenai perilaku pelaku usaha dalam perspektif Etika Bisnis Islam studi pada pedagang durian disekitar Masjid Terapung Kota Parepare, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Perilaku Pedagang Durian di Sekitar Masjid Terapung Kota Parepare sebagian besar pedagang menunjukkan perilaku tertib dan profesional, seperti menyusun rapi durian-durian dagangannya di atas mobil pick-up atau lapak, sehingga menarik perhatian pembeli dan memudahkan konsumen dalam memilih buah. Tata letak dagangan yang rapi ini juga mencerminkan komitmen pedagang terhadap kebersihan dan kerapihan tempat usaha, Lokasi berdagang yang strategis di sepanjang jalan poros dan di sekitar kawasan Masjid Terapung membuat pedagang mudah diakses oleh masyarakat dan wisatawan. Keberadaan mereka di lokasi yang ramai dan mudah dijangkau menjadi salah satu keunggulan dalam menjalankan usaha.
2. Penerapan prinsip etika bisnis Islam seperti kejujuran, amanah, keadilan, dan tanggung jawab sosial telah diterapkan oleh sebagian besar pedagang, namun masih belum merata. Dalam hal prinsip keadilan, terdapat ketidakkonsistenan penerapan di lapangan. Berdasarkan hasil wawancara, terdapat dua orang konsumen yang menyatakan bahwa pedagang durian bersikap tidak adil, misalnya dalam hal membedakan pelayanan terhadap pembeli berdasarkan penampilan atau status sosial. Sementara itu, tiga orang konsumen lainnya justru menyatakan bahwa para pedagang memperlakukan

semua pembeli dengan ramah dan setara tanpa membedakan latar belakang. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan prinsip keadilan masih bersifat subjektif dan belum sepenuhnya terinternalisasi secara kolektif oleh semua pedagang.

3. Penerapan etika bisnis Islam terhadap kepercayaan konsumen dan keberlanjutan usaha pedagang durian menunjukkan dampak positif. Kejujuran dan amanah pedagang meningkatkan kepercayaan konsumen, yang pada akhirnya berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha mereka. Konsumen merasa puas dengan pelayanan dan produk yang sesuai dengan penjelasan, sehingga pedagang mampu menjaga hubungan jangka panjang dengan pembeli. Namun, perilaku yang tidak adil seperti membeda-bedakan pelayanan terhadap konsumen berdasarkan penampilan atau status sosial dapat menjadi faktor yang menghambat keberlanjutan usaha jika tidak segera diperbaiki.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai perilaku pelaku usaha dalam perspektif Etika Bisnis Islam studi pada pedagang durian di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare, Penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Pedagang Durian di Sekitar Masjid Terapung Kota Parepare, diharapkan agar tetap mempertahankan nilai-nilai etika bisnis Islam yang telah diterapkan, khususnya dalam hal kejujuran, amanah, dan tanggung jawab sosial. Selain itu, perlu adanya peningkatan dalam penerapan prinsip keadilan, agar seluruh konsumen mendapatkan pelayanan yang setara tanpa membeda-bedakan latar belakang atau status sosial.

2. Bagi konsumen, disarankan agar lebih proaktif dalam memberikan masukan atau kritik yang membangun kepada para pedagang, terutama jika menemui pelayanan yang dirasa kurang adil atau tidak sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam. Masukan yang disampaikan dengan cara yang sopan dan jujur dapat menjadi bahan evaluasi bagi pedagang untuk memperbaiki perilaku dan meningkatkan kualitas pelayanan. Selain itu, konsumen juga diharapkan dapat menghargai upaya pedagang yang telah menerapkan etika bisnis dengan baik, sehingga tercipta hubungan yang saling menghormati dan menguntungkan kedua belah pihak.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam mengembangkan kajian tentang etika bisnis Islam di sektor perdagangan informal. Penelitian mendatang dapat memperluas fokus dengan membandingkan perilaku pelaku usaha di berbagai daerah atau meneliti pengaruh penerapan etika bisnis Islam terhadap peningkatan omset dan loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Achmadi Abu, Narkubo Cholid, *Metode Penelitian* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2005)

Anggito, Albi, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jawa Barat: CV Jejak, 2018)

Arijanto, Agus, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011)

Astuti, A. R. T. (2022). *Etika Bisnis Islam: Kasus-kasus kontemporer*. Parepare: Nusantara Press IAIN Parepare.

Aziz, Abdul, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013)

Chapra, M. Umer, *The Future of Economics: An Islamic* (Penerbitan Kube Ltd, 2016)

Damsar, *Sosiologi Ekonomi* (Jakarta: Kencana, 2016)

Deli, Alli T., *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 2000

Djakfar, Muhammad, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam* (Malang: UIN-Maliki Press, 2007)

Emzir, *Analisis Data : Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta Barat: Jakarta Rajawali Pers, 2010)

Husain syahatah, Siddiq Muh. Al-Amin, *Transaksi Dan Etika Bisnis Islam* (Jakarta: Visi Insani Publishing, 2005)

Kementrian Agama RI. *Al-Qur'an dan terjemahnya*. Jakarta: PT Sinergi Pustaka Indonesia. 2022.

Mardalis, *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal Cet. VII* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014)

Marwadi, *Praktis Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2020)

Masykuroh, Nihayatul, *Etika Bisnis Islam* (Banten: Media karya publishing,

2020)

Rivai, Veithzal, *ISLAMIC BUSINESS AND ECONOMIC ETHIC : Mengacu Pada Al-Qur`an Dan Mengikuti Jejak Rasulullah SAW Dalam Bisnis, Keuangan, Dan Ekonomi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012)

Shiddiqi Nejatullah, Muhammad, *Kegiatan Ekonomi Dalam Islam* (semarang: Bumi Aksara, 1996)

Suboyo, Joko, *Metode Penelitian (Dalam Teori Praktek)* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006)

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, CV, 2013)

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Pt. alfabet, 2016)

Suwandi, Basrowi dan, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rineka Cipta, 2008)

Yuliani, Ma'rifah, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam* (Bandung: Widina Media Utama, 2020)

Yusanto ismail, Muhammad & widjajakusuma karebet Muhammad, *Menggagas Bisnis Islam* (Jakarta: Gema Insani, 2002)

Zimmerer, Thomas W dan Scarborough Norman M., *Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil* (Jakarta: Salemba Empat, 2008)

Skripsi dan Artikel Jurnal

Amalia, Febriani, 'Tinjauan Etika Bisnis Islam Tentang Perilaku Passomel Di Mattiro Bulu Kabupaten Pinrang', *Skripsi Sarjana: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Parepare*, 2020, 41

Amalia, Fitri, 'Etika Bisnis Islam : Konsep Dan', *Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil*, 6.1 (2014), 116–25
<<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/30987>>

Arifin, Junaidi, and M. Birusman Nuryadin, 'Pemikiran Ekonomi Umar Chapra', *Rayah Al-Islam*, 8.2 (2024), 545–51
<<https://doi.org/10.37274/rais.v8i2.964>>

Arnita, 'Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Pemasaran PT. Toyota Hadji Kalla Kota Parepare', *Skripsi Sarjana: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Parepare*, 2020, 26

Destya Wati, Suyud Arif, Abristadevi, 'Analisis Penerapan Prinsip Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop', *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5 no1 (2022), 144

Dkk, Muhammad Kamal Zubair, 'Pedoman Penulisan Karya Ilmiah', 2020, 48

Dwiyanti, Riska, 'Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Masyarakat Dalam Jual Beli Gabah (Studi Di Amassangang Kabupaten Pinrang)', *Skripsi*, 2018, hlm.10

Etika, Konsep, Bisnis Islam, and Pada Perdagangan, 'J-EBI: J-EBI':, 04.01 (2025), 41–57

Fadilla, Alda, Efni Anita, and Sri Rahma, 'Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Di Kedai Martabak Ulama India (Mui) Telanaipura Di Kota Jambi', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2.3 (2024), 5

Haitam, Ibnu, 'Etika Bisnis Islam Kejujuran Menurut Persepsi At-Thabary Dan Al-Qurtubhy', *Mukadimah: Jurnal Studi Islam*, 2.2 (2018), 315–34

Husyeni Ihdal, 'Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Pakaian Bekas Impor Online Shop Di Pinrang': *Skripsi Sarjana: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Parepare*, 2023.

Ilmiah, Jurnal, Mahasiswa Jurusan, Hukum Ekonomi, and Syariah Volume, '1 , 2 , 3', 6 (2025), 285–94

Inayati, Anindya Aryu, 'Pemikiran Ekonomi Islam', *Profetika, Jurnal Studi Islam*, 14.2 (2013).

Irawan Heri, Nurwahidah dan A. Rio Makkulau Wahyu, *Etika Bisnis Islam Dilengkapi (Teori Dan Metode Penelitian Etika Bisnis)*, 2021

Mutiara, Mutiara, Sitti Nikmah Marzuki, and Muhammad Fakhri Amir, 'Implementasi Etika Bisnis Islam Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kecamatan Sibulue', *AL-Muqayyad*, 7.1 (2024), 73–83
<<https://doi.org/10.46963/jam.v7i1.1896>>

Natasya, Putri, “Analiss Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Buah-Buah Di Pasar Tradisional” Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh’, *Skripsi UIN AR-Raniry Banda Aceh*, 2016, 1–23

Novita Ambarsari, and Luhur Prasetyo, ‘Perilaku Pedagang Di Pasar Wisata Plaosan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam’, *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 2.1 (2022), 121–38 <<https://doi.org/10.21154/niqosiya.v2i1.732>>

Nurjanah, Elok, ‘Perilaku Penjual Durian Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Desa Blimbing Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri)’, *Pharmacognosy Magazine*, 75.17 (2021), 399–405

Penyusun, Tim, *Penulisan Karya Tulis Ilmiah Berbasis Teknologi Informasi* (Pare-Pare: IAIN Pare-Pare press, 2020)

Rokhmad, Prastowo, ‘Karakteristik Sosial Ekonomi Dan Perilaku Kerja’, *Skripsi*

Satar, M., ‘Penerapan Etos Kerja Islami Dalam Meningkatkan Produktivitas Karyawan Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Parepare’, *Balanca Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Volume 3 N (2021), 5

Satar, Muhammad, and Siradjuddin 2 Musmulyadi, ‘Jurnal Mirai Management Sistem Kegiatan Pemasaran Dalam Perspektif Etika Ekonomi Islam’, *Jurnal Mirai Management*, 7.2 (2022), 191–99 <<https://doi.org/10.37531/mirai.v7i2.2014>>

Semaun, Syariah dan Darwis. 2018. Pengaruh Strategi Penetapan Harga terhadap Minat Beli Konsumen di Matahari *Departemen Store Makassar* (Analisis Etika Bisnis Islam). Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (P3M), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Solehah, Siti Maratus, ‘Perilaku Pedagang Sayuran Pasar Desa Bumi Harjo Kecamatan Bumi Nabung Lampung Tengah Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam’, *Skripsi Sarjana: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Metr*, 3.2 (2018), 25–26

Syamsuri, Nurul Rahmania, and Ardiyanti, ‘Eksplorasi Konsep Falah Perspektif Umer Chapra’, *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 1.1 (2022).

Syariah, Prodi Ekonomi, U I N Sultan, Aji Muhammad, Jl Kh, and Abul Hasan, ‘Nilai-Nilai Islam Dalam Kebijakan Ekonomi Modern ; Pemikiran Umer Chapra Integration of Islamic Values into Modern Economic Policies ; Umer Chapra Perspective’, 7.November (2024), 339–49

Wazin, 'Relevansi Antara Etika Bisnis Islam Dengan Perilaku Wirausaha Muslim (Studi Tentang Perilaku Pedagang Di Pasar Lama Kota Serang Provinsi Banten)', *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 1 No 1 (2014), 2014

Wirawan, Zakiyah dan Bintang, 'Pemahaman Nilai-Nilai Syari'ah Terhadap Perilaku Berdagang(Studi Pada Pedagang Di Pasar Bambu Kuning Bandar Lampung)', *Jurnal Sociologie*, 1 No. 4, 331

Yustanto, Gea Dwiki, Alvira Choirunissa Putri, Savna Cindy Claudia, Aditya Candra, Ahmad Nurrohim, Gea Dwiki Yustanto, and others, 'Etika Bisnis Dalam Islam : Pedoman Sukses Dengan Kejujuran Dan Keadilan Business Ethics in Islam : Guidelines for Success with Honesty and Justice', 1.2 (2024), 192–200 <<https://doi.org/10.69768/ji.v1i2.11.1>>



LAMPIRAN

01. Instrumen Wawancara

	KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM Jl. AmalBakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307
	VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN

NAMA MAHASISWA : Rista Ayu Lestari
NIM : 2120203860202056
FAKULTAS : Ekonomi Dan Bisnis Islam
PRODI : Ekonomi Syariah
JUDUL : Perilaku Pelaku Usaha Dalam Perspektif Etika
 Bisnis Islam: Studi Pada Pedagang Durian di
 Sekitar Masjid Terapung Kota Parepare

PEDOMAN WAWANCARA

Wawancara Untuk Pedagang Durian Di Sekitar Masjid Terapung Kota Parepare

1. Bagaimana cara anda menawarkan dagangan anda kepada pengunjung, sedangkan penjual durian disekitar sini sangat banyak?
2. Apakah Anda menyampaikan dengan jujur kondisi durian yang dijual?
3. Apakah durian yang di makan di tempat di gantikan dengan durian yang baru apabila duriannya busuk? Jika iya, bagaimana dengan yang di bawa pulang apakah Anda menerapkan prinsip yang sama?
4. Apakah Anda menjual durian dengan harga yang dianggap adil menurut pandangan Anda?
5. Bagaimana cara Anda menentukan harga durian? Apakah harga disesuaikan dengan kualitas dan kondisi buah?
6. Di antara banyaknya konsumen yang datang untuk membeli, apakah anda berlaku adil dalam menanggapi konsumen yang berbeda-beda?
7. Apakah Anda merasa memiliki tanggung jawab terhadap lingkungan sekitar

dalam berdagang? Seperti kebersihan.

8. Bagaimana Anda menjaga kualitas dan kejujuran dalam produk durian yang Anda jual?

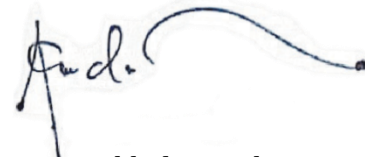
Wawancara Untuk Konsumen

1. Bagaimana sikap pedagang saat melayani Anda? Apakah ramah, sopan, dan terbuka?
2. Apakah pedagang menjelaskan kualitas atau kondisi durian dengan jujur?
3. Apakah Anda pernah merasa tertipu atau kecewa karena durian yang dibeli tidak sesuai dengan yang ditawarkan?
4. Bagaimana menurut Anda harga durian disini?
5. Jika Anda menawar harga, bagaimana sikap pedagang dalam merespons?
6. Apakah anda pernah merasa di beda-bedakan dengan konsumen lain?
7. Apakah menurut Anda pedagang durian di sini menjaga lingkungan dengan baik (tidak membuang sampah kulit durian sembarangan)?
8. Apa alasan Anda memilih membeli durian di tempat ini dibanding tempat lain?
9. Bagaimana Anda melihat sikap pedagang durian di sekitar Masjid Terapung ini? Apakah mereka menerapkan nilai-nilai kejujuran dan tanggung jawab dalam berdagang?
10. Apakah sikap pedagang tersebut berpengaruh terhadap kepercayaan kakak dan keputusan untuk membeli kembali?

Parepare, 30 Januari 2025

Mengetahui

Pembimbing Utama



A. Rio Makkulau Wahyu, M.F

NIP. 19930405 202012 1 022

02. Transkrip Wawancara

Wawancara pedagang

1. Bagaimana cara anda menawarkan dagangan anda kepada pengunjung sedangkan penjual durian disekitar sini sangat banyak?
 - a. Hj. Rustam

“Kutawarkan i, mauiga beli durianku, ku kasi juga untuk di coba, kayak yang kita lihat juga ini di mobil ku susun bagus supaya tertarik pembeli ato orang lewat.”
 - b. Wawan

“memang disini banyak penjual durian dek, apalagi kalo musimnya beh. Saya langsung ku tawarkan saja durianku dengan ramah, senyum sama pembelinya di tanyaai silahkan bu/pak, liat-liat mkimdule bisaji juga di coba, adaji juga tester ku kasi dek supaya yakin i sama durianku. Yang kasi menarik biasanya orang lewat kalo di susun rapi i ini durian e jadi tertarik pembeli e. Apalagi kalo jujurki menjual dek pasti kembaliji itu pembelie, puang a’tala mami atur semuai”
 - c. Ardiansyah

“ku usahakan sekali ramah terus sama pembeliku apana pasti nyaman orang belanja kalo ramahki, walaupun kadang ada mapakereng kereng tapi namanya juga pembeli adalah raja haha”
 - d. Rahman

“coba moki dulu buk/pak, kasi kembaliki kalo bussui, paling begituji ku tanyaai”
 - e. Zulfikar

“kalo saya kak tidak moka paksa pembeliku. Paling ku ajak-ajak bicara sebentar sambil gombal-gombal supaya mau beli di tempatku hehe, ku kasi juga paccoba kak, kalo nasuka pasti nabeli, daripada kalo di paksa nda maumi nanti kembali lagi.”
2. Apakah anda menyampaikan dengan jujur kondisi durian yang dijual?
 - a. Hj. Rustam

“Iya, kubilang jujur, apana durian nda selalu sama, eh kadang ada yang manis, ada juga biasa mapai’ ato belum masak sekali. Kalo kutau belum terlalu masak duriannya pasti ku tanyaai dulu pemebliku. Apana pasti nasuka juga pembelie kalo jujurki. Apana kalo mabellekijuga nddami orang mau datang beli dua kali. Kalo jujurki insyaAllah datang terusji itu pembelie.”
 - b. Wawan

“iye pastimi,ku tanyaai pembeliku kalo ada durian mengkal ato pale kalo ada

duriannya yang bussu tetapji kugantikan.”

c. Ardiansyah

“bisa kita tanya-tanya orang yang pernah beli disini dek, apana biar juga saya bilang ka jujurka tapi kalo ada pembeliku yang bilang tabalunya, jadi pembelikuji yang bisa nilai bagaimana orang-orang di sini jualan, tapi insyaAllah dek seusahakan terus pasti jujur.”

d. Rahman

“pastimi haruski jujur, kurasa semua pedagang disini kalo mau dibilang jujur pasti jujur semuaji apana nagantikanji durian yang bussu dengan durian yang baru kalo takkala sudahmi najual”

e. Zulfikar

“Bah, nessami kak jujurki, nda laku masege jualan e kalo mabelleki hahah.”

3. Apakah durian yang di makan di tempat di gantikan dengan durian yang baru apabila duriannya busuk? Jika iya, bagaimana dengan yang di bawa pulang apakah anda menerapkan prinsip yang sama?

a. Hj. Rustam

“kalo durian yang dimakan di tempat, baru bussu, langsung kugantikan sama durian baru, dari dulu sudah begitumi cara ku menjual. Tapi kalo dibawa pulang tetap ku kasi jaminan, biasaji ku tanya kalo nanti bussu bisa ji di bawa kembali, insyaAllah ku ganti tapi harus dalam kondisi masih utuh belum dimakan.

b. Wawan

“kalo makan di tempat langsung segantikan dek tanpa basa basi, tapi kalo dibawa pulang kulihat dulu kapan nabeli itu durian e, kah kalo lewat seharimi nda bisami di tukar.”

c. Ardiansyah

“iye samaji tapi ada syaratnya, harus hari itu nabeli hari itu juga di tukar.”

d. Rahman

“iya dek, bisaji di ganti kalo dibungkus juga asal masih utuh duriannya belum ada namakan, apana yang di gantikan durian yang bussu saja.”

e. Zulfikar

“langsung diganti kak kalo bussui, tapi kalo dibawah pulang ada juga syaratnya, harus di hari yang sama dibeli baru bisa di kasi kembali, apana ada biasa yang tinggal berhari-hari jelasmi bussui.”

4. Apakah Anda menjual durian dengan harga yang dianggap adil menurut pandangan Anda?

a. Hj. Rustam

“menurutku adil sekalimi ini yang saya kasi, karena kusesuaikan i sama jenis duriannya, ukurannya, kalo besar-besar duriannya agak mahal i memang. Apalgi kalau bagus masaknya terus manis i, pasti agak lebih mahal sedikit. Ku perhatikan ji juga harga pasarannya supaya nda terlalu jauh bedai.”

b. Rahman

“kalo menurut saya adil mi ini harganya karna kalo kayak sekarang ini bukanmi musimnya jadi susahmi di dapat durian jadi wajar-wajar sajaji kalo sekarang mahal durian, kecuali kalo musimnya mi pasti mura sekalimi juga harganya.”

5. Bagaimana cara anda Anda menentukan harga durian? Apakah harga disesuaikan dengan kualitas dan kondisi buahnya?

a. Wawan

“kusesuaikan i harga sama kondisinya duriannya dek, kalo bagus i duriannya pasti agak mahal i, tapi kalo ada kurangnya sekasi ji harga murah.”

b. Zulfikar

“iye kak, pasti kusesuaini harganya sama kondinya duriane, nda mungkin dijual mahal i baru jelle duriannya heheh.”

c. Ardiansyah

“iya begituji, kalo jelle duriannya dijual murah i, tapi kalo bagus i juga duriannya tida ada ji cacatnya sama sekali pasti agak mahal i juga.”

6. Diantara banyaknya konsumen yang datang untuk membeli, apakah Anda berlaku adil dalam menanggapi konsumen yang berbeda-beda?

a. Hj. Rustam

“nda penahka saya itu mau pilih-pilih pembeli, kalo ada datang ku layaniji semua, mau dia PNS, anak muda, cewe ato cowo ku kasi sama semuaji.”

b. Wawan

“adil, insyaAllah adilji, walaupun kadang ada ibu-ibu yang talliwe mattawar harga memang jengkel ki tapi di usahakan bagus du depannya senyum saja jeki,”

c. Ardiansyah

“kalo saya dek ku usahkan adil sama siapapun itu singgah beli, tapi kembali lagi sama konsumennya toh, walaupun bagaimanaki berusaha adil tapi kalo konsumennya nda sukaki, tetapku negatif dimatanya, tapi kalo maudibilang usahakan adil, ku usahakan sah dek.

d. Rahman

“bah, apapi masa mau dibeda-bedakan pembelie, di kasi sama semuaji.”

e. Zulfikar

“kuperlakukan semua pembeli sama kak, tapi memang kalo langgananku lebih akrab meka karena kenal meka, tapi tetap sama harga ku kasi i kak, paling ku kasiji lebih-lebih apana sering i beli.”

7. Apakah Anda merasa memiliki tanggung jawab terhadap lingkungan sekitar dalam berdagang? Seperti kebersihan.

a. Hj. Rustam

“iya, kurasaji taggung jawabku sebagai penjual itu untuk jaga kebersihan disini selama jualanka. Apana di tempat umumka jualan apalagi ini dekat mesjid jadi dijaga kebersihan supaya nda busuk juga. Apalagi juga ini sampah kulit durian cepet sekali menumpuk, jadi selaluka siapkan karung untuk tempat sampahku, kalo selesai meka menjual, kubersihkanmi disini.”

b. Wawan

“kalo itu kurasa penting sekali dek, selaluka ji bersihkan kulit durianku kalo tutuo meka.”

c. Ardiansyah

“kurasa-rasa itu tanggung jawab semua penjual disini, siapa juga yang mau bersihkan sampah e disinikalo bukan kita penjual, jadi itu harus jadi tanggung jawabta sebagai penjual memang.”

d. Rahman

“pastimi bertanggung jawab, semua pedagang disini sudah nasiapkan memangmi tempat sampah masing-masing, ku tany juga pembeliku biasa kalo makan i disini supaya itu sampah kulit duriannya nda na buang di pantai apana adami tempat sampah disediakan. Kalo bersih tempat e enak juga diliat nyaman.”

e. Zulfikar

“bah pasti kak, beratanggung jawabki, ditegurki juga kalo ta’tala’i sampah ta disini, kalo nda dibersihkan i mesa di larangki mabalu haha.”

8. Bagaimana Anda menjaga kualitas dan kejujuran dalam produk durian yang Anda jual?

a. Hj. Rustam

“dipilih-pilih memangmi sebelum dijual, dikasi pisah-pisah yang mana bagus mana besa, mana kecil, baru kalo nda bagus durian yang na dapat orang, kugatikanji sama durian baru. Kalo durianny juga nda terlalu masak, kutanyaji pembelinya, ndapapaji rugi sedikit daripada kecewaji pembelie na cerita jelleki nanti di orang.”

b. Wawan

“kalo saya selalu kuliati dulu durian e sebelum dijual, kuperiksai dulu baunya,

bentuk sama tangkainya. Kalo baunya menyengat tapi tidak busu, baru batangnya masih segar baru durinya keras itu tandanya masih bagus i.”

c. Ardiansyah

“kalo saya kutanya memang meki, hindari memangmi itu durian yang kulitnya adami tanda-tanda rusaknya ato bagian batangnya keriputmi apana biasa itu lamami sudah di panen. Kalo ada durianku saya busu siap jika ganti sama durian baru, supaya percaya juga pembelie baru betah i beli disini terus.”

d. Zulfikar

“semua durianku cek dulu sebelum dijual, dikasi pisah yang mana bagus mana yang terlalu bagus, pastikan juga nda ada busu ato nda masak, kalo ada yang nda bagus ku pisahkan memang mi. Nda pernahka mau bellei pembeiku, apana kalo kecewai pembeliku nda kembalimi nanti beli di tempatta.”

e. Rahman

“tidak ku campur i durian bagus sama jelle, misal kalo ada yang nda terlalu bagus saya pisah i nda kujual sama i dengan yang premium e tapi beda tonggi harganya, yah ada harga ada kualitas.”

Wawancara konsumen

1. Bagaimana sikap pedagang saat melayani Anda? Apakah ramah, sopan, dan terbuka?

a. Azzahra

“selama ini kurasa pedagang durian disekitar masjid terapung toh ramahji, nasambu jeki baik-baik tidak tonji bilang moki na paksa beli langsung. Nakasiki juga tester supaya nda zonk i itu durian dibeli nanti. Kalo saya pribadi nyaman jika karena terbuka i penjualnya.”

b. Nurul izzah

“rata-rata pedagang disini ramahji, nasuka juga bercandae kalo ditanya juga soal duriannya najawab ji terus terang e.”

c. Annisa khumaerah

“kalo mau dibilang ramah, ya ramah-ramahji. Itu juga kusuka beli disini apana bisa dicoba dulu, ditukar juga kalo busui kah biasanya ditempat lain nda begitu. Jadi kalo sampe dirumah ndoe busu duriannya baru nda bisa tomomi di tukar, kalo disini tawwa nakasiki tester jadi nda usahmi takut jelek duriannya.”

d. Nurkumala sari

“kalo saya nasambut jeki iyya penjualnya, tapi kalo ditawarmi duriannya baru murah sekali jutekmi itu mukanya haha, tapi kusukanya juga disini apana bersih tempatnya baru jalan poros toh, jadi bagusji di rasa duduk-duduk sambil lihat

kendaraan lewat atau liat pantai.”

- e. Ratna dwi

“Alhamdulillah kak, ramah-ramahji tapi pernahka dapat penjual yang pilih-pilih kak, beh masa yang naik mobil nalayani deluan padahal saya duluan mbo datang tapi nakacangi jeka sama temanku. Jadi langsungka pindah di samping apana bintang satu penjualnya.”
2. Apakah pedagang menjelaskan kualitas atau kondisi duriannya dengan jujur?
 - a. Azzahra

“iye nabilangji kalo mengkal i duriannya, itumi kusuka beli disini.”
 - b. Nurul izzah

“selamaka beli disini, ya jujur-jujur sajaji penjualnya, karena kalo ada durian yang kurang bagus nabilangji dulu, biasa lalo na bukakanki supaya bisa diliat isinya.”
 - c. Annisa khumaerah

“iye kurasa jujurji apana nda pernahja dapat durian jelle.”
 - d. Nurkumala sari

“bah iye, kalo itu jujur sah penjualnya najelaskan laloki biasanya yang mana durian baru mana durian belum terlalu masak, malah naganti kalo ada bussu.”
 - e. Ratna dwi

“iya jujur sah kalo saya lihat apana na bukakan ki langsung di depanta ini durian e.”
3. Apakah Anda pernah merasa tertipu atau kecewa karena durian yang dibeli tidak sesuai dengan yang ditawarkan?
 - a. Azzahra

“pernah kubungkus bah agak bussu itu durian kubeli tapi pas kembalika untung na ingatka penjualnya jadi nagantikanka durianku.”
 - b. Nurul izzah

“hmm, keknya nda pernahji apana kalopun ada jelle duriannya, nagantiji penjualnya bisaji juga dicoba dulu sebelum dibeli.”
 - c. Annisa Khumaerah

“nda pernah, karena terbukaji juga penjualnya nakasi jeki paccoba hahah.”
 - d. Nurkumala sari

“pernah makan disana tapi ada yang bussu tapi langsung digantiji. Nda pernahji iyya kecewaka apalagi ditipu.”
 - e. Ratna dwi

“alhamdulillah, selamaku berapa kali beli durian disini, nda pernah peka merasa tertipu.”

4. Bagaimana menurut Anda harga durian disini?

a. Azzahra

“kalo kayak sekarang ini kurasa mahal-mahal mi apana bukanmi musimnya, karna waktu musimnya itu kubeli kek 20.000 sampai 50.000 satu talaja, tapi sekarang harganya 20.000 satu biji itupun ndoe kecil sekali, baru kalo satu ikat ta 80.000 sampai 100.000. tapi menurutku wajarji apana susahmi di dapat durian.

b. Nurul izzah

“menurutku wajarji harganya sama kualitasnya, apana kalopun ada bussu duriannya nagantikan kiji yang baru.”

c. Annisa khumaerah

“kalo musimnya i murah sekali itumi kalo musimnya i durian disinika ji selalu beli durian apana disini murah sekali.”

d. Nurkumala sari

“menurutku yah, harga durian pada umumnya, kalo musimnya datang murah sekali memang, tapi kalo kayak sekarang ini, mahal-mahalmi.”

e. Ratna dwi

“mahal sekali hahah, eh tapi bukanmi dih musimnya ini wajarji kapang apana susahmi didapat durian e, karena bulan lalu pernahka datang makan, memang masih murahji, sekarang iyya ini mahal sekali, bukanmi mungkin musimnya dih.”

5. Jika Anda menawar harga, bagaimana sikap pedagang dalam merespons?

a. Nurul izzah

“baru jeka iyya beberapa kali beli disini nda pernah ka mattawar saya haha, kalo kurasa segituji memang harganya jadi langsung ku beliji.”

b. Annisa khumaerah

“jarangka, mattawar disini, tapi pernahka tapi nda terlalu kuperhatikanji juga responnya paling bilangji nda dek karna begitumi memang harganya, na kalo saya ditanyama begitu, nda kulanjutimi mattawarku hahah.”

c. Nurkumala sari

“kayakji yang tadi ku tanyaki pertama, semua penjualnya disini kalo baru ki datang pasti nasambutki ji baik, tapi kalo mattawar meki baru mjarah sekali ditawarkan i, adato itu penjual yang langsung berubah mukanya liatki haha, na namanya juga kita mattawar toh, kalo dikasi alhamdulillah tapi kalo nda yah nda papaji.”

6. Apakah Anda pernah mearasa dibeda-bedakan dengan konsumen lain?

a. Azzahra

“seringma beli durian disini kak, tapi nda pernahka ji merasa dibeda-bedakan, ato sayaga yang nda perhatikan i sikapnya penjualnya hahah.”

b. Nurul izzah

“kalo mau dibilang dibeda-bedakan nda tonji iya , karena kalo baruki datang naladeni jeki penjualnya baik-baik, tapi kalo ada juga orang lain singgah pindah i kesitu orang e, tapi naganti karyawannya itu handle ki, jadi kalo saya wajar-wajar sajaji.”

c. Annisa khumaerah

“aih, nda terlalu ku jampangi juga begitue, kalo nda bagus i juga penjualnya pindahka apalagi banyak ji penjual durian disini.”

d. Nurkumala sari

“kurasa je saya rata-rata penjual itu kalo orang kaya singgah, yang bagus mobilnya pasti lebih na prioritskan, apana pernahka liat ada begitu penjualnya.”

e. Ratna dwi

“pernah, pernahka itu hari berduaka sama temanku naik motor, terus liat-liat meki duriannya, eh nda lama datang rombongan satu mobil, baru itu penjualnya natinggalkanki baru nabilang liat-liat meki dulu dek, tapi massuku saya pelangganmu ka ji juga, jadi pindahka di penjual sebelah.”

7. Apakah menurut Anda pedagang durian di sini menjaga lingkungan dengan baik (tidak membuang sampah kulit durian sembarangan)?

a. Azzahra

“iya keknya, kah nda pernah jika liat ada sampah kulit durian ta’tala disini, nda pernah jika juga liat ada rumor-rumor tentang penjual durian daerah sini, kah kalo ta’talai sampah kulit duriannya pasti viralmi masuk parepare info haha.”

b. Nurul izzah

“sepertinya begitu kah pernahka makan di tempat, natanyaki itu supaya nda dibuang sampah e dilaut. Nasuruhki simpan saja disitu sampahnya nanti dia bedo yang bersihkan kalau selesaiki, dan iya kuliatnya memang lagsung i ambil karung baru nabuang di dalam karung i sampahnya.”

c. Annisa khumaerah

“kalo kuperhatikan, penjual disini naperhatikanji kebersihannya apana napungutji kulihat sampahnya tapi kurasa memang tanggung jawabnya apana kalo dibiarkan kotor merusak pantai. Naganggu juga pengunjung apana dekat mesjid terapung banyak orang datang disni.”

d. Nurkumala sari

“nda terlalu kuperhatikan saya dek, tapi biasaka lewat nda pernah jika liat ada sampah kulit durian ta’tala disekitar jalan, jadi mungkin nabersihkanji

penjualnya kalo tutup i.”

e. Ratna dwi

“kebetulan seringka lari-lari sore sama pagi di daerah sini nda pernahkaji liat ada sampah kulit durian ta’tala di sekitar sini, jadi najaga ji ro kapang kebersihannya.”

8. Apa alasan Anda memilih membeli durian di tempat ini dibandingkan tempat lain?

a. Azzahra

“karna disini ji banyak penjual durian apalagi jalan poros i juga jadi gampang di dapat, baru kalo ada durian bussu nagantikankiji sama yang baru.”

b. Nurul izzah

“karena banyak penjualnya disini, enak ki pilih-pilih. Baru enak juga beli disini karena ada beberapa penjual yang lama sekalimi menjual terus disini kalo musim durian i.”

c. Annisa khumaerah

“nda adaji alasan tertentu, karena kebetulan disini banyak i penjualnya disini semuaji mallappo penjual durian e kalo musim durian i jadi kesini ka juga.”

d. Nurkumala sari

“alasanku hmm, karna kalo musim duria i lebih banyak disini penjual dari pada di tempat lain, baru murah-murah juga, kurasa kalo musim durian i di sini ji rata-rata orang makan durian.”

e. Ratna dwi

“biasa jika juga belli di tempat lain iyya, kebetulanji ini lewatka jadi macinnaka kurasa makan durian jadi singgahka belli.”

9. Bagaimana Anda melihat sikap pedagang durian disekitar masjid terapung ini? Apakah mereka menerapkan nilai-nilai kejujuran dan tanggung jawab dalam berdagang?

a. Azzahra

“kalo kuperhatikan mungkin naterapkanji apana biar mabellei bilang bagus duriannya pasti nagantiji kalo ada busuk, ituji biasa kalo ada nda manis, itu nda naganti, apana kalo naganti tawwa na dia juga nda bisa prediksi bagaimana isinya itu durian, cukupmi naganti kalo ada bussu.”

b. Nurul izzah

“kalau kulihat-lihat naterapkanji mungkin roh karna jujurji nda pernahji juga nakasiki harga mahal sekali.”

c. Annisa khumaerah

“aii bagaimana dih hahah, karna nda terlalu ku anuji saya penjual e, yang penting datanga belinalayaniki bagus yahh nyaman-nyaman saja jeki. Kalo

masalah kejujurannya puang a'tala mani missengi haha, tapi kalo tanggung jawabnya bertanggung jawab sah tawwa, apana na gantikanki kalo ada duriannya jelle.”

d. Nurkumala sari

“kalo jujur iya jujurji, kalo tanggung jawab tanggung jawabji juga kah nagantikanki sama durian baru kalo ada durian bussu dibeli.”

e. Ratna dwi

“kalo masalah duriannya kurasa jujurji pedagangnya apana najelaskan jeki kondisinya duriannya, siapji juga naganti kalo ada bussu, tapi kalo sikap ai kayak tadi yang kubilang ada yang pilih kasih, tapi nda semuaji begitu penjualnya jadi jangani sama ratakan i.”

10. Apakah sikap pedagang tersebut berpengaruh terhadap kepercayaan kakak dan keputusan untuk membeli kembali?

a. Azzahra

“iya sangat berpengaruh, karna kalo jujur penjual pasti pembeli senang beli, dan pasti datangki kembali”

b. Nurul izzah

“iya berpengaruh sah, kalo bagus i penjualnya baru jujur i menjual, pasti datangki kembali beli disana, malah biasa direkomendasikan i ke teman-teman ta ato keluargata supaya beli juga disini”

c. Annisa khumaerah

“berpengarh ladde sah siapa juga mau datang beli kembali kalo jellei penjualnya, pasti ha tu dipilih-pilih juga penjual yang ramah-ramah e”

d. Nurkumala sari

“bah apapi, dimana-mana itu kalo bagus penjual e pasti kembali teruski beli disitu, begitupun sebaliknya, kalo jelleki penjualnya pasti malas meki kembali beli disitu.”

e. Ratna dwi

“eh nda tonji, kah walaupun ada penjualnya begitu tetap jika beli disini, Cuma pilih-pilihka penjual yang bagus juga.”

03. Surat Keputusan Penetapan Pembimbing Skripsi



DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
NOMOR : B-1222/In.39/FEBI.04/PP.00.9/04/2024

TENTANG

PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI/TUGAS AKHIR MAHASISWA

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAEREPARE

- Menimbang**
- Bahwa untuk menjamin kualitas skripsi/tugas akhir mahasiswa Fakultas FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN Parepare, maka dipandang perlu penetapan pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa tahun 2024
 - Bahwa yang tersebut namanya dalam surat keputusan ini dipandang cakap dan mampu untuk disertai tugas sebagai pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa.
- Mengingat**
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
 - Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
 - Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
 - Peraturan Pemerintah RI Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan
 - Peraturan Pemerintah RI Nomor 13 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Pemerintah RI Nomor: 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan;
 - Peraturan Presiden RI Nomor 29 Tahun 2018 tentang Institut Agama Islam Negeri Parepare;
 - Keputusan Menteri Agama Nomor: 394 Tahun 2003 tentang Pembukaan Program Studi;
 - Keputusan Menteri Agama Nomor 387 Tahun 2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Pembukaan Program Studi pada Perguruan Tinggi Agama Islam;
 - Peraturan Menteri Agama Nomor 35 Tahun 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Parepare
 - Peraturan Menteri Agama Nomor 16 Tahun 2019 tentang Statuta Institut Agama Islam Negeri Parepare.
- Memperhatikan**
- Surat Pengesahan Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran Nomor: SP DIPA-025.04.2..307381/2024, tanggal 24 November 2023 tentang DIPA IAIN Parepare Tahun Anggaran 2024
 - Surat Keputusan Rektor Institut Agama Islam Negeri Parepare Nomor: 361 Tahun 2024 Tahun 2024; tanggal 21 Pebruari 2024 tentang pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam;
- MEMUTUSKAN**
- Menetapkan**
- Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tentang pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare Tahun 2024
 - Menunjuk saudara: **A. RIO MAKKULAU, M.E.**, sebagai pembimbing skripsi/tugas akhir bagi mahasiswa :
Nama Mahasiswa : RISTA AYU LESTARI
NIM : 2120203860202056
Program Studi : Ekonomi Syariah (Ekonomi Islam)
Judul Penelitian : ANALISIS PERILAKU PELAKU USAHA DALAM OERSOEJTUF ETIKA BISNIS ISLAM: STUDI PADA PEDAGANG DURIAN DI SEKITAR MASJID TERAPUNG KOTA PAREPARE
 - Tugas pembimbing adalah membimbing dan mengarahkan mahasiswa mulai pada penyusunan sinopsis sampai selesai sebuah karya ilmiah yang berkualitas dalam bentuk skripsi/tugas akhir;
 - Segala biaya akibat diterbitkannya surat keputusan ini dibebankan kepada Anggaran belanja IAIN Parepare;
 - Surat keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan Parepare

Pada tanggal 18 April 2024

Dekan,



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.

04. Surat Izin Melaksanakan Penelitian dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : JL. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-2539/In.39/FEBI.04/PP.00.9/06/2025 03 Juni 2025

Sifat : Biasa

Lampiran : -

H a l : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. WALIKOTA PAREPARE
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
di
KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama	: RISTA AYU LESTARI
Tempat/Tgl. Lahir	: PAREPARE, 28 Maret 2004
NIM	: 2120203860202056
Fakultas / Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah (Ekonomi Islam)
Semester	: VIII (Delapan)
Alamat	: JL. A. MAKKULAU , KEL. BUKIT INDAH , KEC. SOREANG , KOTA PAREPARE

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah WALIKOTA PAREPARE dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

PERILAKU PELAKU USAHA DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM: STUDI PADA PEDAGANG DURIAN DI SEKITAR MASJID TERAPUNG KOTA PAREPARE

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 04 Juni 2025 sampai dengan tanggal 04 Juli 2025.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 197102082001122002

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare

05. Surat Rekomendasi Melakukan Penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Parepare

SRN IP0000539


PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Bandar Madani No. 1 Telp (0421) 23594 Faksimile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmpstp@pareparekota.go.id

REKOMENDASI PENELITIAN
Nomor : 539/IP/DPM-PTSP/6/2025

Dasar : 1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
3. Peraturan Walikota Parepare No. 23 Tahun 2022 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

MENGIZINKAN

KEPADA
NAMA : **RISTA AYU LESTARI**

UNIVERSITAS/ LEMBAGA : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**
Jurusan : **EKONOMI SYARIAH**
ALAMAT : **JL. ANDI MAKKASAU KOTA PAREPARE**
UNTUK : melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :

JUDUL PENELITIAN : **PERILAKU PELAKU USAHA DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM : STUDI PADA PEDAGANG DURIAN DI SEKITAR MASJID TERAPUNG KOTA PAREPARE**

LOKASI PENELITIAN : **KECAMATAN BACUKIKI BARAT KOTA PAREPARE (KELURAHAN CAPPALUNG)**

LAMA PENELITIAN : **04 Juni 2025 s.d 04 Juli 2025**

a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung
b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: **Parepare**
Pada Tanggal : **05 Juni 2025**

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
KOTA PAREPARE**


Hj. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM
Pembina Tk. 1 (IV/b)
NIP. 19741013 200604 2 019

Biaya : Rp. 0.00

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1
- Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan **Sertifikat Elektronik** yang diterbitkan **BSrE**
- Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPSTP Kota Parepare (scan QRCode)



Badan
Sertifikasi
Elektronik



06. Surat Keterangan Telah Meneliti

SURAT KETERANGAN TELAH MENELITI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : ~~Hj. Rista Ayu Lestari~~ **Hj. RUSTAM**

Pekerjaan : **Pengusaha**

Alamat : **Jln. Jenderal Sudirman**

Menerangkan dibawah ini

Nama : Rista Ayu Lestari

NIK : 7372036803040002

Tempat/Tgl, Lahir : Parepare, 28 Maret 2004

Pekerjaan : Mahasiswa

NIM : 2120203860202056

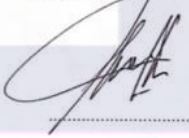
Program Studi : Ekonomi Syariah

Lembaga : Institut Agama Islam Negeri Kota Parepare

Bahwa yang tersebut namanya diatas, benar telah melakukan penelitian di Pedagang durian sekitar Masjid Terapung Kota Parepare, dalam rangka Penyusunan Skripsi dengan judul **"Perilaku Pelaku Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi Pada Pedagang Durian Di Sekitar Masjid Terapung Kota Parepare"**

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dan diberikan untuk diketahui dan pelaksanaan sebagaimana mestinya.

Parepare, 9 Juni 2025



07. Surat Keterangan Wawancara

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : HJ RUSTAM

Alamat : Jln Jendral Sudirman

Umur : 59

Pekerjaan : Pengusaha

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara(i) "Rista Ayu Lestari" yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Perilaku Pelaku Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi Pada Pedagang Durian Di Sekitar Masjid Terapung Kota Parepare"

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 9 Juni 2025

Yang bersangkutan



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : *WAWAN*

Alamat : *Jl. Lambo*

Umur : *32*

Pekerjaan : *Pedagang*

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara(i) "Rista Ayu Lestari" yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Perilaku Pelaku Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi Pada Pedagang Durian Di Sekitar Masjid Terapung Kota Parepare"

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 4 Juni 2025

Yang bersangkutan



PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : NURUL NIZAH
Alamat : Jl. Gungawe
Umur : 27
Pekerjaan : Wiraswasta

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara(i) "Rista Ayu Lestari" yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Perilaku Pelaku Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi Pada Pedagang Durian Di Sekitar Masjid Terapung Kota Parepare"

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 5 Juni 2025

Yang bersangkutan



PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Annisa Khumaerah
Alamat : Perumnas Wettek'e
Umur : 25 tahun
Pekerjaan : Pengusaha

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara(i) "**Rista Ayu Lestari**" yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "**Perilaku Pelaku Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi Pada Pedagang Durian Di Sekitar Masjid Terapung Kota Parepare**"

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 10 Juni 2025

Yang bersangkutan



PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Kumala sari
Alamat : Jl. Jend. A. Yani km. 6
Umur : 29 tahun
Pekerjaan : Wiraswasta

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara(i) "Rista Ayu Lestari" yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Perilaku Pelaku Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi Pada Pedagang Durian Di Sekitar Masjid Terapung Kota Parepare"

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 5 Juni 2025

Yang bersangkutan



PAREPARE

08. Dokumentasi



Wawancara bersama Bapak Hj Rustam, pedagang durian di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare.



Wawancara bersama Bapak Wawan dan Bapak Zulfikar, pedagang durian di sekitar Masjid Terapung Kota Parepare.



Wawancara bersama Nurul Izzah Konsumen



Wawancara bersama ibu Nurkumala Sari Konsumen

BIODATA PENULIS



RISTA AYU LESTARI Lahir pada tanggal 28 maret 2004 di Kota Parepare, Anak pertama dari pasangan suami istri Bapak Mursalim dan Ibu Nuripa. Penulis pertama kali menempuh pendidikan di SD Negeri 23 Parepare dan lulus pada tahun 2016. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan Pendidikan di SMP Negeri 2 Parepare dan lulus pada tahun 2019.

Setelah tamat, penulis melanjutkan Pendidikan di SMA Negeri 4 Parepare dan lulus pada tahun 2021. Kemudian pada tahun 2021 penulis terdaftar sebagai mahasiswa strata satu (S1) Institut Agama Islam Negeri Parepare Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah. Penulis melaksanakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) di Bank BNI Parepare, Praktik pengalaman lapangan di Dinas Perdagangan Parepare dan melaksanakan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) di Desa Napo, Kecamatan Limboro Kabupaten Polewali Mandar Sulawesi Barat. Penulis menyelesaikan studi dengan judul skripsi “Perilaku Pelaku Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi Pada Pedagang Durian di Sekitar Masjid Terapung Kota Parepare”