

SKRIPSI
ANALISIS PERILAKU PEDAGANG SAYURAN DI PASAR SUDU
KABUPATEN ENREKANG DITINJAU DALAM
ETIKA BISNIS ISLAM



OLEH

NUR FITRAYANI BUDIMAN
NIM:2120203860202106

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE

2026

**ANALISIS PERILAKU PEDAGANG SAYURAN DI PASAR SUDU
KABUPATEN ENREKANG DITINJAU DALAM
ETIKA BISNIS ISLAM**



OLEH

**NUR FITRAYANI BUDIMAN
NIM:2120203860202106**

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 Parepare

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

2026

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Perilaku Pedagang Sayuran di Pasar Sudu
Kabupaten Enrekang ditinjau dalam Etika Bisnis
Islam

Nama Mahasiswa : Nur Fitrayani Budiman

NIM : 2120203860202106

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Nomor: B-3906/In.39/FEBI.04/PP.00.9/07/2024

Disetujui Oleh :

Pembimbing Utama : A. Rio Makkulau Wahyu, M.E. (.....)
NIP : 19930405 202012 1 022

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

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

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Analisis Perilaku Pedagang Sayuran di Pasar
Sudu Kabupaten Enrekang ditinjau dalam Etika
Bisnis Islam

Nama Mahasiswa : Nur Fitrayani Budiman

NIM : 21202023860202106

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Nomor: B-3906/In.39/FEBI.04/PP.00.9/07/2024

Tanggal Ujian : 07 Januari 2026

Disahkan oleh Komisi Penguji :

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

(.....)

Sulkarnain, S.E., M.Si. (Anggota)

(.....)

Dian Resky Pangestu, S.H., M.E. (Anggota)

(.....)

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Muzaffar Muhammadun, M.Ag.
NIP. 19710208 100112 2 002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ، نَبِيِّنَا وَحَبِيبِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ، وَمَنْ تَبِعَهُمْ بِإِحْسَانٍ إِلَى يَوْمِ الدِّينِ، أَمَّا بَعْدُ

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah menurunkan rahmat, hidayah dan karunia-Nya berupa kekuatan dan kesehatan sehingga penulis dapat merampungkan penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada sang revolusioner Islam yang membawa agama Allah SWT, menjadi agama yang benar dan *Rahmatan Lil'alamin* yakni baginda Rasulullah Saw. beserta keluarganya, para sahabatnya, dan yang menjadi pengikut jejak beliau hingga akhir zaman kelak.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua, Bapak Budiman dan Ibu Samsiah. Terima kasih penulis ucapkan atas segala pengorbanan dan ketulusan yang diberikan, tak kenal lelah mendoakan, mengusahakan, memberikan dukungan baik secara moral maupun finansial.

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

Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hannani, M.Ag. selaku Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras dengan penuh tanggung jawab dalam pengembangan dan pengelolaan media belajar di IAIN Parepare menuju ke arah lebih baik.
2. Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas pengabdianya dalam 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. Sulkarnain, S.E., M.Si. dan Dian Resky Pangestu, S.H., M.E. selaku dosen penguji pertama dan kedua yang telah memberikan masukan, kritik dan saran yang membangun dalam menyempurnakan skripsi ini.
5. Untuk keluarga besar, terima kasih atas dukungan yang telah diberikan baik secara moril maupun material. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan diberikan kesehatan, keberkahan dan kebahagiaan yang tak terhingga.
6. Kepada para pedagang sayuran di Pasar Sudu Kabupaten Enrekang yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan tugas skripsi hingga mendapatkan gelar.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu namun telah berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa banyak kekurangan dan kesalahan dalam penulisan ini. Kritik dan saran demi perbaikan penelitian ini sangat diharapkan dan akan diterima sebagai bagian untuk perbaikan kedepannya sehingga menjadi penelitian yang lebih baik, pada akhirnya peneliti berharap semoga hasil penelitian ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Parepare, 18 November 2025

Penulis



NUR FITRAYANI BUDIMAN
NIM: 212020386020210

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Fitrayani Budiman

NIM : 2120203860202106

Tempat/Tgl Lahir : Sudu, 22 November 2002

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul Skripsi : Analisis Perilaku Pedagang Sayuran di Pasar Sudu
Kabupaten Enrekang ditinjau dalam Etika Bisnis Islam

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

Parepare, 18 November 2025

Penyusun,



NUR FITRAYANI BUDIMAN

NIM. 2120203860202106

ABSTRAK

Nur Fitrayani Budiman. *Analisis Perilaku Pedagang Sayuran di Pasar Sudu Kabupaten Enrekang ditinjau dalam Etika Bisnis Islam*. (Dibimbing oleh A. Rio Makkulau Wahyu)

Perdagangan adalah aktivitas ekonomi yang memiliki peranan penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Dalam proses jual beli, etika memegang peranan utama karena menjadi penentu keberkahan dan keberlangsungan suatu usaha. Adapun penelitian ini bertujuan untuk (1) menganalisis transaksi jual beli sayuran di Pasar Sudu Kabupaten Enrekang, (2) perilaku pedagang sayuran di Pasar Sudu Kabupaten Enrekang, (3) etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang sayuran di Pasar Sudu Kabupaten Enrekang.

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

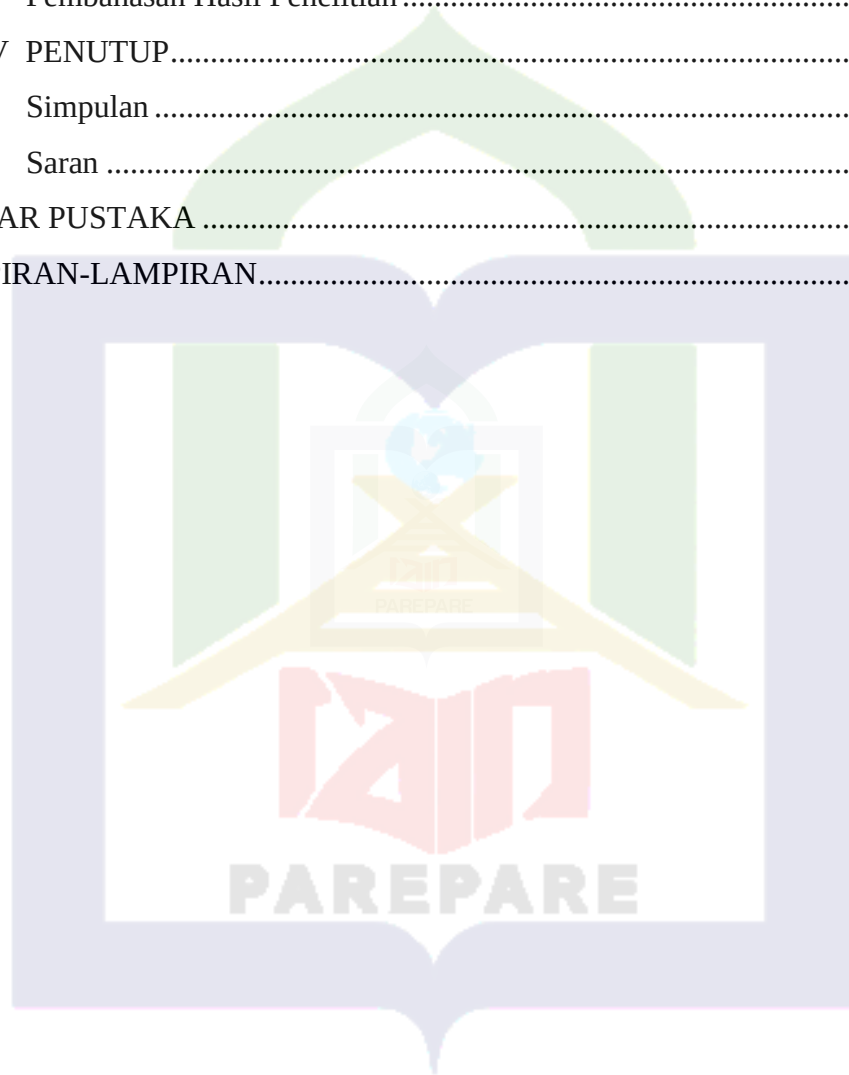
Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa (1) Proses transaksi dilakukan secara tatap muka dan disertai dengan tawar-menawar harga di mana harga tidak selalu tetap dan dapat berubah sesuai kondisi pasar serta kesepakatan antara kedua belah pihak. Sebagian besar pedagang melaksanakan transaksi secara tunai dan berlandaskan pada asas kepercayaan tanpa perjanjian tertulis. (2) Perilaku pedagang sayuran di Pasar Sudu Kabupaten Enrekang sebagian besar pedagang menunjukkan perilaku yang mencerminkan penerapan nilai etika bisnis Islam, seperti menunjukkan barang secara langsung agar pembeli dapat menilai kualitas sebelum membeli. Bahkan ketika kualitas sayuran menurun, pedagang sering memberikan penyesuaian harga agar pembeli tidak merasa dirugikan. (3) Penerapan etika bisnis Islam seperti seperti *shidiq* (jujur), amanah, *‘adl* (adil), *la dharar* (tidak merugikan), dan *ihsan* (kebenaran dan kebaikan). Hal ini terlihat dari kejujuran mereka dalam menimbang, menentukan harga, menjelaskan kondisi sayuran, serta memberikan pelayanan yang ramah dan adil, namun masih ditemukan sebagian kecil pedagang yang belum sepenuhnya menerapkan etika bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan prinsip etika bisnis masih bersifat subjektif dan belum sepenuhnya diyakini secara kolektif oleh semua pedagang.

Kata Kunci: Perilaku, Pedagang Sayuran, Etika Bisnis Islam, Pasar Sudu

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	i
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II PEMBAHASAN	5
A. Tinjauan Penelitian Relevan	5
B. Tinjauan Teori.....	8
C. Kerangka Konseptual.....	24
D. Kerangka Pikir	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	27
B. Waktu dan Lokasi Penelitian	28
C. Fokus Penelitian.....	28
D. Jenis dan Sumber Data.....	28
E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data	29

F. Uji Keabsahan Data	32
G. Teknik Analisis Data.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
A. Hasil Penelitian	36
B. Pembahasan Hasil Penelitian	54
BAB V PENUTUP.....	66
A. Simpulan	66
B. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	74



DAFTAR TABEL

No	Judul Tabel	Halaman
3.1	Sumber Informan	30



DAFTAR GAMBAR

No	Judul Gambar	Halaman
2.1	Bagan Kerangka Pikir	26



DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul Gambar	Halaman
1.	Surat permohonan izin melaksanakan penelitian	76
2.	Surat izin penelitian	77
3.	Surat penetapan pembimbing	78
4.	Berita acara revisi judul skripsi	79
5.	Pedoman wawancara	80
6.	Transkrip wawancara	82
7.	Surat keterangan selesai penelitian	97
8.	Surat keterangan wawancara	98
9.	Data dokumentasi wawancara	105
10.	Biografi penulis	111

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Transliterasi

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tha	Th	te dan ha
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengantitik 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 keatas
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 vocalnya tanpa di beri 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 (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Fathah	A	a
إ	Kasrah	I	i
أ	Dammah	U	u

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أِي	fathah dan ya	Ai	a dan i
أُو	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : kaifa

حَوْلَ : ḥaula

3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasi berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ / ى	<i>fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā	a dan garis di atas
يِ	<i>kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī	i dan garis di atas
وُ	<i>dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ	: māta
رَمَى	: ramā
قِيلَ	: qīla
يَمُوتُ	: yamūtu

4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

1. *Tamarbutah* yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
2. *ta marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau ada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*.

Contoh:

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ	: rauḍah al-jannah atau rauḍatul jannah
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ	: al-madīnah al-fāḍilah atau al-madīnatul fāḍilah
الْحِكْمَةُ	: al-hikmah

5. Syaddah(Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ـ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan sebuah perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbānā*

نَجَّيْنَا : *najjainā*

الْحَقُّ : *al-haqq*

الْحَجَّ : *al-hajj*

نُعَم : *nu'ima*

عَدُو : *'aduwwun*

Jika huruf ع bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (يَ), maka ia litransliterasi seperti huruf maddah (i).

Contoh:

عَرَبِي : 'Arabi (bukan 'Arabiyyatau 'Araby)

عَلِي : 'Ali (bukan 'Alyyatau 'Aly)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf لا (*alif lam ma'arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukanasysyamsu)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah*(bukanazzalزالah)

الْفُلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْءُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أُمِرْتُ : *umirtu*

8. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dar*Qur'an*), *Sunnah*, khusus dan umum. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Fīzilāl al-qur'an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi 'umum al-lafzlā bi khusus al-sabab

9. Lafz al-Jalalah (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudafilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ : *Dīnullah*

بِاللَّهِ : *Billah*

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

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ : *Hum fīrahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman Ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*).

Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi‘a linnāsi lalladhī bi

Bakkata mubārakan

Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur’an

Nasir al-Din al-Tusī

Abū Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagaimana kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagaimana akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: *Ibnu Rusyd*,
Abū al-Walīd Muhammad (bukan: *Rusyd*, *Abū al-Walid Muhammad Ibnu*)

Naṣr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: *Abū Zaid*, *Naṣr Ḥamīd* (bukan:
Zaid, *Naṣr Ḥamīd Abū*)

B. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	= <i>subḥānahū wa ta'āla</i>
aw.	= <i>ṣallallāhu 'alaihi wa sallam</i>
a.s.	= <i>'alaihi al- sallām</i>
H	= Hijriah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l.	= Lahir tahun
w.	= Wafat tahun
QS .../...: 4	= QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrāhīm/ ..., ayat 4
HR	= Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص	= صفحة
دم	= بدون مكان
صلعم	= صلى الله عليه وسلم
ط	= طبعة
دن	= بدون ناش
الخ	= إلى آخرها / آخره
ج	= جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

- ed. :Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor). Karena dalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).
- et al. :“Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari et alia). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.
- Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
- Terj :Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.
- Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.
- No. :Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pasar dapat dipahami sebagai ruang bertemunya penjual dan pembeli yang sama-sama memiliki kepentingan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Di dalam pasar, proses tawar-menawar terjadi secara alami sehingga nilai suatu barang dapat ditentukan secara wajar. Selain itu, pasar berperan dalam mengarahkan jumlah produksi, memperlancar distribusi barang, mengatur harga, serta menjamin ketersediaan barang dan jasa bagi masyarakat dalam jangka panjang.¹

Perdagangan adalah aktivitas ekonomi yang memiliki peranan penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Dalam proses jual beli, etika memegang peranan utama karena menjadi penentu keberkahan dan keberlangsungan suatu usaha. Islam sebagai ajaran yang menyeluruh tidak hanya mengatur hubungan manusia dengan Tuhan, tetapi juga memberikan pedoman yang jelas dalam aktivitas bisnis, seperti menanamkan sikap jujur, adil, bertanggung jawab, serta menjauhkan diri dari segala bentuk kecurangan.²

Dalam ajaran Islam, seluruh aspek kehidupan manusia telah mendapatkan penjelasan dalam Al-Qur'an, termasuk aktivitas perdagangan dan perniagaan. Islam membuka ruang yang luas bagi manusia untuk mencari rezeki dengan memanfaatkan bumi sebagai anugerah dari Allah SWT, agar dapat dikelola secara bijaksana dan dimanfaatkan hasilnya guna memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.

Islam memberikan aturan yang jelas terkait etika bisnis, jenis barang yang diperbolehkan untuk diperdagangkan, serta mekanisme dalam kegiatan jual beli. Salah satu prinsip penting dalam aturan tersebut adalah kejujuran pedagang dalam menyampaikan kondisi barang secara terbuka, termasuk apakah barang tersebut bekas atau memiliki cacat. Dengan adanya keterbukaan ini, transaksi dapat

¹ Euis Amalia, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam* (Bandung, 2010).

² Muhammad, *Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implikasinya Dalam Dunia Bisnis* (Jakarta: Kencana, 2016), hlm. 57.

berlangsung secara sukarela, pembeli merasa puas, serta terhindar dari kerugian maupun praktik penipuan.³

Etika menjadi unsur penting yang menunjang kegiatan bisnis, khususnya dalam membentuk sikap dan perilaku pelaku usaha. Dengan berlandaskan nilai-nilai Al-Qur'an, aktivitas jual beli seharusnya dijalankan sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam. Prinsip-prinsip tersebut meliputi *shidq* (kejujuran), *amanah* (dapat dipercaya), *'adl* (keadilan), *la dharar* (tidak menimbulkan kerugian), serta *ihsan* (berbuat kebaikan), yang semuanya bertujuan mewujudkan transaksi yang adil, bermakna, dan membawa keberkahan.⁴

Pasar Sudu merupakan salah satu pasar tradisional yang terletak di Jalan Poros Enrekang-Toraja, Sulawesi Selatan. Pasar ini berperan sebagai sarana utama perdagangan rakyat yang masih dijalankan secara tradisional. Hingga saat ini, Pasar Sudu tetap menjadi pusat aktivitas jual beli bagi masyarakat setempat. Berdasarkan hasil observasi awal, terdapat sekitar ± 20 pedagang sayuran yang secara rutin melakukan kegiatan jual beli pada setiap hari pasar.

Sebagaimana praktik yang ditemukan pada sebagian pedagang sayuran di Pasar Sudu, Kabupaten Enrekang, sayuran yang masih segar sering kali diletakkan di bagian atas tumpukan, sementara sayuran yang sudah mulai rusak atau membusuk disembunyikan di bagian bawah. Bahkan, terdapat pedagang yang mencampurkan sayuran segar dengan sayuran yang hampir busuk dalam satu kantong plastik dan menjualnya dengan harga normal tanpa memberikan penjelasan mengenai kondisi sebenarnya kepada pembeli. Praktik ini dilakukan agar pembeli tertarik dan beranggapan bahwa seluruh sayuran berada dalam kondisi baik. Namun, setelah dibeli dan dibuka di rumah, barulah diketahui bahwa sebagian sayuran tersebut telah rusak dan tidak layak untuk dikonsumsi.

³ Lailatul Muniroh, 'Nilai-nilai Etika Bisnis Dalam Islam Dan Relevansinya Terhadap Praktik Bisnis Modern', *Jurnal Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 14.2 (2022), 101–102.

⁴ A. Syakur Amin, 'Nilai-nilai Dasar Dalam Etika Bisnis Islam', *Millah: Jurnal Studi Agama*, 14.1 (2014), 47.

Sebagian pedagang terkadang lebih mengutamakan keuntungan semata tanpa mempertimbangkan nilai-nilai moral dan etika. Padahal, Islam tidak hanya mengatur aspek ibadah, tetapi juga memberikan tuntunan tentang cara mencari nafkah yang benar dan halal. Ketidaktahuan pembeli terhadap kondisi barang yang sebenarnya tentu dapat menimbulkan kerugian bagi pihak pembeli. Praktik semacam ini jelas bertentangan dengan etika bisnis Islam, yang menuntut pedagang untuk bersikap jujur, bijaksana, dan bertanggung jawab agar tidak merugikan salah satu pihak dalam transaksi.

Maka dari itu Saya sebagai penulis ingin menganalisis bagaimana perilaku pedagang sayuran di Pasar Sudu apakah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip tersebut atau belum dan bagaimana pertanggungjawaban jikalau ada pembeli yang menemukan hal tersebut pada sayuran yang dibelinya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran nyata tentang penerapan etika bisnis Islam dalam kegiatan perdagangan tradisional dan menjadi bahan evaluasi serta edukasi bagi para pelaku usaha agar lebih berorientasi pada nilai-nilai syariah dalam menjalankan aktivitas ekonominya.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana transaksi jual beli sayuran di pasar Sudu Kabupaten Enrekang?
2. Bagaimana perilaku pedagang dalam jual beli sayuran di Pasar Sudu Kabupaten Enrekang?
3. Bagaimana analisis etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang sayuran di pasar Sudu Kabupaten Enrekang?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang dirumuskan maka tujuan penelitian yang ingin dicapai sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis bagaimana transaksi jual beli sayuran di pasar Sudu Kabupaten Enrekang

2. Untuk menganalisis perilaku pedagang dalam jual beli sayuran di pasar Sudu Kabupaten Enrekang
3. Untuk menganalisis bagaimana etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang sayuran di Pasar Sudu Kabupaten Enrekang

D. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini penulis berharap kiranya dapat berguna bagi diri sendiri maupun bagi para pembaca, atau pihak lain yang berkepentingan.

Adapun kegunaan penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang etika bisnis Islam. Hasil penelitian ini dapat memperkaya kajian tentang perilaku pedagang di Pasar Sudu dalam etika bisnis Islam, serta menjadi referensi bagi akademisi dalam mengkaji hubungan antara praktik perdagangan dan implementasi nilai-nilai syariah. Selain itu, penelitian ini juga dapat memperluas wawasan tentang pentingnya integrasi antara aspek moral dan spiritual dalam aktivitas ekonomi.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat memberikan masukan bagi para pedagang sayuran di Pasar Sudu agar lebih memahami dan menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam menjalankan usahanya. Dengan demikian, diharapkan akan tercipta lingkungan pasar yang lebih jujur, adil, dan amanah, yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen serta memperkuat ekonomi lokal. Penelitian ini juga dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pemerintah daerah atau instansi terkait dalam merumuskan kebijakan pembinaan dan pemberdayaan pedagang pasar tradisional berbasis nilai-nilai Islam.

BAB II PEMBAHASAN

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Tinjauan penelitian terdahulu pada dasarnya dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai topik yang akan diteliti dengan penelitian sejenis yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya agar tidak terjadi pengulangan dalam penelitian kali ini. Berdasarkan penelusuran referensi penelitian yang dilakukan oleh penulis terdapat beberapa penelitian terdahulu yang berkorelasi dengan penelitian penulis. Beberapa diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh:

Pertama, Rafidah pada tahun 2020 dengan judul “Perilaku Pedagang Sayur-mayur di Pasar Sentral Pinrang (Analisis Etika Bisnis Islam)”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan prinsip etika bisnis Islam pada para pedagang sayur-mayur di pasar sentral Pinrang belum sepenuhnya diterapkan karena masih ada pedagang yang belum menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam itu sendiri, yang dimana ada lima yaitu prinsip Kesatuan (Tauhid/unity), prinsip keseimbangan (equilibrium/adil), prinsip kehendak bebas (Free Will), prinsip tanggungjawab (responsibility) serta prinsip kebenaran, kebajikan dan kejujuran. Walaupun seperti itu namun tetap masih ada pedagang sayur-mayur di pasar sentral pinrang yang telah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam.⁵ Kesamaan antara penelitian Rafidah dengan penelitian saat ini membahas tentang etika bisnis terhadap perilaku pedagang di pasar. Sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi dalam penelitian Rafidah terletak di pasar sentral Pinrang, sedangkan pada penelitian ini terletak di pasar Sudu Kabupaten Enrekang.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Rudi Kurniawan pada tahun 2013 dengan judul "Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual Beli Buah-buahan Secara Borongan (Studi Kasus di Pasar baru Buatan II, Kecamatan Koto Gasib)"

⁵ Rafidah, ‘Perilaku Pedagang Sayur-Mayur Di Pasar Sentral Pinrang (Analisis Etika Bisnis Islam)’ (Pinrang: IAIN Parepare Nusantara Press, 2020).

Penelitian ini terkait dengan praktik jual beli buah-buahan secara borongan yaitu penjual menjual buah-buahan dengan cara buah dikemas dalam peti dan cara menghitung berat kotor dikurangi berat peti dengan hitungan lima kilogram. Untuk menghindari adanya unsur gharar, maisir, eksploitasi dan riba dengan cara kesepakatan apabila buah tidak layak konsumsi yang dijual secara borongan dapat di ganti dan ini dikategorikan dengan dua cara penggantian, pertama, buah dengan buah dimana dapat dilaksanakan dengan penggantian langsung dan penggantian tidak langsung. Kedua, penggantian buah dengan uang. Pembayaran dilakukan dengan dua cara yaitu kredit dan pembayaran tunai.⁶ Adapun persamaan penelitian diatas dengan penelitian yang dilakukan oleh calon penelitian yaitu sama-sama meneliti perilaku pedagang dipasar sedangkan perbedaannya yaitu dari segi penelitian dimana penelitian yang dilakukan oleh penelitian diatas yang meneliti mengenai tinjauan hukum islam sedangkan penelitian yang dilakukan calon peneliti meneliti mengenai Analisis Etika Bisnis Islam.

Ketiga, penelitian yang dilakukan Dina Candra Nuraini dengan judul "Perilaku Pedagang Buah Ditinjau Dari Sosiologi Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Pasar Wates Kecamatan Wates Kabupaten Kediri)". Hasil penelitian karya ini adanya Perilaku yang dilakukan pedagang buah di Pasar Wates Kecamatan Wates Kabupaten Kediri dalam persaingan usaha yang ketat mengakibatkan seorang pedagang untuk terus berinovasi terhadap tampilan buahnya. Namun, ada beberapa oknum pedagang saling menjelekkkan pedagang lain karena merasa iri dengan rezeki pedagang lain.⁷ penelitian ini memiliki kesamaan dengan karya ilmiah penulis yaitu adanya kesamaan ingin mengetahui perilaku seorang penjual dalam melakukan perdagangan. Namun, tentunya dalam penelitian ini terdapat perbedaan yaitu lokasi penelitian, jika dalam karya ilmiah Dina Candra Nuraini

⁶ Rudi Kurniawan, 'Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Buah-Buahan Secara Borongan (Studi Kasus Di Pasar Baru Buatan II, Kecamatan Koto Gasib)' (Skripsi Sarjana: Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau', 2013.

⁷ Dina Candra Nuraini, 'Perilaku Pedagang Buah Ditinjau Dari Sosiologi Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Pasar Wates Kecamatan Wates Kabupaten Kediri)', (Skripsi, IAIN Kediri', 2018.

lokasi yang dipilih adalah di Pasar Tradisional Wates, sementara penelitian penulis berada di Sudu Kabupaten Enrekang. Selain itu dari segi tinjauan juga memiliki perbedaan, jika penelitian Dina Candra Nuraini menggunakan tinjauan dari sisi Sosiologi Ekonomi Islam, namun penelitian penulis ini menggunakan tinjauan dari sisi Etika Bisnis Islam.

Keempat, penelitian yang dilakukan Riski Umi Nafiah yang berjudul "Perilaku Pedagang Pakaian Di Bandung Tulungagung Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam" Kesimpulan dari karya ilmiah karya Riski Umi Nafiah, Mayoritas para pedagang pakaian di pasar tradisional Bandung Tulungagung sudah memahami tentang Etika Bisnis dalam Islam yang meliputi prinsip 1) Barang-barang diperjualbelikan tidak mengandung unsur haram. 2) Menghadapi pembeli dengan ramah tamah dan sopan 3) Bermurah hati kepada pembeli, 4) Menjalankan aktivitas usaha dagang semata-mata untuk mencari berkah dari Allah SWT. 5) jujur dalam menjalankan usaha.⁸ Persamaan dengan karya ilmiah penulis yaitu sama-sama membahas tentang Perilaku Pedagang ditinjau dari Etika Bisnis Islam. Namun perbedaannya terletak dari lokasi serta objek yang diteliti. Dalam karya Riski Umi Nafiah meneliti pedagang pakaian di Pasar Tradisional Bandung Tulungagung, sedangkan penelitian penulis perilaku pedagang sayuran yang berada di Sudu Kabupaten Enrekang.

Kelima, Yonna Ifan Falucky tahun 2017 yang berjudul "Analisis terhadap Perilaku Pedagang Pasar Tradisional dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Pasar Ngentrong, Kecamatan Campurdarat, Kabupaten Tulungagung)". Dihasilkan kesimpulan bahwa dari delapan unsur perilaku pedagang Pasar Tradisional Ngentrong yang diantaranya adalah takaran, kualitas produk, keramahan, penepatan janji, pelayanan, empati, persaingan dan pencatatan transaksi ada beberapa pedagang yang tidak sesuai dengan etika bisnis islam. Namun disisi lain juga terdapat perilaku pedagang yang sesuai dengan bisnis

⁸ Riski Umi Nafiah, 'Perilaku Pedagang Pakaian Di Bandung Tulungagung Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam' (Skripsi, IAIN Tulungagung)'.

islam.⁹ Penelitian ini memiliki kesamaan yaitu sama-sama membahas tentang perilaku pedagang ditinjau dalam etika bisnis islam. Namun, perbedaannya terletak pada lokasi yang diteliti. Dalam penelitian Yonna Irfan Falucky di pasar Ngentrong, Kecamatan Campurdarat, Kabupaten Tulungagung, sedangkan penelitian penulis berada di Sudu Kabupaten Enrekang.

B. Tinjauan Teori

Penelitian ini akan menggunakan beberapa kerangka teori maupun konsep-konsep yang dijadikan sebagai dasar untuk menganalisis permasalahan yang diteliti dan untuk menjawab permasalahan objek penelitian. Adapun teori-teori yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Perilaku Pedagang

a. Pengertian Perilaku Pedagang

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dagang merupakan pekerjaan yang berhubungan dengan menjual dan membeli barang untuk memperoleh keuntungan.¹⁰ Dagang adalah salah satu bentuk bisnis, dimana definisi umum dari istilah bisnis adalah suatu entitas ekonomi yang diselenggarakan dengan tujuan bersifat ekonomi dan sosial. Pedagang yaitu seseorang yang melakukan jual beli.

Pedagang adalah bagian dari bisnis yang berjalan sebagai penengah (distribusi) suatu barang yang dihasilkan dari sektor ekonomi, yaitu sektor pertanian, sektor industri, dan sektor jasa yang dibutuhkan dan diperlukan oleh manusia atau masyarakat untuk dapat dimanfaatkan oleh konsumen. Secara logis dengan adanya kegiatan ini akan dapat memberikan manfaat

⁹ Yonna Ifan Falucky, 'Analisis Terhadap Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Pasar Ngentrong, Kecamatan Campurdarat, Kabupaten Tulungagung)' (IAIN Tulungagung)', 2017, 54.

¹⁰ Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, 'Kamus Besar Bahasa Indonesia', 179.

bagi masyarakat. Sedangkan pola adalah bentuk, model, sikap, tingkah laku dan pertimbangan-pertimbangan.¹¹

Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh keuntungan.¹²

Pedagang adalah seseorang yang menjual, mengganti, dan menukarkan sesuatu dengan sesuatu yang lain. Dalam kehidupan sehari-hari istilah perilaku disamakan dengan tingkah laku. Perilaku adalah suatu reaksi yang dimiliki oleh seseorang terhadap segala sesuatu yang dilihat, dirasa, dan dipahami untuk selanjutnya terbentuk dalam perbuatan dan sikap.¹³

Perilaku merupakan sifat yang ada dalam diri manusia yang didorong oleh motif tertentu. 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.

Jadi perilaku pedagang adalah suatu tanggapan atau reaksi pedagang terhadap rangsangan atau lingkungan yang ada di sekitar. Perilaku pedagang juga merupakan sebuah sifat yang dimiliki oleh setiap orang pedagang, untuk menangkap reaksi yang telah diberikan oleh lingkungan terhadap keadaan yang telah terjadi sekarang.¹⁴

¹¹ Novalia Fajar Mahanani Suko, 'Pola Pedagang Di Pasar Bandar Kota Kediri Dalam Menentukan Harga Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam', 43.

¹² Eko Sujatmiko, *Kamus IPS*, I (Surakarta: Aksara Sinergi Media Cet, 2014).

¹³ Irham Fahmi, 'Perilaku Organisasi Teori, Aplikasi Dan Kasus', 2013.

¹⁴ Bintang Zakiah, Lailatul, 'Perilaku Pedagang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4.2 (2021), 118.

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. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu yang terwujud dalam gerakan (sikap), tidak saja badan atau ucapan.¹⁵

Perilaku pedagang adalah respon atau tanggapan yang berupa tindakan secara langsung atau tidak langsung oleh pedagang atau penjual terhadap segala peristiwa di lingkungan sekitarnya. Perilaku dipengaruhi oleh sikap, sikap sendiri dibentuk oleh sistem nilai dan pengetahuan yang dimiliki manusia. Maka kegiatan apapun yang dilakukan manusia hampir selalu dilatarbelakangi oleh pengetahuan pikiran dan kepercayaannya. Faktor-faktor dalam diri individu dan kejadian-kejadian di lingkungannya merupakan hal yang penting sehingga dapat mempengaruhi perilaku.¹⁶

b. Faktor-faktor Perilaku Pedagang

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku pedagang adalah sebagai berikut:

1) Takaran Timbangan

Takaran adalah ukuran yang tetap dan selalu digunakan untuk suatu pekerjaan dan tidak boleh ditambah atau dikurangi. Menyempurnakan takaran dan timbangan merupakan ketentuan yang wajib dipatuhi oleh

¹⁵ Zakiyah dan Bintang Wirawan, 'Pemahaman Nilai-Nilai Syaria'ah Terhadap Perilaku Berdagang (Studi Pada Pedagang Di Pasar Bambu Kuning Bandar Lampung)', *Jurnal Sociologie*, 1 (2014), 331.

¹⁶ C Daniel, *Kepribadian Teori Dan Penelitian*, 10th edn (salemba humanika, 2011).

setiap individu.

Allah SWT berfirman dalam (QS Ar-Rahman [55]:9)

وَأَقِيمُوا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ ٩

Terjemahnya:

“Tegakkanlah timbangan itu dengan adil dan janganlah kamu mengurangi timbangan itu.”¹⁷

2) Kualitas barang/produk

Kualitas barang/produk yaitu tingkat baik buruknya atau taraf dari suatu produk. Kualitas produk adalah sejumlah atribut atau sifat yang dideskripsikan di dalam produk dan yang digunakan untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan. Kualitas produk merupakan hal yang penting yang harus diusahakan oleh setiap pedagang jika ingin barang yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

3) Pelayanan

Pelayanan yaitu menolong dengan menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain seperti tamu atau pembeli. Melayani pembeli secara baik adalah sebuah keharusan agar pelanggan merasa puas. Seorang penjual perlu mendengarkan perasaan pembeli. Biarkan pelanggan berbicara dan dengarkanlah dengan saksama. Jangan sekali-kali meneinterupsi pembicaraannya.

4) Pembukuan Transaksi

Pembukuan adalah suatu proses pencatatan yang dilakukan secara teratur untuk mengumpulkan data dan informasi keuangan yang meliputi harta, kewajiban, modal, penghasilan dan biaya, serta jumlah

¹⁷ Departemen Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemahnya* (Bandung: CV penerbit Diponogoro, 2010).

harga perolehan dan penyerahan barang atau jasa, yang ditutup dengan laporan keuangan atau neraca dan laporan laba maupun rugi. Sebagai pedagang diharuskan untuk mencatat setiap transaksi yang dilakukan.¹⁸

2. Pasar

Dari sisi sejarah, pasar adalah tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk melakukan pertukaran barang dan jasa. Secara alamiah, pasar telah berlangsung sejak awal peradaban manusia. Islam menempatkan pasar pada kedudukan yang penting dalam perekonomian. Bahkan, praktik ekonomi pada masa Rasulullah dan Khulafaurrasyidin menunjukkan adanya peranan pasar yang dominan. Rasulullah sangat menghargai harga yang dibentuk oleh pasar sebagai harga yang adil. Beliau menolak adanya suatu price intervention atau intervensi mekanisme pasar untuk mengatasi gejolak harga apabila perubahan harga terjadi karena mekanisme pasar yang wajar.¹⁹

Pada dasarnya pasar adalah tempat pertemuan antara penjual dengan pembeli. Atau pasar adalah daerah atau tempat (area) yang di dalamnya terdapat kekuatan-kekuatan permintaan dan penawaran yang saling bertemu untuk membentuk suatu harga. Pasar dapat pula diartikan sebagai suatu kelompok orang-orang yang di organisasi kan untuk melakukan tawar-menawar (dan melakukan tempat bagi penawaran dan permintaan) sehingga dengan demikian terbentuk harga. Pengertian pertama biasanya disebut sebagai pengertian yang abstrak. Kedua pengertian di atas masih dianggap sempit dan kurang lengkap, sehingga William J. Statin mengemukakan pengertian yang lain tentang pasar ini , yakni: pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja dan kemauan untuk membelanjakan. Dalam kegiatan ekonomi, pasar sangat dikenal memiliki fungsi strategis, sebagai sebuah wadah bertemunya para

¹⁸ Rengga Agnes Wijaya, 'Perspektif Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Di Pasar Kamis Desa Nanjungan Kecamatan Pino Raya Kabupaten Bengkulu Selatan', 2021, 37.

¹⁹ Akhmad Affandi Mahfudz, *Konsep Dasar Pasar Dalam Islam*, 1st edn.

produsen (penjual) dan konsumen(pembeli). Kedua pihak tersebut akan saling mempengaruhi dan menentukan harga.²⁰

Dalam konsep ekonomi Islam penentuan harga dilakukan oleh kekuatan pasar yaitu kekuatan permintaan dan penawaran. Pertemuan permintaan dengan penawaran tersebut haruslah terjadi secara rela sama rela, tidak ada pihak yang merasa terpaksa untuk melakukan transaksi pada suatu tingkat harga.²¹

Menurut pandangan Abu Hamid Muhammad bin Muhammad at-Tusi al-Ghazali tidak menolak kenyataan bahwa keuntunganlah yang menjadi motif perdagangan. Lebih jauh, Ghazali menjabarkan pentingnya peran pemerintah dalam menjamin keamanan jalur perdagangan demi kelancaran perdagangan dan pertumbuhan ekonomi. Dalam pandangan al-Ghazali, aktivitas ekonomi termasuk perdagangan merupakan bagian dari ibadah jika dilakukan dengan niat yang benar dan berlandaskan akhlak. Pasar bukan hanya tempat pertukaran barang, tetapi juga arena pembentukan karakter dan moralitas. Sikap adil, jujur, dan amanah dalam jual beli adalah bentuk pengabdian kepada Allah dan sekaligus kontribusi bagi kesejahteraan sosial.

Imam Ghazali dan juga para pemikir pada zamannya ketika membicarakan harga biasanya langsung mengaitkannya dengan keuntungan. Keuntungan belum secara jelas dikaitkan dengan pendapatan dan biaya. Bagi Ghazali, keuntungan adalah kompensasi dari kepayahan perjalanan, risiko bisnis, dan ancaman keselamatan diri si pedagang. Walaupun ia tidak setuju dengan keuntungan yang berlebih untuk menjadi motivasi pedagang. Bagi imam Ghazali, keuntunganlah yang menjadi motivasi pedagang, namun keuntungan sesungguhnya adalah

²⁰ Mursyid, 'Manajemen Pemasaran' (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006), 46.

²¹ Adiwarman Azwar Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: IIIT Indonesia, 2002).

keuntungan diakhirat kelak.²²

Adapun bentuk pasar dapat dilihat dari sisi penjual dan sisi konsumen. Dari sisi penjual, pasar dapat dibedakan atas berikut:

a. Pasar Persaingan Sempurna

Pada pasar persaingan sempurna, aktivitas persaingannya tidaklah nampak karena tidak terbatasnya jumlah produsen (sehingga pangsa pasar mereka menjadi terkotak-kotak atau kecil kecil) dan konsumen dapat menjual atau berapa saja tanpa ada batas asal bersedia membeli atau menjual pada harga pasar.

b. Pasar Monopoli

Pasar monopoli adalah bentuk pasar yang dikuasai oleh satu penjual saja. Dalam hal ini tidak ada barang substitusi terhadap barang yang dijual oleh penjual tunggal, serta terdapat hambatan untuk masuknya pesaing dari luar.

c. Pasar Oligopoli

Pasar oligopoli merupakan perluasan dari pasar monopoli. Dalam menentukan tingkat harga, karena pengaruh dari pesaing sangat terasa, tindakan atau aktivitas pesaing perlu dimasukkan dalam perhitungan.

d. Pasar Persaingan Monopolistik

Pasar ini merupakan bentuk campuran antara persaingan sempurna dengan monopoli. Ini karena ada kebebasan bagi perusahaan untuk masuk-keluar pasar, selain itu, barang yang dijual pun tidak homogen. Oleh karena barang-barang yang heterogan itu dimiliki oleh beberapa perusahaan besar

²² Ichsan Iqbal, 'Pemikiran Ekonomi Islam Tentang Uang, Harga Dan Pasar', *Jurnal Khatulistiwa – Journal Of Islamic Studies*, 2 (2012), 13.

saja, pasar ini mirip dengan monopoli.²³

3. Etika Bisnis Islam

a. Etika

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.²⁴

Kata etika berasal dari kata Yunani *ethos*, yang dalam bentuk jamaknya (*ta etha*), berarti “adat istiadat” atau “kebiasaan”.²⁵ Etika juga dipandang sebagai ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak).²⁶ Selain itu, etika juga berkaitan dengan perintah dan larangan langsung yang bersifat konkrit. Maka, etika dalam pengertian ini lebih bersifat normatif dan karena itu lebih mengikat setiap pribadi manusia.

Etika dapat diartikan sebagai aturan tentang prinsip-prinsip moral yang menentukan ukuran tentang baik atau buruk, benar atau salah dari tindakan seseorang, sehingga akan menjadi pedoman bagi tingkah laku seseorang atau suatu kelompok. Secara konsep, tujuan dari etika adalah untuk menetapkan prinsip-prinsip perilaku yang akan membantu orang untuk membuat pilihan dari serangkaian tindakan.²⁷

b. Bisnis

Bisnis merupakan suatu aktivitas yang dilakukan oleh seseorang atau

²³ Husein Umar, ‘Studi Kelayakan Bisnis, (Jakarta, Gramedia)’, 1997, 39.

²⁴ An Ras Try Astuti, *Etika Bisnis Islam* (Parepare: Nusantara Press IAIN Parepare, 2022), h.1.

²⁵ A. Sonny Keraf, *Etika Bisnis, Tuntutan Dan Relevansinya* (Yogyakarta: Kanisius, 1998)

²⁶ ‘Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia’ (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), h. 30.

²⁷ John R. Schermerhorn, ‘Manajemen, (Yogyakarta: Andi)’, 119.

sekelompok orang untuk menyediakan barang dan jasa dengan tujuan memperoleh keuntungan. Sedangkan etika adalah komponen pendukung para pelaku bisnis atau usaha terutama dalam hal kepribadian, tindakan dan perilakunya. Jadi etika bisnis merupakan aturan-aturan main yang berhubungan erat dengan norma-norma dan prinsip-prinsip umum yang berlaku didalam masyarakat yang bertujuan untuk memberikan rasa aman dan nyaman bagi pihak-pihak yang melakukan aktivitas bisnis yang didalamnya terdapat aspek hukum, kepemilikan, pengelolaan dan pendistribusian harta. Jadi dalam etika bisnis ini berhubungan erat dengan stakeholder maupun konsumen.²⁸

Bisnis Islami adalah upaya pengembangan modal untuk kebutuhan hidup yang dilakukan dengan memperhatikan etika islam. Bisnis Islami juga dapat diartikan sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuk yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan barang maupun jasa termasuk profit. Namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram.²⁹

c. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komit dalam bertransaksi, berperilaku dan berelasi agar tujuan bisnisnya selamat. Harta benda yng dimiliki oleh manusia merupakan tititpan yang diberikan agar harta tersebut digunakan sesuai dengan petunjuk

²⁸ Abdul Karim Sari, Yuliana, 'Urgensi Etika Bisnis Dalam Aktivitas Ekonomi Islam', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3.1 (2021), 45.

²⁹ Siti Hofifah, 'Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman Di Ngebel Ponorogo Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam', *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 3.2 (2020), 37–44

dan ketentuan yang disyariatkan Allah.³⁰ Selain itu etika bisnis juga dapat diartikan pemikiran tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis yaitu tentang perbuatan baik, buruk terpuji tercela, benar, salah, wajar, pantas, tidak pantas, dari perilaku seseorang berbisnis atau bekerja.³¹

Menurut Yusuf Al-Qardhawi bisnis yang baik tidak hanya mengejar keuntungan materi, tetapi juga memperhatikan aspek spiritual dan sosial. Prinsip-prinsip etika bisnis yang diajukan oleh al-Qaradhawi meliputi kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan kepedulian terhadap sesama. Kejujuran merupakan bentuk integritas pribadi dan iman yang sangat penting dalam setiap transaksi bisnis. Keadilan mencakup keadilan dalam harga, upah, dan perlakuan terhadap pekerja. Tanggung jawab bisnis tidak hanya terbatas pada keuntungan perusahaan, tetapi juga meliputi tanggung jawab sosial terhadap masyarakat. Kepedulian terhadap sesama ditunjukkan dengan memastikan bahwa aktivitas bisnis tidak merugikan orang lain dan lingkungan.³²

Yusuf Al-Qaradhawi juga menegaskan pentingnya menjauhi praktik bisnis yang dilarang dalam Islam, seperti riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan maysir (judi). Menurutnya, bisnis yang sehat harus bebas dari unsur-unsur tersebut karena praktik-praktik ini merugikan dan bertentangan dengan prinsip-prinsip keadilan dan kesejahteraan.³³

Menurut al-Qaradhawi, kejujuran merupakan dasar utama yang harus dipegang teguh oleh setiap pelaku bisnis. Kejujuran melibatkan transparansi

³⁰ A. Rio Makkulau Wahyu, 'PEMIKIRAN EKONOMI IBNU QAYYIM TENTANG KONSEP TAS'IR', *Jurnal Syari'ah Dan Hukum*, 16 (2018), 230.

³¹ Halifah, 'Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Komunikasi Pemasaran Pada Butik Moshaiet Surabaya', *Jurnal Kajian Bisnis*, 2022, 20.

³² E. E. Barus, 'Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Pada Rumah Makan Wong Solo Medan)', *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, 2, 125–146.

³³ E. Pekerti, R. D., & Herwiyanti, 'Transaksi Jual Beli Online Dalam Perspektif Syariah Madzhab Asy-Syafi'i', *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 2 (2018), 20.

dalam penawaran produk, tidak menipu konsumen, dan memberikan informasi yang akurat tentang kualitas dan harga produk. Kejujuran ini bukan hanya berdasarkan pertimbangan etis, tetapi juga sebagai bentuk ibadah dan pengabdian kepada Allah.³⁴

Untuk membangun bisnis yang sehat dapat dimulai dari perumusan etika yang akan digunakan sebagai aturan perilaku yang akan dibuat dan dilaksanakan. Maka dari itu, Islam menawarkan nilai-nilai dasar atau prinsip-prinsip namun yang penerapannya dalam bisnis disesuaikan dengan perkembangan zaman dan mempertimbangkan dimensi ruang dan waktu. Adapun prinsip dasar etika bisnis Islam tersebut ialah:³⁵

a. Shidq (Kejujuran)

Kejujuran merupakan nilai fundamental dalam etika bisnis Islam. Setiap pelaku usaha diwajibkan bersikap jujur dalam setiap transaksi, baik dalam menyampaikan informasi barang, harga, maupun kondisi produk. Islam sangat menekankan kejujuran dalam berdagang. Nabi Muhammad SAW bersabda: “Pegadang yang jujur dan amanah akan bersama para nabi, orang-orang yang benar, dan para syuhada.” (HR. Tirmidzi). Kejujuran tidak hanya menjaga kepercayaan konsumen, tetapi juga bernilai ibadah di sisi Allah SWT.³⁶

Allah berfirman dalam Q.S Asy-Syu'ra [26]: 181-183

﴿ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ۖ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۖ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ۖ ﴾

³⁴ G. A. Athar, 'Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Wahana Inovasi', 9 (2020), 124.

³⁵ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam* (Malang: UIN-Malang Press, 2007).

³⁶ Akhyar Adnan Lubis, 'Etika Bisnis Islam Dan Relevansinya Terhadap Praktik Ekonomi Kontemporer', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 5.2 (2019), 134.

Terjemahnya:

“Sempurmakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan. Dan timbanglah dengan timbangan yang benar. Dan janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan.”³⁷

Ekonomi harus senantiasa berbuat kejujuran dalam aktifitasnya karena orang yang beriman adalah hal prinsip yang senantiasa dipegang dan dijalankan. Orang yang jujur adalah antara perkataan dan perbuatannya tidak bertentangan. Kejujuran merupakan bentuk taqwa kepada Allah SWT. Dalam hal ini menjalankan perintah-Nya untuk mengamalkan kejujuran dan menjauhi larangannya yaitu menjauhi ketidakjujuran.³⁸

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.³⁹

b. Amanah (Dapat dipercaya)

Amanah, artinya dapat dipercaya, bertanggung jawab, dan bermakna keinginan untuk memenuhi sesuatu sesuai dengan ketentuan. Diantara nilai yang terkait dengan kejujuran dan melengkapinya adalah amanah.⁴⁰

Secara bahasa, *amanah* berasal dari bahasa Arab “amana-ya’manu-amanah”, yang berarti kepercayaan, kejujuran, atau sesuatu yang dititipkan

³⁷ Kementrian Agama, *Al-Qur'an Dan Tafsirnya, Edisi Disempurnakan*, (Jakarta: PT Sinergi Pustaka Indonesia, 2012) Xxv. 1 40," 2004, 40-53.

³⁸ Ibnu Haitam, ‘Etika Bisnis Islam Kejujuran Menurut Persepsi At-Thabary Dan Al-Qurtubhy’, *Muqadiman: Jurnal Studi Islam*, 2.2 (2018), 315.

³⁹ Syahriyah Semaun, Darwis, Pengaruh Strategi Penetapan Harga terhadap Minat Beli Konsumen Di Matahari *Departemen Store* Makassar (Analisis Etika Bisnis Islam) (Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (P3M), Isntitut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, 2018), h. 18-21.

⁴⁰ Muhammad Kamal Zubair, *IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM*, ed. by Darwis (Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2020).

untuk dijaga. Secara istilah *amanah* adalah sifat terpuji yang mencerminkan kesanggupan seseorang dalam menjaga dan menunaikan tanggung jawab baik berupa harta, tugas, maupun kepercayaan dari pihak lain. Dalam konteks bisnis islam, *amanah* berarti kejujuran dalam setiap aktivitas ekonomi dan komitmen untuk tidak menyalahgunakan kepercayaan konsumen, mitra, dan masyarakat.⁴¹

Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an surah An-Nisa [4]: 58

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

Terjemahnya:

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada pemiliknya. Apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu tetapkan secara adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang paling baik kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.”⁴²

c. ‘Adl (Keadilan)

Secara bahasa, ‘*adl* berarti adil, seimbang, dan menempatkan sesuatu pada tempatnya. Dalam Islam, keadilan bukan hanya norma sosial, tetapi juga perintah syariat yang fundamental, berlaku dalam semua aspek kehidupan, termasuk dalam aktivitas ekonomi dan bisnis.

Menurut Al-Gazali, keadilan adalah meletakkan sesuatu sesuai haknya, tanpa memihak, dan tanpa mengurangi atau melebihi.⁴³

Keadilan merupakan prinsip yang mencegah eksploitasi dan

⁴¹ Siti Maryam, ‘Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Aktivitas Ekonomi’, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5.1 (2020), 12–13.

⁴² Departemen Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemahnya* (Bandung: CV penerbit Diponegoro, 2010).

⁴³ Abu Hamid Al-Gazali, ‘Bab Adil Dalam Muamalah “Ihya” Ulum Al-Din” (Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyyah, 2005), hlm. 221.

ketidaksetaraan dalam bisnis. Dalam Islam, setiap bentuk kezaliman atau mengambil keuntungan secara tidak adil dilarang keras. Keadilan mencakup keadilan dalam menetapkan harga, upah, takaran, timbangan, serta keadilan dalam perlakuan terhadap konsumen dan mitra bisnis.

Menurut Susminingsih yang dikutip Destiya Wati dkk dapat dikatakan bahwa jika melalui hubungan interaksi mereka sanggup mewujudkan sifat-sifat mulia Allah SWT pada kehidupannya, maka interaksi antar manusia dalam konteks tersebut sesuai dengan martabat mereka. Orang dapat main hakim sendiri, memandang orang lain dengan adil serta interaksi yang adil. Kesempurnaan dalam berbisnis tidak semata-mata berarti memperjuangkan serta meningkatkan keuntungan hingga merendahkan kepentingan orang lain, seperti konsumen⁴⁴

Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an surah Al-Maidah: 8

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۚ اعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ۝﴾

Terjemahnya:

“Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kamu penegak (kebenaran) karena Allah (dan) saksi-saksi (yang bertindak) dengan adil. Janganlah kebencianmu terhadap suatu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlakulah adil karena (adil) itu lebih dekat pada takwa. Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Teliti terhadap apa yang kamu

⁴⁴ and Abrista Devi Wati, Destiya, Suyudi Arif, ‘Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop’, *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3.1 (2021), 141.

kerjakan.”⁴⁵

Dalam kerangka ekonomi, konsep keseimbangan menentukan rancangan kegiatan penjualan, konsumsi dan produksi yang terbaik. Dalam hal ini, Islam menyerukan keadilan atau keseimbangan antara kepentingan diri sendiri dan kepentingan orang lain. Dalam konteks ini, konsep tauhid hendak mengintegrasikan perilaku keseimbangan serta keadilan. Ketika ini berlangsung, perilaku mengganggu oleh oknum pemberi kerja dapat dihindari.⁴⁶

d. *La Dharar* (Tidak merugikan orang lain)

Secara terminologi, kata *ḍarar* berarti segala bentuk kerugian, bahaya, atau mudarat yang ditimbulkan oleh suatu perbuatan terhadap orang lain. Sedangkan *ḍirār* berarti membalas kerugian dengan cara yang sama atau melakukan tindakan yang disengaja untuk mencelakai pihak lain. Dalam konteks bisnis, prinsip ini menekankan pentingnya transaksi yang tidak menimbulkan kerugian baik secara langsung maupun tidak langsung, kepada salah satu pihak. Dalam praktik ekonomi dan bisnis Islam, prinsip *lā ḍarar* digunakan untuk mencegah eksploitasi, penipuan, dan ketidakadilan. Beberapa bentuk praktik bisnis yang dilarang karena melanggar prinsip ini antara lain:

Transaksi yang mengandung *gharar* (ketidakjelasan),

- 1) Riba (bunga yang merugikan),
- 2) Tadlis (penipuan kualitas/kuantitas),
- 3) Ikhtikar (monopoli),

⁴⁵ Departemen Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemahnya* (Bandung: CV penerbit Diponegoro, 2010).

⁴⁶ Lamtiur Mayogi Rohana Pasaribu, ‘Analisis Prinsip Dan Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis’, *UIN Raden Intan Lampung*, 2019, 227.

4) Eksploitasi sumber daya atau tenaga kerja secara tidak adil.

Prinsip ini juga sangat relevan dalam konteks kontemporer seperti pelestarian lingkungan dan perlindungan konsumen. Kegiatan usaha yang merusak lingkungan atau mengganggu keseimbangan sosial ekonomi termasuk dalam kategori yang dilarang oleh kaidah *lā ḍarar*, karena menimbulkan dampak buruk terhadap pihak lain di luar pelaku usaha.

Para ulama *ushul fiqh* telah mengklasifikasikan prinsip ini sebagai salah satu dari lima kaidah *fiqhiyyah kulliyah* (kaidah hukum Islam universal) yang menjadi dasar dalam penetapan hukum Islam, terutama dalam muamalah. Dengan kata lain, transaksi yang secara syariat tidak dilarang namun mengandung unsur kerugian (baik bagi individu maupun masyarakat) dapat dibatalkan atau dilarang berdasarkan prinsip ini.⁴⁷

e. *Ihsan* (Kebenaran)

Kebenaran adalah memiliki tujuan, sikap, dan perilaku yang tepat dalam lingkungan profesional, termasuk mencari atau mendapatkan sumber daya untuk perluasan dan penelitian guna menghasilkan atau memperoleh keuntungan. Dua komponen kunci dari filosofi ini adalah kebajikan dan kejujuran. Sementara kebenaran dipraktikkan dalam semua prosedur bisnis bahkan tanpa sedikit pun ketidakjujuran, kebajikan dalam bisnis muncul sebagai bantuan dan kebaikan dalam interaksi. Etika bisnis Islam menawarkan perlindungan dan pencegahan yang sangat protektif terhadap potensi kerugian bagi semua pihak yang ikut serta pada transaksi, kerjasama, ataupun perjanjian komersial dengan bantuan prinsip kebenaran

⁴⁷ Ma'ruf Abdullah, 'Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Perspektif Islam', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3.2 (2018), 122–30.

ini.⁴⁸

Ihsan berarti berbuat baik secara maksimal, lebih dari sekedar memenuhi kewajiban. Dalam bisnis, *Ihsan* bisa berupa memberikan pelayanan terbaik, memberi bonus atau potongan harga, dan berempati terhadap kesulitan konsumen. Konsep ini menekankan pada nilai-nilai spritual dalam bisnis bahwa setiap transaksi merupakan bentuk ibadah yang harus dilakukan dengan kesungguhan dan niat yang benar.⁴⁹ Allah berfirman dalam (QS An-Nahl:2)

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ٩٠﴾

Terjemahnya:

”Sesungguhnya Allah menyuruh berlaku adil, berbuat kebajikan, dan memberikan bantuan kepada kerabat. Dia (juga) melarang perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pelajaran kepadamu agar kamu selalu ingat.”⁵⁰

C. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah hasil dari simpulan atau rumusan dari kerangka teori yang telah dikaji secara kritis oleh peneliti. Dengan kata lain, kerangka konseptual merupakan turunan logis dari kerangka teori yang menggambarkan bagaimana teori tersebut diterapkan secara spesifik dalam konteks penelitian yang sedang dilakukan.⁵¹

1. Perilaku Pedagang

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu yang terwujud dalam gerakan (sikap), tidak saja badan atau ucapan serta segala tindakan dan perbuatan manusia yang kelihatan atau pun yang tidak

⁴⁸ Badrul Muis, “Etika Bisnis Dalam Prespektif Ekonomi Islam,” *Jurnal Pemikiran Keislaman Dan Kemanusiaan*, 5.1 (2021), 103.

⁴⁹ Muhammad dan T. Abdullah, *Etika Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani, 2011), hlm. 67

⁵⁰ Departemen Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemahnya*.

⁵¹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019).

kelihatan yang disadari maupun tidak disadari termasuk didalamnya secara berbicara, cara melakukan sesuatu dan bereaksi terhadap segala sesuatu yang datang dari luar maupun dari dalam dirinya. Sedangkan pedagang dalam kamus besar bahasa Indonesia adalah orang yang mencari nafkah dengan berbeda.⁵²

Pedagang adalah orang yang menjual produk kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. Jadi secara umum pedagang adalah orang-orang yang melakukan kegiatan-kegiatan perdagangan sehari-hari sebagai mata pencarian mereka. Kegiatan tersebut bertujuan untuk mendapatkan keuntungan agar memperoleh pendapatan yang baik setiap harinya⁵³

2. Pasar

Pasar adalah tempat atau keadaan dimana para pembeli dan penjual membeli serta menjual barang, jasa, dan sumber daya.⁵⁴ Adapun fungsi pasar itu sendiri mengandung sekurang-kurangnya tiga fungsi, pertama pasar berfungsi sebagai penentu nilai. Yang dimaksud dengan perkataan nilai di sini tentu saja adalah nilai produk yang diperdagangkan. Kedua, pasar mengorganisasikan produksi. Ketiga, pasar mendistribusikan produk.⁵⁵

3. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan salah yang selanjutnya tentu akan melakukan hal yang berkenan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan. Etika bisnis islam adalah suatu studi tentang seseorang atau organisasi melakukan usaha atau kontakbisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai ajaran islam.⁵⁶

⁵² Tim Penyusun, 'Kamus Bahasa Indonesia', p. 775.

⁵³ Muhammad Abdulkadir, 'Hukum Perusahaan Indonesia' (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2010), h. 13.

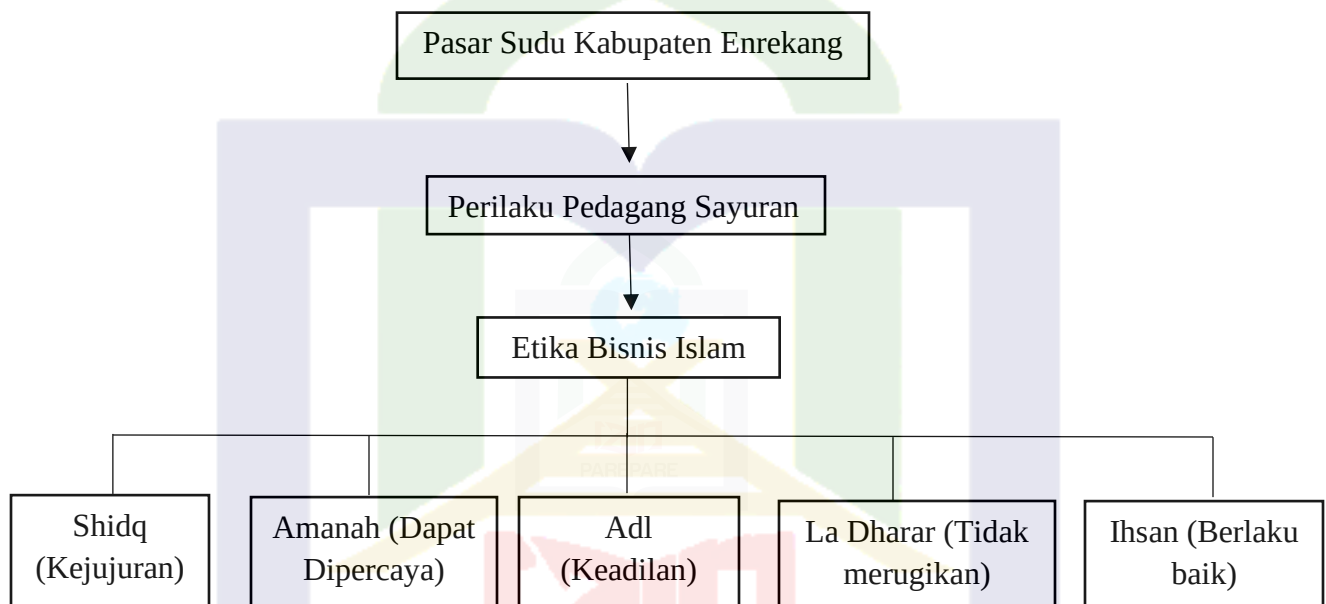
⁵⁴ Schaum's Outlines, 'Mikroekonomi', IV (Jakarta: Erlangga, 2006), h. 2.

⁵⁵ Suherman Rosyidin, 'Pengantar Teori Ekonomi (Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro Dan Makro)', Baru (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1999), h. 364.

⁵⁶ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013).

D. Kerangka Pikir

Berdasarkan judul penelitian yang membahas tentang analisis perilaku pedagang sayuran di Pasar Sudu Kabupaten Enrekang ditinjau dalam etika bisnis Islam, maka peneliti akan menguraikan masalah yang terdapat pada penelitian ini. Untuk lebih mempermudah penelitian ini, maka penulis dapat merumuskan kerangka pikir sebagai berikut.



Gambar 2.1. Kerangka Pikir

BAB III METODE PENELITIAN

Metode-metode yang digunakan dalam pembahasan ini meliputi Jenis Penelitian, Lokasi dan Waktu Penelitian, Fokus Penelitian, Jenis dan Sumber Data, Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data dan Teknik Analisis Data. Maka diuraikan sebagai berikut:

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian untuk memahami fenomena-fenomena manusia atau sosial dengan menciptakan gambaran yang menyeluruh dan kompleks yang dapat disajikan dengan kata-kata, melaporkan pandangan terinci yang diperoleh dari sumber informan, serta dilakukan dalam latar setting yang alamiah.⁵⁷ Yang di mana penulis ingin mengetahui suatu keadaan yang ingin diteliti secara apa adanya dan menggunakan data yang diperoleh dari wawancara untuk memperoleh kesimpulan.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian yang bersifat deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian dengan metode untuk menggambarkan suatu hasil penelitian. Sesuai dengan namanya, jenis penelitian ini memiliki tujuan untuk memberikan deskripsi, penjelasan, juga validasi mengenai fenomena yang tengah diteliti.⁵⁸ Dimana penulis terjun langsung ke lapangan untuk mendapatkan informasi, dalam hal ini melaksanakan wawancara, observasi, dan dokumentasi kepada pihak pedagang atau penjual di

⁵⁷ Muhammad Rijal Fadli, 'Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif', *Humanika*, 21.1 (2021), 33–54.

⁵⁸ Muhammad Ramadhan, *Metode Penelitian*, (Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN), 2021).

Pasar Sudu Kabupaten Enrekang.

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

1. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan selama kurang lebih 1 bulan lamanya (d disesuaikan dengan kebutuhan peneliti).

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Pasar Sudu, Kecamatan Alla, Kabupaten Enrekang, Provinsi Sulawesi Selatan. Pasar Sudu beroperasi setiap hari senin, selasa, kamis dan jumat.

C. Fokus Penelitian

Berdasarkan judul yang diangkat oleh peneliti, maka fokus penelitian ini adalah mengenai perilaku pedagang di Pasar Sudu Kabupaten Enrekang ditinjau dalam etika bisnis Islam.

D. Jenis dan Sumber Data

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

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber asli/informan dengan cara melakukan wawancara untuk mendukung keakuratan data.⁵⁹ Dimana penelitian ini meliputi sumber data atau dokumen yang dikumpulkan secara langsung melalui wawancara mengenai perilaku pedagang sayuran di Pasar Sudu Kabupaten Enrekang ditinjau dalam etika bisnis Islam. Dalam hal ini peneliti akan mewawancarai pihak pedagang di Pasar Sudu terkait dengan perilaku pedagang menurut etika bisnis Islam.

⁵⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta), hlm.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak langsung melalui media perantara. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini seperti buku, laporan, jurnal, literatur maupun pihak lain yang bersangkutan.⁶⁰ Dalam hal ini peneliti mencari data terkait penelitian yang berupa informasi mengenai perilaku pedagang sayuran di Pasar Sudu.

E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Mengumpulkan data dalam suatu penelitian tentunya sangat penting agar dapat memengaruhi kualitas data hasil penelitian. Data yang terkumpul untuk melakukan penelitian menggunakan teknik sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi merupakan pengamatan terhadap suatu objek yang diteliti baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memperoleh data yang harus dikumpulkan dalam penelitian.⁶¹ Oleh karena itu, observasi yang dilakukan oleh penulis adalah melalui pengamatan secara langsung pada lokasi penelitian yang sesuai dengan fakta atau kenyataan yang ada.

b. Wawancara

Suatu bentuk komunikasi atau percakapan yang bertujuan untuk mendapatkan suatu informasi yang dibutuhkan. Biasanya komunikasi dalam bentuk wawancara ini dilakukan dalam keadaan saling berhadapan, namun seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi dapat dilakukan melalui

⁶⁰ Sanapia Faisal, *Format-Format Penelitian Sosial* (Jakarta: Rajawali Pers, 1990).

⁶¹ Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2017).

handphone.⁶² Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan secara tatap muka dengan narasumber yaitu pedagang sayuran di pasar Sudu dan konsumen yang pernah membeli sayuran di pasar Sudu Kabupaten Enrekang.

Tabel 3.1 Sumber Informan

No	Nama Informan	Umur	Alamat	Ket.
1.	Mulyani	20 tahun	Kalepe	Pedagang
2.	Musdalifah Kusuma R	28 tahun	Komp. Pasar Sudu	Pedagang
3.	Nisa	20 tahun	Kalosi	Pedagang
4.	Rahmawati	54 tahun	Sudu	Pedagang
5.	Yunianti M	37 tahun	Kalosi	Pedagang
6.	Muliana Jahir	32 tahun	Pamolongan	Pedagang
7.	Nirwana	30 tahun	Jl. Jambu	Pedagang
8.	Sana	49 tahun	Uluway	Pembeli
9.	Irmayanti	21 tahun	Saluala	Pembeli
10.	Asriani	54 tahun	Saluala	Pembeli
11.	Darmawati	35 tahun	Uluway	Pembeli
12.	Jusmiarti	26 tahun	Matua	Pembeli
13.	Syamsiah	56 tahun	Pana	Pembeli

⁶² Rafiqi Zul Hilmi, Ratih Hurriyati, and Lisnawati, 'Perilaku Pedagang Sayuran Pasar Desa Bumi Harjo Kecamatan Bumi Nabung Lampung Tengah Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam', 3.2 (2018), 91–102.

14.	Muna	48 tahun	Matua	Pembeli
-----	------	----------	-------	---------

Sumber: daftar nama pedagang sayuran dan pembeli di Pasar Sudu

c. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen yang berarti catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya dokumental dari seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.⁶³ Sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi. Sebagian besar data yang tersedia adalah berbentuk surat-surat, catatan harian, cenderamata, laporan, artefak, foto, dan sebagainya.⁶⁴ Maka dari itu, dalam pengambilan dokumentasi, peneliti menggunakan telepon genggam untuk mengambil bukti-bukti penelitian yang dibutuhkan.

2. Teknik Pengolahan Data

Data yang terkumpul dan diperoleh dari lapangan diolah melalui beberapa tahapan, penulis menggunakan teknik pengolahan data dengan tahapan sebagai berikut:

a. *Editing*

Editing merupakan pemeriksaan kembali untuk semua data baik dari observasi maupun wawancara yang sudah diperoleh baik dari segi kelengkapannya, kejelasan makna, keselarasan antara data yang ada dan relevansi dengan penelitian.⁶⁵ Dalam hal ini, peneliti akan mengambil data

⁶³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2015).

⁶⁴ Hamid Darmadi, *Metode Penelitian Pendidikan Dan Sosial* (Bandung: Alfabeta, 2015).

⁶⁵ Sugiyono, 'Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D' (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 243.

yang berkaitan dengan analisis perilaku pedagang sayuran di Pasar Sudu Kabupaten Enrekang ditinjau dalam etika bisnis Islam.

b. Analizing

Analizing, adalah proses pengelompokan semua data baik yang berasal dari hasil wawancara dengan subyek penelitian, pengamatan dan pencatatan langsung di lapangan atau observasi. Seluruh data yang didapat tersebut dibaca dan ditelaah secara mendalam, kemudian digolongkan sesuai kebutuhan.⁶⁶ Hal ini dilakukan agar data yang telah diperoleh menjadi mudah dibaca dan dipahami, serta dapat memberikan informasi dengan jelas yang diperlukan oleh peneliti.

c. Penemuan hasil riset

Penemuan hasil riset yaitu memeriksa data yang ditemukan oleh peneliti yang diolah melalui dua tahapan utama yakni editing dan *classifying* yang selanjutnya akan dilakukan analisa data dengan menggunakan teori tertentu sehingga diperoleh kesimpulan atas permasalahan yang diangkat dalam penelitian.⁶⁷

F. Uji Keabsahan Data

Sebelum melakukan analisis data, peneliti terlebih dahulu melakukan keabsahan (trustworthiness) data. Uji keabsahan data yang dilakukan yaitu uji kepercayaan (credibility) dan uji kepastian (confirmability).

Uji kepercayaan (kredibilitas) pada dasarnya menggantikan konsep validitas internal dari non-kualitatif. Uji kepercayaan ini berfungsi: pertama,

⁶⁶ Lexy J. Moleong, 'Metode Penelitian Kualitatif' (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1993).

⁶⁷ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (Alfabeta).

melaksanakan inkuiri sedemikian rupa sehingga tingkat kepercayaan penemuannya dapat dicapai; kedua, mempertunjukkan derajat kepercayaan hasil hasil penemuan dengan jalan pembuktian oleh peneliti pada kenyataan ganda yang sedang diteliti.⁶⁸ Pada hal tersebut peneliti melengkapi uji kredibilitas ini, menggunakan data referensi berupa wawancara dan berbentuk dokumen lain.

Tahap-tahap uji kredibilitas atau kepercayaan terhadap hasil penelitian kualitatif menurut Winarni, antara lain adalah :

1. Melakukan perpanjangan pengamatan, hal tersebut bertujuan agar peneliti dapat lebih mendapatkan informasi secara mendalam dan akurat karena peneliti dan narasumber terdapat rapport atau dimana, seorang narasumber tidak lagi merasakan ketidaknyamanan terhadap peneliti.
2. Meningkatkan Ketekunan, dalam hal ini dengan meningkatkan ketekunan dapat membuat pemikiran peneliti lebih jauh terhadap sebuah kondisi, disini lain dengan dilakukannya peningkatan ketekunan.
3. Triangulasi, triangulasi dalam penelitian kualitatif merupakan suatu keadaan dimana peneliti, melakukan pengecekan data secara akurat terhadap berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu.
4. Analisis Kasus Negatif, analisis kasus negatif merupakan suatu informasi yang tidak sesuai dengan hasil dari pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti. Data dapat dipercaya.
5. Menggunakan Data Referensi, dengan adanya data referensi seperti hasil wawancara berbentuk suara atau audio, bila berkaitan dengan interaksi dengan manusia atau gambar suatu momen dapat di dukung melalui foto atau video.
6. Mengadakan MemberCheck, merupakan keadaan dimana peneliti melakukan pengecekan informasi atau data terhadap pemberi data. Bila

⁶⁸ Annisa Rizky Fadilla and others 'Literature Review Analisis Data Kualitatif: Tahap Pengumpulan Data', 1.3 (2023), 34–46.

data yang didapatkan peneliti disetujui oleh pemberi data. Maka data tersebut valid atau data tersebut telah kradibel.⁶⁹

Selanjutnya Uji Kepastian (confirmability) data, Menurut Sugiyono dalam penelitian kualitatif, uji confirmability dengan uji dependability merupakan hal yang mirip. Karena hal tersebut pengujian dilakukan dengan bersamaan, confirmability artinya menguji hasil penelitian yang dikaitkan dengan proses yang telah dilakukan penelitian.⁷⁰ Uji confirmability pada penelitian ini dibuat ketika, menjalankan penelitian pada saat melakukan pengujian data yang diujikan pada penelitian ini merupakan data yang berkaitan dengan analisis perilaku pedagang sayuran di Pasar Sudu Kabupaten Enrekang ditinjau dalam etika bisnis Islam.

G. Teknik Analisis Data

Analisis dalam penelitian merupakan bagian dalam proses penelitian data dari hasil pengumpulan data yang sangat penting, karena data dari hasil pengumpulan data dengan analisis data yang ada akan nampak manfaatnya terutama dalam memecahkan masalah penelitian yang mencapai tujuan akhir penelitian. Analisis data adalah suatu metode atau cara untuk mengolah sebuah data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut menjadi mudah dipahami dan juga bermanfaat untuk menemukan solusi permasalahan, terutama menjadi informasi yang nantinya bisa dipergunakan untuk mengambil sebuah kesimpulan.⁷¹ Maka yang dimaksud dengan analisis data adalah proses penyederhanaan data dalam bentuk yang lebih mudah di baca dan dipahami. Adapun tahapan dalam analisis data yaitu:

⁶⁹ Winarni Endang Widi, *Teori Dan Praktik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, PTK, R & D*, Jakarta: Bumi Aksara, 2021, 128.

⁷⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: PT. Alfabet, 2016), h.377

⁷¹ Edi Kusnadi, *Metodologi Penelitian, (Aplikasi Praktis)* (Jakarta Timur: Ramayana Pers, 2008), h. 122–23.

1. Reduksi Data

Dari data-data yang diperoleh dalam penelitian dipilih hal-hal pokok yang sesuai dengan fokus penelitian. Data-data yang telah direduksi memberikan gambaran yang lebih tajam tentang pengalaman dan mempermudah penelitian untuk mencari data-data tersebut jika sewaktu-waktu diperlukan.⁷²

2. Penyajian Data

Proses penyajian data dari keadaan sesuai dengan data yang telah direduksi menjadi informasi yang tersusun. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam uraian naratif, bagan. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan kerja penelitian sebelumnya.⁷³

3. Kesimpulan atau Verifikasi data

Dari data yang didapat oleh peneliti di lapangan peneliti mencoba mengambil kesimpulan. Pada awalnya kesimpulan itu kabur, akan tetapi lama-kelamaan semakin jelas karena data yang diperoleh semakin banyak dan mendukung. Verifikasi dapat dilakukan dengan singkat yaitu dengan cara mengumpulkan data baru.⁷⁴

⁷² Husain Usman dan Purnomo Setiady Akbar, 'Metodologi Penelitian Sosial', VI (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), p. 86.

⁷³ Sugiyono, 'Metodologi Penelitian Kualitatif, Dan R&D', XIII (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 249.

⁷⁴ Husain Usman dan Purnomo Setiady Akbar, 'Metodologi Penelitian Sosial', VI (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), p. 87.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Pasar Sudu merupakan salah satu pasar tradisional yang terletak di Kecamatan Alla, Kabupaten Enrekang, Sulawesi Selatan. Pasar ini menjadi pusat kegiatan ekonomi masyarakat sekitar, terutama bagi para petani dan pedagang sayuran. Setiap hari, sejak pukul enam pagi, suasana pasar mulai ramai oleh aktivitas jual beli antara pedagang dan pembeli yang datang dari berbagai desa sekitar seperti Kalepe, Kalosi, Uluway, dan Pamolongan. Pasar ini dikenal sebagai tempat utama masyarakat untuk memenuhi kebutuhan harian, khususnya bahan pangan segar hasil pertanian setempat.

Pasar Sudu memiliki area yang cukup luas dan terbagi atas beberapa bagian, di antaranya area khusus pedagang sayur, pedagang buah, pedagang daging, dan bahan pokok lainnya. Meskipun bangunan pasarnya sederhana dan sebagian lapak masih berupa meja kayu beratap seng atau terpal, suasana pasar tetap hidup karena interaksi sosial antarwarga yang terjalin akrab. Pedagang biasanya menata dagangannya dengan rapi di atas meja kayu atau tikar plastik, sementara pembeli bebas memilih barang yang diinginkan. Kegiatan tawar-menawar menjadi pemandangan umum setiap pagi, dan hal ini justru menjadi daya tarik tersendiri bagi pembeli karena menciptakan suasana kekeluargaan yang hangat.

Sebagian besar pedagang di Pasar Sudu adalah penduduk setempat yang telah lama berjualan di sana. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, rata-rata pedagang memperoleh barang dagangan dari hasil panen sendiri atau membeli langsung dari pasar agro. Sayuran yang dijual meliputi berbagai jenis seperti kol, sawi, tomat, cabai, terong, dan daun bawang. Beberapa pedagang juga menjual rempah-rempah dan bahan dapur lainnya. Keberadaan pedagang sayur di pasar ini tidak hanya membantu petani dalam memasarkan hasil pertanian, tetapi juga memperkuat rantai ekonomi lokal yang berkelanjutan. Hubungan antara

pedagang dan pembeli di Pasar Sudu terjalin cukup erat. Banyak di antara mereka yang sudah saling mengenal karena sering berinteraksi setiap hari. Hubungan ini menumbuhkan rasa saling percaya dan rasa kekeluargaan yang kuat.

1. Transaksi jual beli sayuran di Pasar Sudu Kabupaten Enrekang

Kegiatan jual beli di Pasar Sudu merupakan aktivitas ekonomi utama bagi masyarakat sekitar yang sebagian besar berprofesi sebagai petani dan pedagang sayuran. Aktivitas pasar berlangsung sejak pagi hingga sore hari dengan pola transaksi yang masih tradisional. Pedagang membawa hasil panen sendiri atau membeli dari pasar agro, kemudian menjualnya langsung kepada pembeli. Proses transaksi dilakukan secara tatap muka dan disertai dengan tawar-menawar harga.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Mulyani salah satu pedagang sayuran di pasar Sudu Kabupaten Enrekang menyatakan bahwa:

“biasana mangbukka na jam 7 mane tutup jam 5, jual beli biasanna dilakukan ra secara langsung. Yake makale maleki manggalli utan biasami jo petani atau jio pasar agro. Mane timba to panggalli tiro utan mane na tawaimi. Mane yanna mngkamo na bajami, eda den pake temai dikua aplikasi.”

Terjemahan:

“biasanya buka dari jam 7 kemudian tutup jam 5, jual beli sayuran biasanya dilakukan secara langsung antara penjual dan pembeli. Setiap pagi para pedagang membeli sayuran segar dari petani atau hasil beli dari pasar agro. Pembeli datang untuk cari sayuran yang mereka butuh, lalu mulai menawar harga. Biasanya penjual dan pembeli saling tawar sampai dapat harga yang cocok buat dua-duanya. Setelah itu pembeli langsung bayar tunai, tanpa pakai aplikasi atau sistem online.”⁷⁵

Berdasarkan pernyataan pedagang di atas menjelaskan bahwa pedagang dan pembeli saling tawar menawar, dan pembeli memilih sayuran yang mereka suka kemudian membayar dengan tunai tanpa menggunakan aplikasi. Interaksi ini menunjukkan adanya hubungan yang akrab dalam menentukan harga. Pembeli bebas memilih sayuran yang mereka sukai berdasarkan kualitas, kesegaran, dan

⁷⁵ Mulyani, Pedagang Sayuran Pasar Sudu, Wawancara Pada Tanggal 08 Juli 2025

kebutuhan, sementara pedagang memberikan kebebasan untuk memeriksa barang sebelum membeli. Setelah kesepakatan harga dicapai, transaksi biasanya dilakukan secara tunai tanpa menggunakan aplikasi digital, sehingga proses jual beli berlangsung sederhana, cepat, dan sesuai dengan kebiasaan masyarakat setempat yang masih mengutamakan transaksi langsung dan kepercayaan antar pihak.

Hal ini sama dengan yang dikatakan beberapa pedagang sayuran di pasar Sudu Kabupaten Enrekang.

“biasanna mangbukkana jam 6 pagi mane mang tutup jam 6 karuen, mane timba to panggalli na pileimi to utan mbonna na kabudai sesuai selerana mane yake madoanggi ditimbang atau ditakar raka padai imbo doina.”

Terjemahan:

“buka dari jam stengah 6 pagi kemudian tutup jam 6 sore, pembeli datang memilih sayuran. Semua tergantung selera pembeli kalau dia maunya ditimbang atau ditakar sesuai jumlah uangnya”.⁷⁶

“buka pagi sampai sore, pembeli memilih sendiri ada juga pembeli yang menyerahkan semuanya kepada pedagang kemudian pedagang yang pilih sayuran tersebut.”⁷⁷

Berdasarkan hasil wawancara kedua pedagang tersebut bahwa mereka membuka lapak dari pagi sampai sore kemudian pembeli datang memilih sayuran. Selama berjualan, pembeli biasanya datang secara bergiliran untuk melihat dan memilih sendiri sayuran yang mereka inginkan. Aktivitas memilih ini menunjukkan bahwa pembeli memiliki kebebasan dalam menentukan barang yang dianggap paling sesuai, sementara pedagang tetap siap melayani dan membantu jika diperlukan. Hal tersebut menciptakan suasana pasar yang hidup, di mana proses jual beli berlangsung secara alami dan saling menguntungkan.

Sistem jual beli ini masih bersifat tradisional, di mana harga tidak selalu tetap dan dapat berubah sesuai kondisi pasar seperti ketersediaan barang, musim

⁷⁶ Yuniarti M, Pedagang Sayuran Pasar Sudu, Wawancara Pada Tanggal 08 Juli 2025

⁷⁷ Nirwana, Pedagang Sayuran Pasar Sudu, Wawancara Pada Tanggal 10 Juli 2025

panen, maupun permintaan pembeli. Selain itu, harga akhir juga sangat dipengaruhi oleh proses tawar-menawar yang menjadi ciri khas transaksi tradisional, sehingga pedagang dan pembeli memiliki ruang untuk mencapai kesepakatan yang dianggap adil oleh kedua belah pihak serta kesepakatan antara kedua belah pihak.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Mulyani, salah satu pedagang sayuran di pasar Sudu Kabupaten Enrekang menyatakan bahwa:

“biasanna yato harga ditandai jiomai petani atau dari pasar agro, hargana tergantung musim, budanna atau kondisi utan. Yake musim panen na buda utan biasa masembo. Tapi yake cidik utan berarti masuli hargana.”

Terjemahan:

“biasanya harga ditentukan dari petani atau dari pasar agro, harga sayuran di Pasar Sudu tergantung dari musim, jumlah pasokan, dan kondisi sayuran itu sendiri. Kalau lagi musim panen dan sayur banyak, harganya biasanya turun karena stok melimpah. Tapi kalau lagi susah panen atau cuaca jelek, harga bisa naik karena barangnya sedikit. Jadi, harga di pasar ini berubah-ubah tergantung situasi hari itu.”⁷⁸

Berdasarkan pernyataan pedagang diatas bahwa harga sayuran biasanya ditentukan oleh petani atau pedagang dari pasar agro. Harga sayuran tergantung musim atau jumlah pasokan. Apabila musim panen atau jumlah sayuran banyak maka harganya murah dan sebaliknya apabila sayuran sedikit maka harganya mahal.

Pedagang di Pasar Sudu menjual sayuran dengan harga yang relatif wajar dan sesuai kualitas. Sayuran yang masih sangat segar biasanya dipatok dengan harga lebih tinggi, sedangkan sayuran yang mulai layu atau kurang bagus sering kali dijual dengan harga lebih rendah atau diberi bonus kepada pembeli. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang tidak hanya mempertimbangkan keuntungan, tetapi juga menjaga kepercayaan pelanggan dan memastikan pembeli tidak merasa dirugikan.

⁷⁸ Mulyani, Pedagang Sayuran Pasar Sudu, Wawancara Pada Tanggal 08 Juli 2025

Hampir seluruh pedagang di Pasar Sudu menjalankan kegiatan jual beli secara langsung tanpa perantara. Pola transaksi seperti ini memperlihatkan keterbukaan dan kepercayaan antara penjual dan pembeli. Proses jual beli berlangsung dengan sistem tawar-menawar, di mana pembeli bebas menentukan pilihan berdasarkan kualitas barang dan kesepakatan harga.

Bentuk interaksi antara pedagang dan pembeli menunjukkan adanya hubungan sosial yang erat dan dilandasi oleh sikap saling menghormati. Tidak terdapat unsur paksaan dalam transaksi, karena setiap pembeli memiliki kebebasan untuk memilih barang sesuai keinginan. Dalam pandangan etika bisnis Islam, hal ini mencerminkan penerapan prinsip al-ridha (kerelaan kedua belah pihak). Prinsip ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam Surah An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ٢٩

Terjemahnya: “ Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka di antara kamu.”⁷⁹

2. Perilaku Pedagang dalam jual beli sayuran di Pasar Sudu Kabupaten Enrekang

Perilaku pedagang dalam kegiatan jual beli sayuran di Pasar Sudu Kabupaten Enrekang menunjukkan bentuk interaksi ekonomi yang masih bercorak tradisional. Proses jual beli umumnya dilakukan secara langsung antara pedagang dan pembeli melalui mekanisme tawar-menawar yang telah menjadi budaya dalam pasar tradisional. Para pedagang berupaya menarik minat pembeli dengan menata dagangan secara rapi, menjaga kebersihan lapak, serta menampilkan sayuran yang segar di bagian atas untuk menarik perhatian pembeli.

⁷⁹ Departemen Agama RI, *'Al-Qur'an Dan Terjemahnya*, (Jakarta: 2019)',.

Perilaku pedagang sayuran di Pasar Sudu menunjukkan sikap yang beragam. Sebagian pedagang bersikap jujur, ramah, dan sabar dalam melayani pembeli. Mereka menjaga hubungan baik dengan pelanggan agar pembeli mau kembali berbelanja.

Dalam konteks etika bisnis Islam, kualitas barang juga berkaitan dengan kejujuran pedagang dalam menjelaskan keadaan barang yang dijual, tanpa menutupi cacat atau kekurangannya. Pedagang yang menjaga kualitas barang berarti telah menerapkan prinsip keadilan dan kejujuran dalam transaksi ekonomi sesuai ajaran Islam.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Musdalifah Kusuma R salah satu pedagang sayuran di pasar Sudu Kabupaten Enrekang menyatakan bahwa:

“jelaskan mana yang bagus atau itu yang sudah layu, jadi pembeli maunya ambil yang mana, jadi kita harus jelaskan kepada pembeli dengan jujur”⁸⁰

Adapun pendapat lain dari pedagang

“biasanya pembeli melihat sendiri kondisi barang apakah masih segar atau tidak. atau biasanya ku jelaskan i to kondisi atau kualitas sayuran ku dengan cara langsung menunjukkan barangnya. Misalnya, ku bilang “ini masih segar baru panen pagi,” atau “yang ini agak layu ka kena hujan.” Kadang saya juga memperlihatkan contoh sayuran supaya pembeli bisa lihat sendiri bentuk, warna, dan kesegarannya.”⁸¹

“dari pembeli ji biasanya dia pilih sendiri, kalo sayuran sudah layu biasanya kubuang karena biasanya sayur itu cepat layu”⁸²

Berdasarkan pernyataan pedagang di atas menjelaskan bahwa pedagang tersebut sudah menjelaskan kondisi atau kualitas barang dengan baik kepada pembeli di pasar Sudu. Pedagang biasanya memberikan informasi mengenai tingkat kesegaran sayuran agar pembeli dapat memilih dengan pertimbangan yang

⁸⁰ Musdalifah Kusuma R, Pedagang Sayuran Pasar Sudu, Wawancara Pada Tanggal 08 Juli 2025

⁸¹ Mulyani, Pedagang Sayuran Pasar Sudu, Wawancara Pada Tanggal 08 Juli 2025

⁸² Rahmawati, Pedagang Sayuran Pasar Sudu, Wawancara Pada Tanggal 08 Juli 2025

jelas. Sikap keterbukaan ini membantu menciptakan rasa percaya dari pembeli, karena mereka merasa mendapatkan penjelasan yang jujur dan tidak ditutupi.

Hal ini selaras dengan yang dikatakan beberapa pembeli sayuran di pasar Sudu.

“kebanyakan pedagang terbuka soal harga dan kualitas yang mereka jual, dan biasanya mereka na bilang ji kalo memang nda bagusmi.”⁸³

“Mereka biasanya langsung sebut harga, kalo pembeli tanya, mereka jelas menyebutkan harga dan menunjukkan kondisi sayurannya secara langsung.”⁸⁴

“iya mereka menjelaskan bahwa kualitas sayur itu masih bagus, biasanya sayur yang agak layu mereka kurangi harga.”⁸⁵

Berdasarkan semua pernyataan hasil wawancara dengan pembeli menunjukkan bahwa, pedagang tersebut telah melakukan yang terbaik dalam transaksi jual beli dan biasanya mereka mengurangi harga jika memang sayuran itu sudah agak layu, hingga pembeli merasa puas dan merasa tidak dirugikan.

Dalam konteks perdagangan, pelayanan mencakup sikap ramah, kecepatan melayani, kejujuran, dan kesediaan pedagang membantu pembeli dalam memilih barang yang diinginkan. Pelayanan yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga membangun kepercayaan dan hubungan jangka panjang antara penjual dan pembeli. Dalam pandangan Islam, memberikan pelayanan yang baik merupakan bentuk penerapan akhlak mulia dan amanah dalam bermuamalah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Rahmawati salah satu pedagang sayuran di pasar Sudu Kabupaten Enrekang menyatakan bahwa:

⁸³ Sana, Pembeli Sayuran di Pasar Sudu, Wawancara Pada Tanggal 24 Juli 2025

⁸⁴ Asriani, Pembeli Sayuran di Pasar Sudu, Wawancara Pada Tanggal 24 Juli 2025

⁸⁵ Irmayanti, Pembeli Sayuran Pasar Sudu, Wawancara Pada Tanggal 24 Juli 2025

“Terima apa adanya, kalo dia mau silahkan membeli tapi kalo tidak mau silahkan cari pembeli lain, tapi biar bagaimanapun harus ki tetap bersikap ramah dan sabar.”⁸⁶

“pembeli yang kurang puas karena sayurannya tidak segar, biasanya kuhadapi dengan sabar atau ramah dan bicara baik-baik, kasi potongan harga atau tambahan sedikit sayur sebagai bentuk supaya pembeli tidak kecewa”⁸⁷

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa pedagang sudah melayani dengan baik kepada pembeli di pasar Sudu. Hal ini terlihat dari cara pedagang menyambut pembeli dengan ramah, menjelaskan kondisi barang secara jujur, serta memberikan kesempatan kepada pembeli untuk memilih sayuran sesuai keinginan serta sabar dalam melayani pembeli dan berusaha memenuhi kebutuhan pembeli dengan cepat dan tepat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Asriani salah satu pembeli sayuran di pasar Sudu menyatakan bahwa:

“Iye, pedagang di pasar ini umumnya ramah dan terbuka. Na sambutki dengan baik, nda jutekji kalo, dan na layani jki dengan sopan”.⁸⁸

Jadi pedagang di pasar Sudu Kabupaten Enrekang telah memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli. Pelayanan yang baik tidak hanya mencakup transaksi yang cepat dan lancar, tetapi juga sikap pedagang dalam menciptakan pengalaman berbelanja yang nyaman, jujur, dan memuaskan bagi pembeli.

Pelayanan baik biasanya dimulai dari sikap ramah pedagang saat menyapa pembeli, karena keramahan menjadi pintu awal terciptanya hubungan yang harmonis dan membuat pembeli merasa dihargai. Pedagang yang mampu berkomunikasi secara sopan, jelas, dan mudah dipahami cenderung lebih disukai, karena pembeli merasa dilibatkan dan diperlakukan secara manusiawi, bukan hanya sebagai objek transaksi ekonomi.

⁸⁶ Rahmawati, Pedagang Sayuran Pasar Sudu, Wawancara Pada Tanggal 08 Juli 2025

⁸⁷ Mulyani, Pedagang Sayuran Pasar Sudu, Wawancara Pada Tanggal 08 Juli 2025

⁸⁸ Asriani, Pembeli Sayuran di Pasar Sudu, Wawancara Pada Tanggal 24 Juli 2025

Pelayanan yang baik juga meliputi kesediaan pedagang memberi penjelasan mengenai kualitas, kondisi, dan asal barang yang dijual, terutama jika pembeli bertanya atau membutuhkan informasi sebelum memutuskan untuk membeli. Transparansi ini berfungsi untuk membangun kepercayaan jangka panjang antara kedua belah pihak.

3. Etika Bisnis Islam terhadap perilaku pedagang sayuran di Pasar Sudu Kabupaten Enrekang

Etika merupakan ilmu yang berisi patokan-patokan mengenai apa-apa yang benar atau salah, yang baik atau buruk, yang bermanfaat atau tidak bermanfaat. Konsep sosial Islam sangat jelas memberikan batasan dan kemampuan manusia untuk berekspresi dan berinovasi yang tidak keluar dari norma etika moral yang dikenal dengan istilah akhlak karimah yang juga didalamnya berhubungan dengan bagaimana umat manusia itu menjalankan sistem kemasyarakatannya yang disebut dengan bermuamalah. Dalam bermuamalah ini kemudian secara mikro mengatur tentang perpindahan kepemilikan yang disebut dengan jual beli. Seorang pengusaha muslim tidak akan mencekik konsumen dengan mengambil laba sebanyak-banyaknya.

Penerapan etika bisnis Islam di Pasar Sudu Kabupaten Enrekang haruslah sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam agar terciptanya kesejahteraan dunia dan akhirat. Namun, masih ada sebagian kecil pedagang yang belum sepenuhnya jujur, misalnya menaruh sayuran yang sudah tidak segar di bagian bawah atau mencampurkan sayuran yang hampir busuk dalam satu kantong plastik tanpa menjelaskan kondisi sebenarnya kepada pembeli. Meskipun begitu, suasana pasar tetap hangat dan penuh kekeluargaan karena pedagang dan pembeli saling mengenal satu sama lain.

Setelah melakukan wawancara dengan pedagang sayuran di Pasar Sudu di peroleh data dan kemudian di sajikan untuk menjelaskan mengenai etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang sayuran di Pasar Sudu.

1. Shidiq (Kejujuran)

Dalam jual beli di Pasar Sudu, kejujuran atau shidiq itu sangat penting. Shidiq berarti mengatakan yang sebenarnya, tidak menutupi kondisi barang, dan tidak menipu pembeli. Di pasar, kejujuran terlihat dari bagaimana pedagang menjelaskan kualitas sayur, bagaimana mereka menimbang, dan bagaimana mereka menentukan harga. Kalau pedagang jujur, pembeli pun merasa nyaman dan percaya untuk datang lagi.

Perilaku yang dilakukan oleh pedagang sayuran di Pasar Sudu sudah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam karena pedagang dengan jujur menjelaskan kondisi sayuran yang mereka jual, dan pembeli juga mengakui hal itu.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Mulyani, salah satu pedagang sayuran di Pasar Sudu menyatakan bahwa:

“harus ki jujur dalam menimbang dan menentukan harga, tidak menipu pembeli, dan haruski layani pembeli dengan ramah dan sopan. Kalo ada sayuran yang kurang bagus, sebaiknya dikatakan terus terang supaya pembeli tahu kondisinya”.⁸⁹

Berdasarkan wawancara dengan ibu Mulyani dapat disimpulkan bahwa pedagang tersebut menunjukkan sikap kejujuran dalam berdagang. Pedagang tersebut sudah melayani pembeli dengan ramah dan sopan serta menjelaskan kondisi barang kepada pembeli.

Adapun pernyataan dari pedagang lain

“iye ditanya pembeli apa adanya, bahwa itu sayuran betul harganya segitu, tidak mengambil untung terlalu banyak”.⁹⁰

“haruski berikan barang yang berkualitas atau bagus, tidak membeda bedakan pembeli.”⁹¹

⁸⁹ Mulyani, Pedagang Pasar Sudu, Wawancara Pada Tanggal 08 Juli 2025

⁹⁰ Rahmawati, Pedagang Pasar Sudu, Wawancara Pada Tanggal 08 Juli 2025

⁹¹ Muliana Jahir, Pedagang Sayuran Pasar Sudu, Wawancara Pada Tanggal 10 Juli 2025

Berdasarkan hasil wawancara dengan pedagang lainnya bahwa pedagang tersebut sudah bersikap jujur sesuai dengan prinsip etika bisnis yaitu kejujuran. Terlihat dari keterbukaannya dalam menyampaikan kondisi barang, seperti kualitas sayuran yang masih segar maupun yang sedikit kurang baik, serta pemberian informasi harga tanpa ada unsur penipuan. Pedagang tidak hanya memenuhi prinsip etika bisnis Islam, tetapi juga membangun hubungan baik dan keberlanjutan transaksi dengan pembeli di Pasar Sudu.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Sana salah satu pembeli sayuran di Pasar Sudu menyatakan bahwa:

“sejauh ini kalo saya belanja di pasar ini, pedagang yang saya temui sudah menerapkan prinsip etika bisnis seperti kejujuran mereka tidak mengurangi timbangan malahan biasanya mereka kasih saya bonus, tapi saya tidak tahu kalo pedagang lain ya.”⁹²

Berdasarkan hasil wawancara tersebut membuktikan bahwa tetap masih ada pedagang yang jujur dan benar dalam beretika bisnis. Dan pedagang ini telah menerapkan prinsip kejujuran dalam etika bisnis Islam. Para pedagang memang seharusnya menjunjung tinggi nilai kejujuran agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan.

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 pembeli dibangun atas dasar kepercayaan dan nilai-nilai moral yang kuat, sesuai dengan prinsip dasar dalam etika bisnis Islam.

Kejujuran kepada pembeli bukan hanya menjadi prinsip moral, tetapi juga modal utama dalam membangun hubungan jangka panjang antara pedagang dan pembeli. Pedagang yang jujur akan lebih dihargai dan dipercaya oleh masyarakat karena mereka menawarkan keamanan serta kenyamanan dalam berbelanja.

⁹² Sana, Pembeli Sayuran di Pasar Sudu, Wawancara Pada Tanggal 24 Juli 2025

Dalam perspektif etika bisnis Islam, kejujuran merupakan bagian dari prinsip shidiq, yakni berkata benar dan menjauhi segala bentuk penipuan dalam transaksi. Penerapan kejujuran secara konsisten tidak hanya meningkatkan reputasi pedagang, tetapi juga berkontribusi pada terciptanya pasar yang sehat, adil, dan berkelanjutan.

Dengan demikian, kejujuran menjadi pilar utama dalam aktivitas jual beli yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomis, tetapi juga membawa keberkahan dan menjaga keharmonisan hubungan antara pedagang dan pembeli.

2. Amanah (Dapat dipercaya)

Amanah menjadi prinsip dasar yang mengatur bagaimana seseorang menjalankan transaksi, bekerja, dan menggunakan wewenang. Seorang pedagang yang amanah, misalnya, tidak akan menipu timbangan, tidak menyembunyikan cacat barang, tidak memberikan informasi palsu, dan tidak memanipulasi harga untuk keuntungan sepihak.

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 membawa keberkahan.

“usahakan kasih yang terbaik, agar pembeli bisa percaya dan kembali membeli sayuran di tempat kita, misalnya kalau sayuran sudah layu kita kasih harga kurang.”⁹³

“misalnya kalau sudah langganan pastinya kita harus memberikan sayuran yang bagus agar pelanggan tidak berpindah ke tempat lain atau biasanya saya kasih bonus.”⁹⁴

Pernyataan dari kedua pedagang di atas bahwa pedagang sudah memberikan sayuran yang bagus, apabila ada sayuran yang kurang bagus biasanya mereka memberikan bonus. Pedagang memberikan bonus ketika terdapat sayuran yang

⁹³ Rahmawati, Pedagang Sayuran Pasar Sudu, Wawancara Pada Tanggal 08 Juli 2025

⁹⁴ Nisa, Pedagang Sayuran Pasar Sudu, Wawancara Pada Tanggal 08 Juli 2025

kualitasnya sedikit kurang baik menunjukkan adanya sikap tanggung jawab, kejujuran, dan kepedulian terhadap kepuasan pembeli.

Adapun pernyataan dari beberapa pembeli

“Mereka jujur dalam menimbang dan menentukan harga, tidak menipu pembeli, dan berusaha adil dalam melayani semua orang.”⁹⁵

“Iye, sebagian besar pedagang sudah menerapkan prinsip etika bisnis Islam seperti jujur, adil, dan amanah dalam berdagang, serta tidak menipu dan melayani pembeli dengan baik.”⁹⁶

Berdasarkan pernyataan dari kedua pembeli diatas menyatakan bahwa pedagang tersebut sudah jujur dalam menimbang sayuran dan menentukan harga, tidak menipu dan sudah berusaha adil dalam melayani pembeli. Sikap tidak menipu dan usaha pedagang untuk bersikap adil kepada setiap pembeli menunjukkan bahwa mereka menghargai hak-hak konsumen dalam transaksi jual beli. Ini membuktikan bahwa pedagang tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga memperhatikan nilai moral dan tanggung jawab sosial dalam berdagang.

Amanah kepada pembeli fondasi utama yang menentukan baik tidaknya hubungan antara pedagang dan pembeli dalam aktivitas pasar. Pedagang yang amanah akan lebih dipercaya, lebih dihormati, dan lebih banyak didatangi oleh pelanggan karena mereka memberikan rasa tenang dan kepastian dalam setiap transaksi.

Dalam perspektif etika bisnis Islam, amanah merupakan perintah moral yang harus dijunjung tinggi, karena melanggar amanah berarti melanggar prinsip dasar muamalah yang menekankan keadilan dan kejujuran,. Dengan menerapkan amanah secara konsisten, pedagang bukan hanya memperkuat reputasi dan

⁹⁵ Irmayanti, Pembeli Sayuran di Pasar Sudu, Wawancara Pada Tanggal 24 Juli 2025

⁹⁶ Asriani, Pembeli Sayuran di Pasar Sudu, Wawancara Pada Tanggal 24 Juli 2025

keuntungan jangka panjang, tetapi juga menciptakan lingkungan pasar yang sehat, harmonis, dan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

3. ‘Adl (Keadilan)

‘Adl tercermin ketika pedagang memberikan takaran dan timbangan yang tepat, menjual barang sesuai kualitas yang sebenarnya, tidak menaikkan harga secara zalim, dan tidak melakukan diskriminasi antara satu pembeli dengan yang lain.

Keadilan kepada pembeli juga dapat dilihat dari bagaimana pedagang memberikan kesempatan yang sama kepada setiap pembeli. Artinya, tidak membedakan pelanggan berdasarkan penampilan, status sosial, atau seberapa sering mereka berbelanja. Semua pembeli harus mendapatkan pelayanan yang ramah, harga yang sama, serta informasi yang jujur terkait kualitas barang.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Yuniarti M dan Nirwana selaku pedagang sayuran di pasar Sudu Kabupaten Enrekang menyatakan bahwa:

“haruski jaga timbang, kemudian jaga ki juga kualitas barang.”⁹⁷

“tidak mengurangi timbangan bersikap adil atau tidak membedakan pembeli.”⁹⁸

Berdasarkan hasil wawancara kedua pedagang tersebut mereka sudah menerapkan prinsip keadilan dengan tidak mengurangi timbangan dan tidak membedakan pembeli.

Adapun pendapat dari pembeli

“Iye, pedagang di pasar ini umumnya ramah dan terbuka. Na sambutki dengan baik, nda jutekji kalo, dan na layani jki dengan sopan.”⁹⁹

Pembeli menyatakan pedagang di pasar umumnya ramah dan terbuka. Mereka menyambut pembeli dengan baik, murah senyum, dan melayani dengan sopan.

⁹⁷ Yuniarti M, Pedagang Sayuran Pasar Sudu, Wawancara Pada Tanggal 08 Juli 2025

⁹⁸ Nirwana, Pedagang Sayuran Pasar Sudu, Wawancara Pada Tanggal 10 Juli 2025

⁹⁹ Asriani, Pembeli Sayuran di Pasar Sudu, Wawancara Pada Tanggal 24 Juli 2025

Selain itu, pedagang di Pasar Sudu juga dikenal sabar dalam menghadapi berbagai karakter pembeli. Mereka tidak mudah tersinggung ketika pembeli menawar harga terlalu rendah, dan lebih memilih menjelaskan kondisi barang atau memberikan potongan kecil agar pembeli tetap merasa dihargai.

Pedagang yang menerapkan keadilan akan menghindari praktik yang dapat menimbulkan kecurangan seperti menyembunyikan cacat barang, memberi kualitas rendah namun mengatakan kualitas tinggi, atau memanipulasi informasi demi mengejar keuntungan. Pedagang yang adil akan menjelaskan kondisi barang apa adanya, misalnya sayuran yang sudah sedikit layu.

4. *La Dharar* (Tidak merugikan orang lain)

Pedagang dituntut untuk memberikan informasi yang benar mengenai kualitas sayuran, tidak mencampur barang bagus dengan barang yang telah rusak, serta tidak memanipulasi harga yang dapat merugikan pembeli. Demikian pula, pedagang harus menjaga cara berjualan agar tidak menimbulkan kerugian bagi rekan sesama pedagang, misalnya dengan melakukan praktik persaingan yang tidak sehat.

“ya ditanya pembeli apa adanya, bahwa itu sayuran betul harganya segitu, tidak mengambil untung terlalu banyak.”¹⁰⁰

“harus ki jujur dalam menimbang dan menentukan harga, tidak menipu pembeli, dan haruski layani pembeli dengan ramah dan sopan. Kalo ada sayuran yang kurang bagus, sebaiknya dikatakan terus terang supaya pembeli tahu kondisinya.”¹⁰¹

“harus jujur, tidak merugikan contohnya kalau uangnya kurang sedikit halalkan saja.”¹⁰²

Berdasarkan pernyataan pedagang diatas bahwa pedagang tersebut memberitahu pembeli bahwa sayuran tersebut memang harga begitu serta tidak

¹⁰⁰ Rahmawati, Pedagang Sayuran Pasar Sudu, Wawancara Pada Tanggal 08 Juli 2025

¹⁰¹ Mulyani, Pedagang Sayuran Pasar Sudu, Wawancara Pada Tanggal 08 Juli 2025

¹⁰² Yuniarti M, Pedagang Sayuran Pasar Sudu, Wawancara Pada Tanggal 08 Juli 2025

mengambil untung banyak. Kemudian, tidak menipu pembeli serta berterus terang agar pembeli mengetahui kondisi sayuran tersebut. Namun, ada sebagian pedagang yang tidak menerapkan prinsip etika bisnis Islam.

Berdasarkan hasil wawancara pembeli sayuran di Pasar Sudu mengatakan

“nda semua pedagang ramah dan terbuka. Ada yang na layani ki dengan baik dan sopan, tapi ada juga yang cuek atau nda ramah, apalagi kalo ramai pasar atau sekedar tanya-tanya jki tanpa membeli biasa cuek.”¹⁰³

Berdasarkan pernyataan pembeli di atas merupakan pengalaman negatif pembeli terkait *la dharar* atau tidak merugikan. Pembeli merasa bahwa pedagang tidak memperhatikan kualitas barang. Pembeli merasa bahwa pedagang kurang memperhatikan kualitas barang, sehingga hal ini menimbulkan ketidakpuasan dan dianggap merugikan pihak pembeli. Pedagang perlu lebih memperhatikan kualitas produk agar transaksi tetap berjalan dengan adil, transparan, dan tidak menimbulkan mudarat bagi pembeli.

Seperti yang dikatakan pembeli sayuran di Pasar Sudu

“pernah, tapi jarang terjadi. Kadang merasa dirugikan kalau sayur yang dibeli ternyata ada yang busuk, apalagi sayuran yang sudah ada memang dalam kantong plastik. Tapi biasanya penjualnya mau ganti atau kasih tambahan, jadi tidak masalah ji.”¹⁰⁴

“iye, pernah tapi tidak semua pedagang begitu, pernah ka beli tomat yang di kantong plastik memangmi baru kalo dilihat dari luar bagus tapi ternyata banyak pale busuk mungkin lama mi di kantong to tapi sesuai harga ji tawwa.”¹⁰⁵

Berdasarkan pernyataan pembeli di atas pernah mengalami hal yang merasa dirinya dirugikan tetapi bukan masalah baginya karena biasanya penjual mengganti dengan yang baru. Pembeli yang pernah mengalami kondisi merasa

¹⁰³ Darmawati, Pembeli Sayuran di Pasar Sudu, Wawancara Pada Tanggal 24 Juli 2025

¹⁰⁴ Irmayanti, Pembeli Sayuran di Pasar Sudu, Wawancara Pada Tanggal 24 Juli 2025

¹⁰⁵ Jusmiarti, Pembeli Sayuran di Pasar Sudu, Wawancara Pada Tanggal 24 Juli 2025

dirugikan dalam transaksi, misalnya mendapatkan sayuran yang kurang segar atau jumlah yang tidak sesuai, pada umumnya tidak terlalu mempermasalahkan hal tersebut karena para pedagang di Pasar Sudu Kabupaten Enrekang biasanya langsung mengganti barang yang kurang baik dengan yang baru tanpa banyak syarat atau menyesuaikan harga.

Sikap pedagang yang cepat tanggap dan bersedia memberikan penggantian ini membuat pembeli tetap merasa nyaman dan percaya, sehingga potensi konflik dapat diminimalkan. Kebiasaan saling memahami antara pedagang dan pembeli tersebut menciptakan suasana jual beli yang harmonis serta memperkuat hubungan baik dalam aktivitas perdagangan sehari-hari.

Adapun pernyataan lain dari pembeli

“selama te sanga male pasa jarangra kuampa to pangbaluk kalasi, biasanna ke manggallina sesuai tongan ia to na sanga.”

Terjemahan:

“selama ini kalo pergika pasar jarang kudapat pedagang yang curang, biasanya kalo bellika sesuai apa yang na bilang.”¹⁰⁶

“selama na te disanga manggalli jo pasa yake gajai utanna biasa na kurangi hargana jadi yato panggalli bisa pilih atau eda.”

Terjemahan:

“Sejauh ini nda pernah ka merasa dirugikan. Kalo sayurnya nda bagus, biasanya pedagang na kurangi harganya atau bilang dulu. Jadi pembeli bisa pilih mau na ambil atau tidak.”¹⁰⁷

Pembeli ini menyampaikan pengalaman positif secara konsisten. Ia merasa tidak pernah dirugikan. Ini menunjukkan bahwa tidak semua pengalaman pembeli negatif.

Berdasarkan dari hasil pernyataan pembeli dapat disimpulkan bahwa pernyataan ini menunjukkan adanya variasi dalam pengalaman situasi dan cara

¹⁰⁶ Syamsiah, Pembeli Sayuran di Pasar Sudu, Wawancara Pada Tanggal 29 Juli 2025

¹⁰⁷ Muna, Pembeli Sayuran di Pasar Sudu, Wawancara Pada Tanggal 29 Juli 2025

berinteraksi masing-masing individu. Meskipun ada pengalaman kurang menyenangkan terkait pembeli yang merasa dirugikan, ada juga pengalaman positif yang menunjukkan pedagang yang jujur atau tidak merugikan orang lain. Dengan kata lain, pemahaman tersebut bersifat pribadi dan tergantung keadaan, serta tidak bisa disamaratakan dari satu pengalaman saja.

Ketaatan terhadap prinsip *lā ḍarar* bukan hanya menjaga kelancaran transaksi, tetapi juga membangun kepercayaan, memperkuat hubungan sosial, dan menciptakan suasana perdagangan yang beretika dan berkeadilan. Prinsip ini sekaligus menjadi bentuk ketakwaan seorang Muslim dalam aktivitas ekonomi, di mana setiap tindakan akad harus membawa kemaslahatan (*maṣlahah*) dan menghindarkan kerusakan (*mafsadah*) bagi semua pihak yang terlibat.

5. *Ihsan* (Kebenaran)

Menjalankan kegiatan perdagangan dengan kualitas pelayanan yang baik, sikap ramah, sopan, adil, jujur, dan memberikan manfaat yang maksimal bagi pembeli tanpa adanya unsur penipuan atau kecurangan. *Ihsan* juga mencakup kesediaan pedagang memberikan informasi yang jelas, melayani dengan sikap santun, menjaga kualitas barang, serta memastikan mitra transaksi tidak dirugikan.

Berdasarkan wawancara dengan Musdalifah Kusuma R salah satu pedagang sayuran di Pasar Sudu mengatakan bahwa

“menjaga kualitas, harus jujur dalam menimbang, menjelaskan kepada pelanggan sayuran yang bagus atau sudah rusak kalo memang sayurannya sudah nda bagusmi biasa dikasi bonus atau dijual murah saja to sesuai kualitas, harus adil tidak membedakan harga dan harus ramah kepada pembeli.”¹⁰⁸

Berdasarkan pernyataan pedagang diatas bahwa pedagang tersebut telah menjaga kualitas kalau memang sayurannya sudah tidak bagus biasanya mereka memberikan bonus atau dijual murah sesuai kualitas, bersikap jujur dalam

¹⁰⁸ Musdalifah Kusuma R, Pedagang Sayuran Pasar Sudu, Wawancara Pada Tanggal 08 Juli 2025

menimbang, adil serta tidak membedakan dalam menetapkan harga kepada pembeli. Namun hal negatif dialami oleh pembeli yang mengatakan

“sebagian besar sesuai mi sama etika bisnis tapi masih ada beberapa lah pedagang yang nda na perhatikan kualitas barangnya, ada juga pedagang yang kalo belliki kayak malas ditanya tanya.”¹⁰⁹

Berdasarkan pernyataan pembeli diatas mengatakan bahwa sebagian sudah sesuai dengan etika bisnis namun masih ada beberapa pedagang yang tidak memperhatikan kualitas barangnya, dalam hal pelayanan pun masih dikatakan kurang.

Dengan menerapkan *ihsan*, pedagang mampu menciptakan transaksi yang harmonis, penuh rasa hormat, dan jauh dari konflik. *Ihsan* juga mencakup kebenaran, yang berarti bersikap benar dalam perkataan dan tindakan, serta menghindari segala bentuk kebohongan, manipulasi, atau perilaku yang bertentangan dengan nilai-nilai moral Islam.

Dengan demikian, *ihsan* dapat dipahami sebagai integrasi antara kebenaran, kebaikan, keindahan perilaku, dan kesungguhan dalam kegiatan perdagangan. Nilai ini tidak hanya memperbaiki proses transaksi, tetapi juga memperkuat kepercayaan pembeli dan menciptakan citra pedagang yang profesional dan berakhlak mulia.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan pada hasil wawancara dan observasi erta mengacu pada rumusan masalah maka dari itu peneliti akan membahas hasil temuan-temuannya di lapangan. Pembahasan akan difokuskan dalam tiga hal yaitu, transaksijual beli sayuran di Pasar Sudu Kabupaten Enrekang, Perilaku pedagang dalam jual beli sayuran di Pasar Sudu Kabupaten Enrekang dan etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang di Pasar Sudu Kabupaten Enrekang.

¹⁰⁹ Jusmiarti, Pembeli Sayuran di Pasar Sudu, Wawancara Pada Tanggal 24 Juli 2025

1. Transaksi jual beli sayuran di Pasar Sudu Kabupaten Enrekang

Secara lebih luas, transaksi jual beli di pasar tradisional merupakan bentuk akad pertukaran yang sah dalam perspektif muamalah Islam, karena memenuhi unsur penjual, pembeli, objek barang, ijab kabul, serta kerelaan kedua belah pihak.¹¹⁰

Dalam praktiknya, transaksi di pasar tidak hanya mencakup pemindahan barang dan pembayaran, tetapi juga interaksi sosial berupa komunikasi, keramahan, serta keterbukaan antara penjual dan pembeli. Hal ini penting karena menjadi bagian dari etika bisnis Islam, yang menuntut pedagang untuk bersikap jujur, adil, dan tidak menipu dalam menjual barang dagangannya.¹¹¹ Pasar tradisional seperti Pasar Sudu tetap mempertahankan nilai-nilai ini, sehingga transaksi berjalan lancar dan menciptakan rasa saling percaya antara pedagang dan pembeli.

Transaksi ini berlangsung secara langsung (*face to face*) di area pasar tradisional, di mana interaksi tawar-menawar, pemeriksaan kualitas barang, dan pembayaran dilakukan secara spontan dan sederhana. Dalam konteks pasar rakyat, transaksi tidak hanya dipandang sebagai aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai hubungan sosial antara pedagang dan konsumen yang dibangun atas dasar kepercayaan, komunikasi, dan kebiasaan lokal masyarakat setempat.¹¹²

Proses tawar-menawar menjadi bagian yang umum dalam transaksi di pasar ini. Pembeli biasanya menawar harga yang dianggap sesuai, sementara pedagang memberikan harga awal berdasarkan kondisi barang, harga pasar hari itu, serta biaya yang mereka keluarkan untuk mendapatkan sayuran.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi di lapangan, pedagang sayuran di Pasar Sudu umumnya membuka lapak sejak pagi hari dengan membawa sayuran segar baik dari kebun sendiri maupun dari pasar agro. Pembeli yang datang

¹¹⁰ Ahmad Sarwat, *Fiqih Muamalah* (Jakarta: Rumah Fiqih Publishing, 2018), h.54

¹¹¹ Yusuf Qardhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam* (Jakarta: Gema Insani, 1997).

¹¹² Rachmawati & Hidayat, 'Interaksi Sosial Dalam Aktivitas Pasar Tradisional', *Sosiologi Reflektif*, 14.2 (2020), 345.

memiliki kebebasan untuk memilih sayuran secara langsung, memeriksa kesegarannya, dan menawar harga sebelum terjadi kesepakatan. Mekanisme tawar-menawar tersebut mencerminkan karakter pasar tradisional yang bersifat fleksibel dan bertumpu pada kesepakatan bersama.

Selain sebagai tempat jual beli, aktivitas ekonomi di pasar ini juga membentuk hubungan sosial yang kuat. Banyak pedagang dan pembeli yang sudah saling mengenal sehingga rasa saling percaya sangat berpengaruh terhadap kelancaran transaksi. Secara keseluruhan, transaksi jual beli sayuran di Pasar Sudu tidak hanya berlangsung sebagai pertukaran barang dan uang, tetapi juga sebagai interaksi sosial yang penuh dengan nilai kejujuran, amanah, serta saling menghargai.

Dapat disimpulkan bahwa, transaksi jual beli sayuran di Pasar Sudu menggambarkan praktik perdagangan tradisional yang berlangsung secara sederhana namun tetap mencerminkan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Proses jual beli di Pasar Sudu telah menggambarkan praktik perdagangan yang berlandaskan nilai-nilai Islam. Para pedagang tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga menjaga kepercayaan pelanggan melalui sikap jujur, amanah, dan sopan dalam bertransaksi. Hubungan sosial yang terbentuk antara pedagang dan pembeli menjadikan pasar ini bukan hanya tempat ekonomi, tetapi juga sarana pembentukan karakter dan penerapan nilai-nilai keislaman dalam kehidupan sehari-hari. Kejujuran, keterbukaan, dan kesepakatan bersama menjadi nilai fundamental yang menjaga keberlangsungan pasar. Oleh karena itu, aktivitas transaksi di Pasar Sudu tidak hanya memenuhi aspek legal transaksional, tetapi juga memperlihatkan integrasi nilai-nilai sosial dan etika yang menjadi ciri khas masyarakat setempat.

Perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Riski Umi Nafiah di Bandung tentang Perilaku Pedagang Pakaian Di Bandung Tulungagung Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam dan penelitian tentang Analisis Perilaku Pedagang di Pasar Sudu Kabupaten Enrekang ditinjau dalam Etika Bisnis Islam, terletak pada

objek, fokus transaksi, dan konteks pasar yang diteliti. Penelitian Riski Umi Nafiah mengkaji transaksi yang dibahas lebih berkaitan dengan jual beli pakaian, seperti tawar-menawar, penentuan harga berdasarkan model atau kualitas kain, serta pelayanan pedagang butik dan kios pakaian.

Sementara itu, penelitian di Pasar Sudu Kabupaten Enrekang berfokus pada transaksi jual beli sayuran, yang memiliki karakteristik berbeda karena melibatkan barang mudah rusak, proses tawar-menawar harian, serta dinamika harga yang cepat berubah sesuai kondisi kesegaran sayuran. Selain itu, transaksi pedagang sayuran lebih banyak berhubungan dengan kejujuran dalam menampilkan kualitas barang, penyesuaian harga jika sayur layu, dan hubungan kekeluargaan di pasar tradisional, sedangkan pedagang pakaian memiliki pola transaksi yang lebih stabil dan tidak dipengaruhi faktor seperti kesegaran barang.

2. Perilaku Pedagang dalam jual beli sayuran di Pasar Sudu Kabupaten Enrekang

Perilaku pedagang dipengaruhi oleh hubungan sosial antara pedagang dan pembeli, tingkat persaingan, budaya lokal, serta nilai-nilai etika yang dianut dalam proses transaksi. Perilaku ini dapat dilihat dari bagaimana pedagang memberikan pelayanan, bersikap jujur terhadap kualitas barang, bersikap adil dalam menetapkan harga, serta menjaga kepercayaan dan kenyamanan konsumen. Oleh sebab itu, perilaku pedagang tidak hanya menentukan keberlangsungan transaksi, tetapi juga memainkan peran penting dalam menciptakan hubungan jangka panjang dan membentuk karakter pasar tradisional sebagai ruang interaksi sosial yang hidup dan dinamis.¹¹³

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi lapangan, mayoritas pedagang sayuran di Pasar Sudu Kabupaten Enrekang menunjukkan perilaku yang mencerminkan penerapan nilai etika bisnis Islam. Di antara nilai-nilai etika bisnis yang paling tampak adalah kejujuran yang mana pedagang menjelaskan kualitas

¹¹³ Nurhayati, 'Perilaku Ekonomi Pedagang Di Pasar Tradisional', *Jurnal Ekonomi Dan Sosial*, Vol. 6.No. 2 (2018), h. 45.

sayuran yang mereka jual. Sebagian besar pedagang sudah berupaya menjelaskan kondisi sayuran secara terbuka, seperti membedakan mana yang masih segar dan mana yang mulai layu. Mereka juga menunjukkan barang secara langsung agar pembeli dapat menilai kualitas sebelum membeli. Bahkan ketika kualitas sayuran menurun, pedagang sering memberikan penyesuaian harga agar pembeli tidak merasa dirugikan. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang memahami pentingnya menjaga kepercayaan pembeli sebagai bagian dari keberlangsungan usaha mereka. Perilaku seperti ini menunjukkan bentuk penerapan prinsip kejujuran dan amanah dalam transaksi.

Pedagang umumnya melayani pembeli dengan ramah, sabar, dan terbuka terhadap pertanyaan terkait harga maupun kualitas barang. Ketika pembeli merasa kurang puas terhadap kondisi sayuran, beberapa pedagang bersedia memberikan potongan harga atau tambahan barang sebagai bentuk tanggung jawab dan upaya menjaga hubungan baik. Sikap ini menegaskan bahwa pelayanan merupakan bagian penting dalam perilaku pedagang, karena pelayanan yang baik diyakini dapat memengaruhi loyalitas pembeli di pasar tradisional.

Perilaku sebagian besar pedagang sayuran di Pasar Sudu menunjukkan penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam yang selaras dengan pandangan Abu Hamid Muhammad bin Muhammad at-Tusi al-Ghazali. Dalam teorinya al-Gazali menegaskan bahwa perdagangan merupakan bagian dari ibadah jika dilakukan dengan niat yang benar dan berlandaskan akhlak. Pasar bukan hanya tempat pertukaran barang, tetapi juga arena pembentukan karakter dan moralitas. Sikap adil, jujur, dan amanah dalam jual beli adalah bentuk pengabdian kepada Allah dan sekaligus kontribusi bagi kesejahteraan sosial.

Menurut al-Gazali pasar harus berjalan secara adil, terbuka, dan terhindar dari unsur-unsur penipuan. Nilai moral menjadi faktor utama yang menentukan keberkahan dan kesehatan ekonomi. Pasar dalam pandangannya bukan sekadar ruang pertukaran barang, tetapi juga ruang pendidikan akhlak dan pembentukan

karakter masyarakat yang berlandaskan prinsip kejujuran, amanah, dan keadilan.¹¹⁴

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penerapan kejujuran dan amanah dapat membawa dampak positif dalam berbisnis. Dengan berpegang pada prinsip kejujuran, pedagang mampu menciptakan rasa percaya yang kuat, di mana pembeli merasa yakin bahwa setiap informasi yang diberikan terkait kualitas, kuantitas, dan harga barang adalah benar adanya. Sementara itu, sikap amanah mendorong pedagang untuk bertanggung jawab dalam menjaga kualitas barang, menjaga konsistensi layanan, serta menghindari tindakan yang dapat menimbulkan kerugian atau ketidaknyamanan bagi pembeli. Ketika dua nilai ini berjalan seiring, maka aktivitas bisnis tidak hanya memberikan keuntungan secara materi, tetapi juga membawa keberkahan spiritual karena dilakukan dengan niat yang baik dan sesuai ajaran Islam

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 ibadah jika dilakukan dengan niat. Kepercayaan konsumen adalah modal utama yang tidak dapat dibeli dengan uang, dan hanya dapat dibangun melalui perilaku etis yang terus dijaga dari waktu ke waktu. Pembeli yang merasa puas dan tidak dirugikan akan cenderung kembali berbelanja serta merekomendasikan pedagang tersebut kepada orang lain, sehingga hal ini menjadi strategi pemasaran alami yang sangat efektif. Pelaksanaan etika bisnis Islam juga mendorong terciptanya pasar yang sehat dan berkeadilan. Pedagang di Pasar Sudu menerapkan prinsip kejujuran dan amanah yang menunjukkan bahwa perdagangan tradisional pun mampu berkembang secara profesional tanpa mengesampingkan nilai-nilai moral dan religius.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Yonna Ifan Falucky, dengan judul penelitian “Analisis terhadap Perilaku Pedagang Pasar

¹¹⁴ Abu Hamid al-Ghazali, *Ihya' Ulum Al-Din*, Terj. M. Zuhri, ed. by Republika. (Jakarta).

Tradisional dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Pasar Ngentrong, Kecamatan Campurdarat, Kabupaten Tulungagung).” Dalam penelitiannya, ditemukan bahwa bahwa praktik jual beli yang dilakukan para pedagang pada objek penelitiannya sudah menerapkan sebagian prinsip etika bisnis Islam, terutama dalam aspek keramahan, pelayanan, dan menjaga hubungan baik dengan pembeli.

3. Etika Bisnis Islam terhadap perilaku pedagang sayuran di Pasar Sudu Kabupaten Enrekang

Etika bisnis yang Islami mengacu pada perilaku umat Islam 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 dilarang dalam Islam.¹¹⁵

1. Shidiq (Kejujuran)

Kejujuran dalam etika bisnis tidak hanya terbatas pada penyampaian informasi yang benar, tetapi juga mencakup sikap menghindari bentuk-bentuk penipuan seperti pengurangan timbangan, pemalsuan kualitas barang, manipulasi harga, dan praktik kecurangan lainnya. Pelaku usaha yang jujur akan memberikan penjelasan yang apa adanya tentang barang atau jasa yang ditawarkan, termasuk apabila terdapat cacat, kekurangan, atau penurunan kualitas.

Dari hasil wawancara di atas, perilaku pedagang sudah mencerminkan prinsip kejujuran dalam etika bisnis Islam, yang di mana pedagang dengan jujur menjelaskan kondisi sayuran yang mereka jual. Berdasarkan dari pernyataan pembeli juga menguatkan bahwa pedagang sayuran di Pasar Sudu terbilang jujur dalam berdagang.

Setelah dianalisis menggunakan teori pendukung dari Immanuel Kant dapat diidentifikasi bahwa pedagang sayuran di Pasar Sudu sudah menunjukkan sikap jujur dalam berdagang, teori Immanuel Kant menegaskan bahwa tindakan moral

¹¹⁵ Ma'rifah Yuliani, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam* (Bandung: Widina Media Utama, 2020).

harus didasarkan pada prinsip universal dan kewajiban. Dalam konteks perdagangan, kejujuran merupakan kewajiban moral yang harus dilakukan bukan karena hasilnya, tetapi karena itu adalah tindakan yang benar.

Prinsip ini sejalan dengan Surah Al-Maidah ayat 119, di mana Allah SWT berfirman:

قَالَ اللَّهُ هَذَا يَوْمُ يَنْفَعُ الصَّادِقِينَ صِدْقُهُمْ لَهُمْ جَنَّاتٌ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ خَالِدِينَ فِيهَا أَبَدًا رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمْ
وَرَضُوا عَنْهُ ذَلِكَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ

Terjemahnya: “Inilah saat orang yang benar memperoleh manfaat dari kebenarannya. Mereka memperoleh surga yang mengalir di bawahnya sungai-sungai, mereka kekal di dalamnya selama-lamanya. Allah ridha kepada mereka dan mereka pun ridha kepada-Nya. Itulah kemenangan yang agung”.¹¹⁶

Ayat di atas memerintahkan agar selalu berlaku jujur karena, kejujuran adalah nilai utama dalam transaksi, memberi manfaat besar baik dunia maupun akhirat, serta menjadi landasan pembentukan pasar yang sehat, adil, dan penuh keberkahan.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap jujur para pedagang sayuran di Pasar Sudu merupakan bentuk penerapan langsung dari nilai-nilai Islam sebagaimana diteorikan oleh Immanuel Kant dan diperintahkan dalam Al-Qur'an. Kepercayaan yang tumbuh dari kejujuran merupakan modal sosial yang sangat penting dalam bisnis.

2. Amanah (Dapat dipercaya)

Amanah dalam etika bisnis adalah prinsip moral yang menuntun pelaku usaha untuk jujur, bertanggung jawab, dan dapat dipercaya. Dalam perspektif Islam, amanah adalah kewajiban agama yang menjadi dasar terciptanya transaksi yang berkah, adil, dan membawa kemaslahatan.

¹¹⁶ Departemen Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemahnya*.

Berdasarkan dari keterangan di atas, perilaku pedagang dengan memberikan bonus apabila sayuran tersebut sudah layu agar pelanggan puas, hal ini sesuai dengan prinsip amanah dalam etika bisnis Islam, karena pedagang telah berkomitmen atas apa yang ia ucapkan.

Penelitian ini telah membuktikan bahwa prinsip amanah dalam etika bisnis Islam. Sebagaimana dijelaskan oleh Abu Hamid Muhammad bin Muhammad at-Tusi al-Ghazali, dapat diterapkan dalam praktik oleh pedagang sayuran di Pasar Sudu Kabupaten Enrekang.

3. *'Adl* (Keadilan)

Keadilan menuntut pedagang menetapkan harga secara wajar, sesuai kualitas barang dan kondisi pasar, tanpa mengambil keuntungan berlebih yang menyulitkan konsumen. Prinsip ini juga mencakup kewajiban untuk memberikan takaran dan timbangan yang benar, menjelaskan cacat barang secara jujur, serta menghindari praktik-praktik curang seperti *gharar* (ketidakjelasan), *tadlis* (penipuan), *ikhtikar* (penimbunan), dan praktik eksploitasi lainnya.¹¹⁷

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi lapangan, ditemukan bahwa nilai *'adl* atau keadilan telah tercermin dalam praktik jual beli yang dilakukan oleh sebagian besar pedagang sayuran di Pasar Sudu. Prinsip keadilan tampak dari cara pedagang menjalankan transaksi tanpa mengurangi timbangan dengan memberikan barang sesuai takaran yang semestinya dan melakukan proses penimbangan secara terbuka sehingga tidak merugikan pihak pembeli, memberikan kualitas barang sesuai kondisi sebenarnya, serta tidak membedakan pembeli.

4. *La Dharar* (Tidak merugikan orang lain)

Prinsip *lā ḍarar* adalah perintah syariat untuk menghindarkan kemudaratan dalam setiap transaksi. Ketaatan terhadap prinsip ini tidak hanya meningkatkan

¹¹⁷ Nurul Huda & Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoritis Dan Praktis* (Jakarta: Kencana, 2013).

kualitas interaksi ekonomi, tetapi juga membangun kepercayaan dan menjamin keberkahan dalam usaha.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi lapangan, pedagang di Pasar Sudu pada dasarnya telah berupaya menerapkan nilai kejujuran dalam aktivitas jual beli dengan memberikan informasi yang benar mengenai kualitas dan harga sayuran serta tidak mengambil banyak keuntungan.

Namun, tidak semua pedagang menunjukkan konsistensi dalam menjalankan prinsip-prinsip tersebut. Ditemukan masih ada pedagang kecil yang tidak ramah dalam melayani apalagi jika pasar sedang ramai. Konsumen juga mengeluhkan sikap pedagang yang cuek. Hal ini menjadi salah satu bentuk ketidakadilan dalam praktik bisnis, yang dapat merusak citra pedagang. Sebagian kecil pedagang lainnya masih melakukan tindakan yang berpotensi menimbulkan kerugian, baik dari segi kualitas barang maupun dari sisi pelayanan. Dengan demikian, tingkat penerapan prinsip kejujuran, keterbukaan, dan *lā ḍarar* di pasar tersebut masih bervariasi.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa prinsip *lā ḍarar wa lā ḍirār*, yaitu larangan untuk merugikan dan tidak saling menimbulkan bahaya, belum sepenuhnya terimplementasi dalam praktik jual beli sayuran di Pasar Sudu. Pedagang yang telah menerapkan kejujuran pada dasarnya telah menjaga kualitas barang, tidak memanipulasi harga, dan menghindari praktik yang dapat merugikan pembeli.

Padahal, dalam etika bisnis Islam, ketaatan terhadap prinsip ini bukan hanya menjaga kelancaran transaksi, tetapi juga membangun kepercayaan, menciptakan hubungan sosial yang harmonis, serta menjadi bentuk ketakwaan seorang Muslim dalam aktivitas ekonomi.

5. *Ihsan* (Kebenaran)

Ihsan dalam etika bisnis Islam bermakna memberikan pelayanan terbaik, bersikap ramah, sopan, adil, jujur, serta berupaya memberikan manfaat yang maksimal bagi pembeli tanpa unsur penipuan atau kecurangan. *Ihsan* juga

mencakup kejelasan informasi, kesantunan dalam melayani, menjaga kualitas barang, serta memastikan pihak lain dalam transaksi tidak mengalami kerugian.

Hasil temuan peneliti yang didapatkan dari informan menunjukkan bahwa para pedagang tersebut telah berupaya menjaga kualitas barang, menerapkan kejujuran dalam penimbangan, bersikap adil dalam penetapan harga, serta menunjukkan keramahan dalam pelayanan. Meskipun demikian, tidak semua pedagang menunjukkan perilaku yang sesuai dengan prinsip *ihsan*. Sebagian pembeli masih mengalami pelayanan yang kurang memuaskan dan merasa bahwa beberapa pedagang mengabaikan kualitas barang yang dijual.

Dengan demikian, penerapan prinsip *ihsan* di Pasar Sudu dapat dikatakan bervariasi. Di satu sisi, terdapat pedagang yang mengintegrasikan nilai kebenaran, kebaikan, keindahan perilaku, serta kesungguhan dalam melayani pembeli. Di sisi lain, masih terdapat pedagang yang belum konsisten dalam menjaga kualitas barang dan memberikan pelayanan yang prima. Secara keseluruhan, *ihsan* menjadi fondasi penting dalam menciptakan transaksi yang harmonis, penuh rasa hormat, serta jauh dari konflik. Nilai ini tidak hanya memperbaiki proses jual beli, tetapi juga memperkuat kepercayaan pembeli dan membentuk citra pedagang sebagai pelaku usaha yang profesional dan berakhlak mulia.

Hasil temuan peneliti yang di dapatkan menunjukkan bahwa Perilaku pedagang sayuran di Pasar Sudu Kabupaten Enrekang jika ditinjau melalui perspektif etika bisnis Islam menunjukkan bahwa praktik jual beli di pasar ini sudah mengandung unsur-unsur etika yang cukup baik, meskipun masih memerlukan peningkatan pada beberapa aspek.

Dalam penerapan prinsip *shidiq* atau kejujuran, sebagian besar pedagang sudah menyampaikan harga secara jelas, melayani pembeli tanpa menutup-nutupi informasi, dan berusaha berlaku jujur dalam penyebutan kualitas sayuran, terutama jika ada bagian yang kurang segar.

Dalam penerapan prinsip *la dharar*, masih ditemukan sebagian pedagang yang belum sepenuhnya transparan, khususnya terkait kualitas sayuran yang cepat rusak atau stok lama yang tetap dijual tanpa penjelasan detail kepada pembeli.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku pedagang sayuran di Pasar Sudu telah mengarah pada penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam, terutama dari segi kejujuran dan pelayanan, namun masih diperlukan edukasi dan pembiasaan untuk meningkatkan aspek keterbukaan kualitas barang.

Persamaan penelitian ini yakni pedagang sayuran di Pasar Sudu dengan penelitian Rafidah yang dilakukan pada pedagang sayur mayur di Pasar Sentral Pinrang yaitu sama-sama menggunakan perspektif etika bisnis Islam. Kedua penelitian menilai apakah pedagang sudah menerapkan nilai-nilai seperti kejujuran (*shidiq*), amanah, keadilan (*'adl*), ihsan, dan tidak merugikan pembeli (*lā dharar*) dalam kegiatan jual beli. Selain itu, kedua penelitian menggunakan metode kualitatif melalui wawancara dan observasi untuk menggambarkan perilaku pedagang dalam interaksi sehari-hari dengan pembeli. Persamaan lainnya adalah bahwa keduanya menyoroti peran etika bisnis Islam dalam menjaga kepercayaan pembeli, serta pentingnya etika dalam menciptakan suasana pasar yang adil, aman, dan berlandaskan nilai-nilai Islam.

Namun demikian, kedua penelitian juga menemukan adanya ketidakkonsistenan dalam penerapan prinsip etika bisnis Islam. Dalam penelitian ini, terdapat sebagian kecil pedagang yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam yaitu seperti kurang ramah, tidak memperhatikan kualitas barang, atau kurang transparan. Penelitian ini menemukan adanya pembeli yang merasa dirugikan. Hal juga senada dengan temuan Rafidah yang mengungkapkan bahwa pedagang sayur mayur di pasar sentral Pinrang belum sepenuhnya menerapkan prinsip etika bisnis Islam. Walaupun seperti itu namun tetap masih ada pedagang yang telah menerapkan prinsip etika bisnis Islam.

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di lapangan mengenai perilaku pedagang di Pasar Sudu Kabupaten Enrekang ditinjau dalam etika Bisnis Islam, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Transaksi jual beli sayuran di Pasar Sudu Kabupaten Enrekang berlangsung secara langsung melalui mekanisme tawar-menawar yang sederhana dan berdasarkan kerelaan kedua belah pihak. Pedagang membawa hasil panen sendiri atau membeli dari petani sekitar, kemudian menjualnya langsung kepada pembeli. Proses transaksi dilakukan secara tatap muka dan disertai dengan tawar-menawar harga. Sistem jual beli ini masih bersifat tradisional, di mana harga tidak selalu tetap dan dapat berubah sesuai kondisi pasar serta kesepakatan antara kedua belah pihak. Dalam praktiknya, sebagian besar pedagang melaksanakan transaksi secara tunai dan berlandaskan pada asas kepercayaan tanpa perjanjian tertulis.
2. Perilaku pedagang sayuran di Pasar Sudu Kabupaten Enrekang sebagian besar pedagang menunjukkan perilaku yang mencerminkan penerapan nilai etika bisnis Islam. Seperti pedagang sudah berupaya menjelaskan kondisi sayuran secara terbuka, seperti membedakan mana yang masih segar dan mana yang mulai layu. Mereka menunjukkan barang secara langsung agar pembeli dapat menilai kualitas sebelum membeli. Bahkan ketika kualitas sayuran menurun, pedagang sering memberikan penyesuaian harga agar pembeli tidak merasa dirugikan.
3. Penerapan etika bisnis Islam seperti seperti *shidiq* (jujur), amanah, *'adl* (adil), *la dharar* (tidak merugikan), dan *ihsan* (kebenaran dan kebaikan). Hal ini terlihat dari kejujuran mereka dalam menimbang, menjelaskan kondisi sayuran, serta memberikan pelayanan yang ramah dan adil. Pembeli pun

mengakui adanya praktik jual beli yang jujur dan amanah. Namun, masih ditemukan sebagian kecil pedagang yang belum sepenuhnya menerapkan etika bisnis, seperti kurang ramah, tidak memperhatikan kualitas barang, atau kurang transparan. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan prinsip etika bisnis masih bersifat subjektif dan belum sepenuhnya diyakini secara kolektif oleh semua pedagang.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai perilaku pedagang sayuran di Pasar Sudu Kabupaten Enrekang ditinjau dalam etika bisnis Islam, Penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi pedagang sayuran di Pasar Sudu Kabupaten Enrekang, diharapkan agar tetap memperhatikan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam hal ini seperti kejujuran, amanah, adil, tidak merugikan dan kebenaran. Selain itu, pedagang perlu menghindari tindakan yang dapat merugikan pembeli seperti tidak memberitahu kondisi sayuran yang sesungguhnya dan bersikap tidak ramah.
2. Agar transaksi berjalan dengan baik dan terhindar dari kerugian, pembeli sebaiknya lebih teliti dalam memilih sayuran dan memastikan kualitas barang sebelum membeli. Jika menemukan pedagang yang tidak jujur atau merugikan, pembeli sebaiknya menyampaikan keluhan dengan cara yang baik atau memilih pedagang lain yang lebih amanah. Dengan bersikap selektif, komunikatif, dan tetap sopan, pembeli dapat membantu menciptakan lingkungan jual beli yang lebih adil, nyaman, dan sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam.
3. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam mengembangkan kajian tentang etika bisnis Islam di sektor perdagangan. Peneliti mendatang akan memperluas fokus dengan

membandingkan perilaku pedagang di berbagai daerah dan penerapan etika bisnis Islam.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al-Karim

- A. Rio Makkulau Wahyu, 'PEMIKIRAN EKONOMI IBNU QAYYIM TENTANG KONSEP TAS'IR', *Jurnal Syari'ah Dan Hukum*, 16 (2018), 230
- A. Sonny Keraf, *Etika Bisnis, Tuntutan Dan Relevansinya* (Yogyakarta: Kanisius, 1998), A. SONNY K
- A. Syakur Amin, 'Nilai-Nilai Dasar Dalam Etika Bisnis Islam', *Millah: Jurnal Studi Agama*, 14.1 (2014), 47
- Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013)
- Abu Hamid Al-Gazali, 'Bab Adil Dalam Muamalah "Ihya'" Ulum Al-Din"" (Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyyah, 2005), . 221
- Abu Hamid al-Ghazali, *Ihya' Ulum Al-Din*, Terj. M. Zuhri, ed. by Republika. (Jakarta)
- Adiwarman Azwar Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: IIIT Indonesia, 2002)
- Ahmad Sarwat, *Fiqih Muamalah* (Jakarta: Rumah Fiqih Publishing, 2018)
- Akbar, Husain Usman dan Purnomo Setiady, 'Metodologi Penelitian Sosial', VI (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006),. 87
- Akhmad Affandi Mahfudz, *Konsep Dasar Pasar Dalam Islam*, 1st edn
- Akhyar Adnan Lubis, 'Etika Bisnis Islam Dan Relevansinya Terhadap Praktik Ekonomi Kontemporer', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 5.2 (2019), 134
- An Ras Try Astuti, *Etika Bisnis Islam* (Parepare: Nusantara Press IAIN Parepare, 2022)
- Annisa Rizky Fadilla , Putri Ayu Wulandari, Fakultas Bahasa, and Universitas Negeri Yogyakarta, 'Literature Review Analisis Data Kualitatif: Tahap Pengumpulan Data', 1.3 (2023), 34–46
- Athar, G. A., 'Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Wahana Inovasi', 9 (2020), 124.
- Badrul Muis, '"Etika Bisnis Dalam Prespektif Ekonomi Islam,"', *Jurnal Pemikiran Keislaman Dan Kemanusiaan*, 5.1 (2021), 103

- Barus, E. E., 'Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Pada Rumah Makan Wong Solo Medan)', *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, 2, 125–146
- Daniel, C, *Kepribadian Teori Dan Penelitian*, 10th edn (salemba humanika, 2011)
- Departemen Agama RI, 'Al-Qur'an Dan Terjemahnya, (Jakarta: 2019)',. 398
- Departemen Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemahnya* (Bandung: CV penerbit Diponogoro, 2010)
- Dina Candra Nuraini, 'Perilaku Pedagang Buah Ditinjau Dari Sosiologi Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Pasar Wates Kecamatan Wates Kabupaten Kediri)', (Skripsi, IAIN Kediri', 2018
- Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2017)
- Edi Kusnadi, 'Metodologi Penelitian, (Aplikasi Praktis)' (Jakarta Timur: Ramayana Pers, 2008),. 122–23
- Eko Sujatmiko, *Kamus IPS*, I (Surakarta: Aksara Sinergi Media Cet, 2014)
- Endang Widi, Winarni, 'Teori Dan Praktik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, PTK, R & D', *Jakarta: Bumi Aksara*, 2021, 128
- Euis Amalia, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam* (Bandung, 2010)
- Fahmi, Irham, 'Perilaku Organisasi Teori, Aplikasi Dan Kasus', 2013
- Halifah, 'Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Komunikasi Pemasaran Pada Butik Moshaiet Surabaya', *Jurnal Kajian Bisnis*, 2022, 20
- Hamid Darmadi, *Metode Penelitian Pendidikan Dan Sosial* (Bandung: Alfabeta, 2015)
- Hilmi, Rafiqi Zul, Ratih Hurriyati, and Lisnawati, 'Perilaku Pedagang Sayuran Pasar Desa Bumi Harjo Kecamatan Bumi Nabung Lampung Tengah Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam', 3.2 (2018), 91–102
- Husain Usman dan Purnomo Setiady Akbar, 'Metodologi Penelitian Sosial', VI (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006),. 86
- Husein Umar, 'Studi Kelayakan Bisnis, (Jakarta, Gramedia)', 1997, 39
- Ibnu Haitam, 'Etika Bisnis Islam Kejujuran Menurut Persepsi At-Thabary Dan Al-Qurtubhy'', *Jurnal Studi Islam*, 2018, 315

- Ichsan Iqbal, 'Pemikiran Ekonomi Islam Tentang Uang, Harga Dan Pasar', *Jurnal Khatulistiwa – Journal Of Islamic Studies*, 2 (2012), 13
- John R.Schermerhorn, 'Manajemen, (Yogyakarta: Andi)', 119
- Kementrian Agama, *Al-Qur'an* (Jakarta: PT Sinergi Pustaka Indonesia, 2012)
- Lailatul Muniroh, 'Nilai-Nilai Etika Bisnis Dalam Islam Dan Relevansinya Terhadap Praktik Bisnis Modern', *Jurnal Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 14.2 (2022), 101–2
- Lexy J. Moleong, 'Metode Penelitian Kualitatif' (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1993)
- , *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019)
- Ma'rifah Yuliani, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam* (Bandung: Widina Media Utama, 2020)
- Ma'ruf Abdullah, 'Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Perspektif Islam', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3.2 (2018), 122–30
- Muhammad, *Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implikasinya Dalam Dunia Bisnis* (Jakarta: Kencana, 2016)
- Muhammad Abdulkadir, 'Hukum Perusahaan Indonesia' (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2010),. 13
- Muhammad dan T. Abdullah, *Etika Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani, 2011)
- Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam* (Malang: UIN-Malang Press, 2007)
- Muhammad Kamal Zubair, *IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM*, ed. by Darwis (Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2020)
- Muhammad Ramadhan, *Metode Penelitian, Cipta Media Nusantara (CMN)* (Surabaya, 2021)
- Muhammad Rijal Fadli, 'Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif', *Humanika*, 21.1 (2021), 33–54
- Mursyid, 'Manajemen Pemasaran' (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006),. 46
- Nurhayati, 'Perilaku Ekonomi Pedagang Di Pasar Tradisional', *Jurnal Ekonomi Dan Sosial*, Vol. 6.No. 2 (2018), h. 45.

- Nurul Huda & Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoritis Dan Praktis* (Jakarta: Kencana, 2013)
- Pasaribu, Lamtiur Mayogi Rohana, 'Analisis Prinsip Dan Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis', *UIN Raden Intan Lampung*, 2019, 227
- Pekerti, R. D., & Herwiyanti, E., 'Transaksi Jual Beli Online Dalam Perspektif Syariah Madzhab Asy-Syafi'i', *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 2 (2018), 20
- 'Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia' (Jakarta: Balai Pustaka, 2002),. 30
- Rachmawati & Hidayat, 'Interaksi Sosial Dalam Aktivitas Pasar Tradisional', *Sosiologi Reflektif*, 14.2 (2020), 345
- Rafidah, 'Perilaku Pedagang Sayur-Mayur Di Pasar Sentral Pinrang (Analisis Etika Bisnis Islam)' (Pinrang: IAIN Parepare Nusantara Press, 2020)
- Rengga Agnes Wijaya, 'Perspektif Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Di Pasar Kamis Desa Nanjungan Kecamatan Pino Raya Kabupaten Bengkulu Selatan', 2021, 37
- Riski Umi Nafiah, 'Perilaku Pedagang Pakaian Di Bandung Tulungagung Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam" (Skripsi, IAIN Tulungagung)'
- Rudi Kurniawan, 'Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Buah-Buahan Secara Borongan (Studi Kasus Di Pasar Baru Buatan II, Kecamatan Koto Gasib)" (Skripsi Sarjana: Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau', 2013
- Sanapiah Faisal, *Format-Format Penelitian Sosial* (Jakarta: Rajawali Pers, 1990)
- Sari, Yuliana, Abdul Karim, 'Urgensi Etika Bisnis Dalam Aktivitas Ekonomi Islam', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3.1 (2021), 45
- Schaum's Outlines, 'Mikroekonomi', IV (Jakarta: Erlangga, 2006),. 2
- Siti Hofifah, 'Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman Di Ngebel Ponorogo Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam', *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 3.2 (2020), 37–44
<[https://doi.org/10.25299/syarikat.2020.vol3\(2\).6469](https://doi.org/10.25299/syarikat.2020.vol3(2).6469)>
- Siti Maryam, 'Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Aktivitas Ekonomi', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5.1 (2020), 12–13

- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta)
- , ‘Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D’ (Bandung: Alfabeta, 2014), p. 243
- , *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Alfabeta)
- , *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: PT. Alfabet, 2016)
- , *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2015)
- , ‘Metodologi Penelitian Kualitatif, Dan R&D’, XIII (Bandung: Alfabeta, 2011),. 249
- Suherman Rosyidin, ‘Pengantar Teori Ekonomi (Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro Dan Makro)’, Baru (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1999),. 364
- Suko, Novalia Fajar Mahanani, ‘Pola Pedagang Di Pasar Bandar Kota Kediri Dalam Menentukan Harga Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam’, 43
- Syahriyah Semaun, *Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di Matahari Departemen Store Makassar (Analisis Etika Bisnis Islam)* (Isntitut Agama Islam Negeri Parepare (IAIN): Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (P3M), 2018)
- Tim Penyusun, ‘Kamus Bahasa Indonesia’,. 775
- Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, ‘Kamus Besar Bahasa Indonesia’, 179
- Wati, Destiya, Suyudi Arif, and Abrista Devi, ‘Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop’, *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3.1 (2021), 141
- Yonna Ifan Falucky, ‘Analisis Terhadap Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Pasar Ngentrong, Kecamatan Campurdarat, Kabupaten Tulungagung)’ (IAIN Tulungagung), 2017, 54
- Yusuf Qardhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam* (Jakarta: Gema Insani, 1997)
- Zakiah, Lailatul, Bintang, ‘Perilaku Pedagang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam’, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4.2 (2021), 118
- Zakiah dan Bintang Wirawan, ‘Pemahaman Nilai-Nilai Syariah Terhadap Perilaku Berdagang (Studi Pada Pedagang Di Pasar Bambu Kuning Bandar Lampung)’, *Jurnal Sociologie*, 1 (2014), 331



Surat Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian



**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 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-4233/In.39/FEBI.04/PP.00.9/07/2025

02 Juli 2025

Sifat : Biasa

Lampiran : -

H a l : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. BUPATI ENREKANG

Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
di

KAB. ENREKANG

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : NUR FITRAYANI BUDIMAN
Tempat/Tgl. Lahir : SUDU, 22 November 2002
NIM : 2120203860202106
Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah (Ekonomi Islam)
Semester : VIII (Delapan)
Alamat : PANA, DESA PANA, KEC.ALLA, KAB.ENREKANG,

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah BUPATI ENREKANG dalam rangka penyusunan Skripsi yang berjudul :

ANALISIS PERILAKU PEDAGANG SAYURAN DI PASAR SUDU KABUPATEN ENREKANG DITINJAU DALAM ETIKA BISNIS ISLAM

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 02 Juli 2025 sampai dengan tanggal 01 Agustus 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

Surat Izin Penelitian



PEMERINTAH KABUPATEN ENREKANG
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Jend. Sudirman, Km 3 Pinang Telp./Fax (0420) 21079

SURAT KETERANGAN PENELITIAN
Nomor: 73.16/1509/DPMPTSP/ENR/IP/VII/2025

Berdasarkan Peraturan Bupati Enrekang nomor 73 Tahun 2022 tentang Perubahan Atas Peraturan Bupati Enrekang Nomor 159 Tahun 2021 tentang Pendelegasian Wewenang Penyelenggaraan Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Enrekang, maka dengan ini memberikan Surat Keterangan Penelitian kepada :

NUR FITRAYANI BUDIMAN

Nomor Induk Mahasiswa	: 2120203860202106
Program Studi	: EKONOMI SYARIAH
Lembaga	: INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
Pekerjaan Peneliti	: MAHASISWI
Alamat Peneliti	: DUSUN PANA DESA PANA KEC. ALLA
Lokasi Penelitian	: PASAR SUDU KAB. ENREKANG
Anggota/Pengikut	: -

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka **PENYUSUNAN SKRIPSI** dengan Judul :

ANALISIS PERILAKU PEDAGANG SAYURAN DI PASAR SUDU KABUPATEN ENREKANG
DITINJAU DALAM ETIKA BISNIS ISLAM

Lamanya Penelitian : **2025-07-03 s/d 2025-08-01**

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Menaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
2. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
3. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak mentaati ketentuan-ketentuan tersebut diatas.

Demikian Izin Penelitian ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.



Ditetapkan di : Enrekang
03/07/2025 13:52:55
KEPALA DINAS,



Dr. Ir. CHAIDAR BULU, ST, MT
Pangkat: Pembina Utama Muda
NIP. 19750528 200212 1 005



Balai Sertifikasi Elektronik

Dokumen ini difandatangani secara elektronik menggunakan Sertifikat Elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE) Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN)

Surat Penetapan Pembimbing



DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
NOMOR : B-3906/In.39/FEBI.04/PP.00.9/07/2024

TENTANG

PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI/TUGAS AKHIR MAHASISWA

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

- Menimbang** a. Bahwa untuk menjamin kualitas skripsi/tugas akhir mahasiswa FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN Parepare, maka dipandang perlu penetapan pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa tahun 2024
- b. Bahwa yang tersebut namanya dalam surat keputusan ini dipandang cakap dan mampu untuk diserahi tugas sebagai pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa.
- Mengingat** 1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah RI Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan
5. Peraturan Pemerintah RI Nomor 13 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Pemerintah RI Nomor: 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan;
6. Peraturan Presiden RI Nomor 29 Tahun 2018 tentang Institut Agama Islam Negeri Parepare;
7. Keputusan Menteri Agama Nomor: 394 Tahun 2003 tentang Pembukaan Program Studi;
8. Keputusan Menteri Agama Nomor 387 Tahun 2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Pembukaan Program Studi pada Perguruan Tinggi Agama Islam;
9. Peraturan Menteri Agama Nomor 35 Tahun 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Parepare
10. Peraturan Menteri Agama Nomor 16 Tahun 2019 tentang Statuta Institut Agama Islam Negeri Parepare.
- Memperhatikan** : a. 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
- b. 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** : a. 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
- b. Menunjuk saudara: **A. Rio Makkulau, M.E**, sebagai pembimbing skripsi/tugas akhir bagi mahasiswa :
- Nama Mahasiswa : NUR FITRAYANI BUDIMAN
- NIM : 2120203860202106
- Program Studi : Ekonomi Syariah (Ekonomi Islam)
- Judul Penelitian : ANALISIS PERILAKU PEDAGANG SAYURAN DI PASAR SUDU KABUPATEN ENREKANG PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
- c. Tugas pembimbing adalah membimbing dan mengarahkan mahasiswa mulai pada penyusunan sinopsis sampai selesai sebuah karya ilmiah yang berkualitas dalam bentuk skripsi/tugas akhir;
- d. Segala biaya akibat diterbitkannya surat keputusan ini dibebankan kepada Anggaran belanja IAIN Parepare;
- e. Surat keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan Parepare
Pada tanggal 25 Juli 2024
Dekan.



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 197102082001122002

Dipindai dengan CamScanner

Berita Acara Revisi Judul Skripsi



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

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

BERITA ACARA REVISI JUDUL SKRIPSI

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menyatakan bahwa Mahasiswa:

Nama : NUR FITRAYANI BUDIMAN

N I M : 2120203860202106

Prodi : Ekonomi Syariah

Menerangkan bahwa judul skripsi semula:

ANALISIS PERILAKU PEDAGANG SAYURAN DI PASAR SUDU KABUPATEN
ENREKANG PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

Telah diganti dengan judul baru:

ANALISIS PERILAKU PEDAGANG SAYURAN DI PASAR SUDU KABUPATEN
ENREKANG DITINJAU DALAM ETIKA BISNIS ISLAM

dengan alasan / dasar:

*Karena perspektif dianalisiskan dari sudut pandang nilai dan prinsip
etika bisnis, sedangkan ditinjau lebih ke perilaku pedagang yang diaudits.*

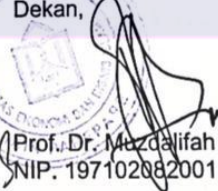
Demikian berita acara ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 21 Januari 2026

Pembimbing Utama


A. Rio Makkulau Wahyu, M.E.

Mengetahui;
Dekan,


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

Instrumen Wawancara

	<p>KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM Jl. Amal Bhakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421)21307</p>
<p>VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN</p>	

NAMA MAHASISWA : NUR FITRAYANI BUDIMAN
 NIM : 2120203860202106
 FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 PRODI : EKONOMI SYARIAH
 JUDUL : ANALISIS PERILAKU PEDAGANG SAYURAN
 DI PASAR SUDU KABUPATEN ENREKANG
 DITINJAU DALAM ETIKA BISNIS ISLAM

PEDOMAN WAWANCARA

Interview/Wawancara

Pertanyaan yang diajukan kepada pedagang sayuran di Pasar Sudu Kabupaten Enrekang

1. Boleh Bapak/Ibu ceritakan bagaimana biasanya proses jual beli di sini?
2. Biasanya harga sayuran ditentukan oleh apa?
3. Bagaimana Bapak/Ibu biasa menjelaskan kondisi atau kualitas barang (misalnya layu atau segar) kepada pembeli?

4. Bagaimana Bapak/Ibu menghadapi pembeli yang merasa tidak puas?
5. Bagaimana Bapak/Ibu menjaga kepercayaan dari pelanggan?
6. Apakah Bapak/Ibu mengetahui tentang prinsip etika bisnis seperti kejujuran, keadilan, amanah, dan tidak merugikan dalam Islam?
7. Menurut Bapak/Ibu, bagaimana cara menerapkan prinsip etika bisnis Islam dalam berdagang?

Pertanyaan yang diajukan kepada pembeli di Pasar Sudu

1. Bagaimana cara anda membeli sayuran di pasar ini?
2. Apakah pedagang terbuka soal harga dan kualitas?
3. Apakah pedagang ramah dan terbuka saat melayani?
4. Apakah Bapak/Ibu pernah merasa dirugikan dalam jual beli di pasar ini?
5. Menurut Bapak/Ibu apakah pedagang sudah menerapkan prinsip etika bisnis Islam seperti kejujuran saat menjual dagangan?

Parepare, 18 Juni 2025

Mengetahui,
Pembimbing Utama



A. Rio Makkulau, M.E.

NIP 19930405 202012 1 022

Transkrip Wawancara

Pertanyaan yang diajukan kepada pedagang sayuran pasar Sudu

Nama : Mulyani

Umur : 20 tahun

Alamat: Kalepe

1. Bagaimana proses jual beli sayuran di pasar sudu

Jawab: biasana mangbukka na jam 7 mane tutup jam 5, jual beli biasanna dilakukan ra secara langsung. Yake makale maleki manggalli utan biasami jo petani atau jio pasar agro. Mane timba to panggalli tiro utan mane na tawaimi. Mane yanna mngkamo na bajami, eda den pake temai dikua aplikasi.

(biasanya buka dari jam 7 kemudian tutup jam 5, Di Pasar Sudu, jual beli sayuran biasanya dilakukan secara langsung antara penjual dan pembeli. Setiap pagi para pedagang datang bawa sayuran segar dari kebun atau hasil beli dari petani lain. Pembeli datang untuk cari sayuran yang mereka butuh, lalu mulai menawar harga. Biasanya penjual dan pembeli saling tawar sampai dapat harga yang cocok buat dua-duanya. Setelah itu pembeli langsung bayar tunai, tanpa pakai aplikasi atau sistem online).

2. Harga sayuran ditentukan oleh apa

Jawab: biasanna yato harga ditandai jomai petani atau dari pasar agro, hargana tergantung musim, budanna atau kondisi utan. Yake musim panen na buda utan biasa masembo. Tapi yake cidik utan berarti masuli hargana.

(biasanya harga ditentukan dari petani atau pasar agro, harga sayuran di Pasar Sudu tergantung dari musim, jumlah pasokan, dan kondisi sayuran itu sendiri. Kalau lagi musim panen dan sayur banyak, harganya biasanya turun karena stok melimpah. Tapi kalau lagi susah panen atau cuaca jelek, harga bisa naik karena barangnya sedikit. Jadi, harga di pasar ini berubah-ubah tergantung situasi hari itu).

3. Bagaimana menjelaskan kondisi atau kuliatas barang kepada pembeli

Jawab: biasanya pembeli melihat sendiri kondisi barang apakah masih segar atau tidak. atau biasanya ku jelaskan i to kondisi atau kualitas sayuran ku

dengan cara langsung menunjukkan barangnya. Misalnya, ku bilang “ini masih segar baru panen pagi,” atau “yang ini agak layu karena kena hujan.” Kadang saya juga memperlihatkan contoh sayuran supaya pembeli bisa lihat sendiri bentuk, warna, dan kesegarannya.

4. Bagaimana menghadapi pembeli yang kurang puas

Jawab: pembeli yang kurang puas karena sayurannya tidak segar, biasanya ku hadapi dengan sabar atau ramah dan bicara baik-baik, kasi potongan harga atau tambahan sedikit sayur sebagai bentuk supaya pembeli tidak kecewa

5. Bagaimana menjaga kepercayaan dari pelanggan

Jawab: biasanya saya selalu bilang apa adanya soal kondisi sayur yang dijual, misalnya kalau sayur sudah agak layu atau baru dipanen pagi. Selain itu, saya juga sering kasih harga yang wajar atau potongan kecil buat pelanggan tetap

6. Apakah anda mengetahui prinsip etika bisnis

Jawab: iya, contohnya kita tidak boleh curang dalam berdagang

7. Cara menerapkan prinsip etika bisnis islam

Jawab: harus ki jujur dalam menimbang dan menentukan harga, tidak menipu pembeli, dan haruski layani pembeli dengan ramah dan sopan. Kalo ada sayuran yang kurang bagus, sebaiknya dikatakan terus terang supaya pembeli tahu kondisinya.

Pertanyaan yang diajukan kepada pedagang sayuran pasar Sudu

Nama : Musdalifa Kusuma R

Umur : 28 tahun

Alamat: Kompleks Pasar Sudu

1. Bagaimana proses jual beli sayuran di pasar sudu

Jawab: biasanya saya buka itu dari pagi sampai jam 10 malam, kemudian pembeli datang memilih sayuran kemudian ditimbang,

2. Harga sayuran ditentukan oleh apa

Jawab: biasanya harga ditentukan dari pasar atau petani

3. Bagaimana menjelaskan kondisi atau kuliatas barang kepada pembeli

Jawab: jelakan mana yang bagus atau itu yang sudah layu, jadi pembeli maunya ambil yang mana, jadi kita harus jelaskan kepada pembeli dengan jujur

4. Bagaimana menghadapi pembeli yang kurang puas

Jawab: tetap ramah, tetap bicara baik

5. Bagaimana menjaga kepercayaan dari pelanggan

Jawab: harus jaga kualitas barang, kalau kualitas terjaga pasti pembeli percaya

6. Apakah anda mengetahui prinsip etika bisnis

Jawab: iya

7. Cara menerapkan prinsip etika bisnis islam

Jawab: menjaga kualitas, harus jujur dalam menimbang, menjelaskan kepada pelanggan sayuran yang bagus atau sudah rusak kalo memang sayurannya sudah nda bagusmi biasa dikasi bonus atau dijual murah saja to sesuai kualitas, harus adil tidak membedakan harga dan harus ramah kepada pembeli

Pertanyaan yang diajukan kepada pedagang sayuran pasar Sudu

Nama : Nisa

Umur : 20 tahun

Alamat: Kalosi

1. Bagaimana proses jual beli sayuran di pasar sudu

Jawab: biasanya buka jam 6 atau jam 7 kemudian tutup sudah asar, pembeli biasanya memilih barang ada juga yang tidak

2. Harga sayuran ditentukan oleh apa

Jawab: biasanya harga itu ditentukan dari petani atau dari pasar agro

3. Bagaimana menjelaskan kondisi atau kuliatas barang kepada pembeli

Jawab: biasanya pembeli sendiri yang pilih

4. Bagaimana menghadapi pembeli yang kurang puas

Jawab: sabar hadapi pembeli dan tetap bersikap ramah

5. Bagaimana menjaga kepercayaan dari pelanggan

Jawab: misalnya kalau sudah langganan pastinya kita harus memberikan barang yang bagus agar pelanggan tidak berpindah ke tempat lain atau biasanya saya kasih bonus

6. Apakah anda mengetahui prinsip etika bisnis

Jawab: iya,

7. Cara menerapkan prinsip etika bisnis islam

Jawab: kita harus menjaga timbangan, bersikap jujur, harus menjaga kepercayaan pelanggan

Pertanyaan yang diajukan kepada pedagang sayuran pasar Sudu

Nama : Rahmawati

Umur : 50 tahun

Alamat: Sudu

1. Bagaimana proses jual beli sayuran di pasar sudu

Jawab: biasanya saya buka jam 6

2. Harga sayuran ditentukan oleh apa

Jawab: ditentukan dari petani karena biasanya petani yang bawa

3. Bagaimana menjelaskan kondisi atau kuliatas barang kepada pembeli

Jawab: dari pembeli ji biasanya dia pilih sendiri, kalau sayuran sudah layu biasanya kubuang karena biasanya sayur itu cepat layu

4. Bagaimana menghadapi pembeli yang kurang puas

Jawab: terima apa adanya, kalau dia mau silahkan membeli tetapi kalau tidak mau silahkan cari pembeli lain, tapi biar bagaimanapun kita harus tetap bersikap ramah dan sabar

5. Bagaimana menjaga kepercayaan dari pelanggan

Jawab: usahakan kasih yang terbaik, agar pembeli bisa percaya dan kembali membeli sayuran di tempat kita, misalnya kalau sayuran sudah layu kita kasih harga kurang

6. Apakah anda mengetahui prinsip etika bisnis

Jawab: iya

7. Cara menerapkan prinsip etika bisnis islam

Jawab: iye ditanya pembeli apa adanya, bahwa itu sayuran betul harganya segitu, tidak mengambil untung terlalu banyak

Pertanyaan yang diajukan kepada pedagang sayuran pasar Sudu

Nama : Yunianti M

Umur : 37 tahun

Alamat: Kalosi

1. Bagaimana proses jual beli sayuran di pasar sudu

Jawab: biasanna mangbukkana jam 6 pagi mane mang tutup jam 6 karuen, mane timba to panggalli na pileimi to utan mbonna na kabudai sesuai selerana mane yake madoanggi ditimbang atau ditakar raka padai imbo doina

(buka dari jam stengah 6 pagi kemudian tutup jam 6 sore, pembeli datang memilih sayuran. Semua tergantung selera pembeli kalau dia maunya ditimbang atau ditakar sesuai jumlah uangnya).

2. Harga sayuran ditentukan oleh apa

Jawab: saya ambil sayuran dari petani atau dari pasar agro

3. Bagaimana menjelaskan kondisi atau kuliatas barang kepada pembeli

Jawab: tergantung kualitas barang, kalau semial barangnya sudah layu kita kasih bonus

4. Bagaimana menghadapi pembeli yang kurang puas

Jawab: dijelaskan dengan sabar dan tetap ramah

5. Bagaimana menjaga kepercayaan dari pelanggan

Jawab: haruski jaga timbang, kemudian jaga ki juga jaga kualitas barang

6. Apakah anda mengetahui prinsip etika bisnis

Jawab: iya

7. Cara menerapkan prinsip etika bisnis islam

Jawab: harus jujur, tidak merugikan contohnya kalau uangnya kurang sedikit halalkan saja

Pertanyaan yang diajukan kepada pedagang sayuran pasar Sudu

Nama : Muliana Jahir

Umur : 32 tahun

Alamat: Pamolongan

1. Bagaimana proses jual beli sayuran di pasar sudu
Jawab: buka dari pagi hingga sore dan pembeli datang memilih sayuran
2. Harga sayuran ditentukan oleh apa
Jawab: biasanya saya ambil dari pasar agro atau petani
3. Bagaimana menjelaskan kondisi atau kualitas barang kepada pembeli
Jawab: biasanya pembeli memilih sendiri
4. Bagaimana menghadapi pembeli yang kurang puas
Jawab: tetap ramah
5. Bagaimana menjaga kepercayaan dari pelanggan
Jawab: haruski berikan barang yang berkualitas atau bagus, tidak membedakan pembeli
6. Apakah anda mengetahui prinsip etika bisnis
Jawab: iya
7. Cara menerapkan prinsip etika bisnis islam
Jawab: menjaga kualitas

Pertanyaan yang diajukan kepada pedagang sayuran pasar Sudu

Nama : Nirwana

Umur : 30 tahun

Alamat: Jln Jambu

1. Bagaimana proses jual beli sayuran di pasar sudu

Jawab: buka pagi sampai sore, pembeli memilih sendiri ada juga pembeli yang menyerahkan semuanya kepada pedagang kemudian pedagang yang pilih sayuran tersebut.

2. Harga sayuran ditentukan oleh apa

Jawab: dari petani dan pasar agro

3. Bagaimana menjelaskan kondisi atau kuliatas barang kepada pembeli

Jawab: sebelumnya pembeli melihat sendiri barang yang masih bagus, kalau agak layu biasa kita kurangi harganya

4. Bagaimana menghadapi pembeli yang kurang puas

Jawab: diterima dengan sabar dan tetap bersikap baik

5. Bagaimana menjaga kepercayaan dari pelanggan

Jawab: menjaga kualitas

6. Apakah anda mengetahui prinsip etika bisnis

Jawab: iya

7. Cara menerapkan prinsip etika bisnis islam

Jawab: berkata jujur kepada pembeli tentang kualitas barang, menjaga kepercayaan pelanggan dengan tidak mengurangi timbangan bersikap adil atau tidak membedakan pembeli, harus bersikap ramah kepada pembeli

Pertanyaan kepada pembeli

Nama: Sana

Umur : 49 tahun

Alamat: Uluway

1. Bagaimana cara anda membeli sayuran di pasar ini?

Jawab: Kalau saya mau beli sayuran di Pasar Sudu, biasanya saya datang pagi-pagi waktu sayurannya masih segar. Di sana banyak pedagang yang jual berbagai macam sayuran seperti tomat, cabai, kol, sawi, dan lain-lain. Saya keliling dulu lihat-lihat harga di beberapa pedagang, terus pilih sayur yang paling bagus dan harganya cocok. Setelah itu biasanya saya tawar sedikit sampai dapat harga yang pas, baru langsung bayar tunai.

2. Apakah pedagang terbuka soal harga dan kualitas?

Jawab: kebanyakan pedagang terbuka soal harga dan kualitas yang mereka jual, dan biasanya mereka na bilang ji kalo memang nda bagusmi

3. Apakah pedagang ramah dan terbuka saat melayani

Jawab: iya, biasanya mereka menjelaskan tentang kualitas sayur kalo memang itu sudah layu

4. Apakah anda pernah merasa dirugikan dalam jual beli

Jawab: tidak pernah, karena biasanya sayuran saya yang pilih sendiri

5. Apakah pedagang sudah menerapkan prinsip etika bisnis islam

Jawab: sejauh ini kalo saya belanja di pasar ini, pedagang yang saya temui sudah menerapkan prinsip etika bisnis seperti kejujuran mereka tidak megurangi timbangan malahan biasanya mereka kasih saya bonus, tapi saya tdak tahu kalo pedagang lain ya

Pertanyaan kepada pembeli

Nama: Irmayanti

Umur : 21 tahun

Alamat: Saluala

1. Bagaimana cara anda membeli sayuran di pasar ini?

Jawab: Saya biasanya beli sayur dengan cara pilih langsung di lapak penjual, lalu tanya harga dan tawar sedikit sampai cocok

2. Apakah pedagang terbuka soal harga dan kualitas?

Jawab: iya

3. Apakah pedagang ramah dan terbuka saat melayani?

Jawab: iya mereka menjelaskan bahwa kualitas sayur itu masih bagus, biasanya sayur yang agak layu mereka kurangi harga

4. Apakah anda pernah merasa dirugikan dalam jual beli?

Jawab: Pernah, tapi jarang terjadi. Kadang merasa dirugikan kalau sayur yang dibeli ternyata ada yang busuk, apalagi sayuran yang sudah ada memang dalam kantong plastik. Tapi biasanya penjualnya mau ganti atau kasih tambahan, jadi tidak masalah ji.

5. Apakah pedagang sudah menerapkan prinsip etika bisnis islam?

Jawab: Iya, sebagian besar pedagang di Pasar Sudu sudah menerapkan prinsip etika bisnis Islam. Mereka jujur dalam menimbang dan menentukan harga, tidak menipu pembeli, dan berusaha adil dalam melayani semua orang. Selain itu, banyak juga yang ramah, sabar, dan amanah dalam berdagang. Walaupun mungkin belum sempurna, tapi kebanyakan pedagang sudah berusaha berdagang dengan cara yang baik

Pertanyaan kepada pembeli

Nama: Asriani

Umur : 24 tahun

Alamat: Saluala

1. Bagaimana cara anda membeli sayuran di pasar ini

Jawab: saya biasanya memilih sayuran kemudian saya tawar sedikit kalau harganya cocok kita beli

2. Apakah pedagang terbuka soal harga dan kualitas

Jawab: Mereka biasanya langsung sebut harga, kalo pembeli tanya, mereka jelas menyebutkan harga dan menunjukkan kondisi sayurannya secara langsung.

3. Apakah pedagang ramah dan terbuka saat melayani

Jawab: Iye, pedagang di pasar ini umumnya ramah dan terbuka. Na sambutki dengan baik, nda jutekji kalo, dan na layani jki dengan sopan.

4. Apakah anda pernah merasa dirugikan dalam jual beli

Jawab: Belum pernah, karena penjual di pasar ini biasanya jujur dan terbuka, jadi jarang ada masalah dalam jual beli.

5. Apakah pedagang sudah menerapkan prinsip etika bisnis islam

Jawab: Iye, sebagian besar pedagang sudah menerapkan prinsip etika bisnis Islam seperti jujur, adil, dan amanah dalam berdagang, serta tidak menipu dan melayani pembeli dengan baik.

Pertanyaan kepada pembeli

Nama: Darmawati

Umur : 35 tahun

Alamat: Uluway

1. Bagaimana cara anda membeli sayuran di pasar ini

Jawab: Saya biasanya langsung memilih sayur yang dibutuhkan, kemudian menanyakan harganya dan membayar setelah cocok tanpa banyak menawar.

2. Apakah pedagang terbuka soal harga dan kualitas

Jawab: ada juga pedagang yang kurang terbuka soal harga dan kualitas, apalagi kalau sayurannya sudah dikantongi plastik. Pembeli tidak bisa lihat langsung kondisinya, dan kadang penjual tidak menjelaskan dengan jelas apakah sayurnya masih segar atau sudah agak layu.

3. Apakah pedagang ramah dan terbuka saat melayani

Jawab: nda semua pedagang ramah dan terbuka. Ada yang na layani ki dengan baik dan sopan, tapi ada juga yang cuek atau nda ramah, apalagi kalo ramai pasar atau sekedar tanya-tanya jki tanpa membeli biasa cuek

4. Apakah anda pernah merasa dirugikan dalam jual beli

Jawab: Pernah, kadang sayurnya kurang bagus

5. Apakah pedagang sudah menerapkan prinsip etika bisnis islam

Jawab: iye, sebagian besar pedagang sudah menerapkan ada juga yang nda na perhatikan etika dalam berdagang ka keuntunganji na fikir

Pertanyaan kepada pembeli

Nama: Jusmiarti S

Umur : 25 tahun

Alamat: Matua

1. Bagaimana cara anda membeli sayuran di pasar ini

Jawab: Biasanya saya langsung membeli sayuran yang sudah dikantongi

2. Apakah pedagang terbuka soal harga dan kualitas

Jawab: ada pedagang yang terbuka ada juga yang tidak memberitahu kualitas barang sebenarnya

3. Apakah pedagang ramah dan terbuka saat melayani

Jawab: iye, biasanya kalo datangka di lapaknya langsung senyum terus natanya mki cari apaki, na jelaskanmi juga harganya sesuai kualitas ya tergantung kita mi mauki yang mana

4. Apakah anda pernah merasa dirugikan dalam jual beli

Jawab: iye pernah tapi tidak semua pedagang begitu, pernah ka beli tomat yang di kantong plastik memangmi baru kalo dilihat dari luar bagus tapi ternyata banyak pale busuk mungkin lama mi di kantong to tapi sesuai harga ji tawwa

5. Apakah pedagang sudah menerapkan prinsip etika bisnis islam

Jawab: sebagian besar sesuai mi sama etika bisnis tapi masih ada beberapa lah pedagang yang nda na perhatikan kualitas barangnya, ada juga pedagang yang kalo belliki kayak malas ditanya tanya

Pertanyaan kepada pembeli

Nama: Syamsiah

Umur : 56 tahun

Alamat: Pana

1. Bagaimana cara anda membeli sayuran di pasar ini?

Jawab: biasanya kelilingka dulu lihat-lihat sayuran, baru ku pilihmi yang menurutku masih segar, terus ku tanya mi harganya kalo cocok ka ku beli mi

2. Apakah pedagang terbuka soal harga dan kualitas?

Jawab: iye, kebanyakan pedagang na jelaskan harga dan kondisi sayurnya, misalnya na tanyaki mana yang masih segar atau layu mi

3. Apakah pedagang ramah dan terbuka saat melayani

Jawab: iye, mabassa ra iato pedagang, na layani ki dengan baik

(iye, biasanya pedagang ramah dan melayani dengan baik)

4. Apakah anda pernah merasa dirugikan dalam jual beli?

Jawab: selama te sanga male pasa jarangra kuampa to pangbaluk kalasi, biasanna ke manggallina sesuai tongan ia to na sanga.

(selama ini kalo pergika pasar jarang ku dapat pedagang yang curang, biasanya kalo bellika sesuai apa yang na bilang).

5. Apakah pedagang sudah menerapkan prinsip etika bisnis islam?

Jawab: menurut ku sesuai mi karna jujur to pedagang soal harga dan kualitas dan na layani dengan baik.

Pertanyaan kepada pembeli

Nama: Muna

Umur : 48 tahun

Alamat: Matua

1. Bagaimana cara anda membeli sayuran di pasar ini?

Jawab: biasanya langsung ka ke pedagang langganan ku, kalo masih bagus ji sayurnya tanya miki harga dan beli sesuai kebutuhan

2. Apakah pedagang terbuka soal harga dan kualitas?

Jawab: iye, krna na tanya memang ki dulu harganya dan kondisi sayurnya jadi kita mami mau beli atau tidak

3. Apakah pedagang ramah dan terbuka saat melayani?

Jawab: iye, tidak marah juga kalo banyak tanya ki

4. Apakah anda pernah merasa dirugikan dalam jual beli?

Jawab: selama te disanga manggalli jo pasa yake gajai utanna biasa na kurangi hargana jadi yato panggalli biasa na pilih atau eda

(sejauh ini nda pernah ka merasa dirugikan. Kalo sayurnya nda bagus, biasanya pedagang na kurangi harganya aau bilang dulu. Jadi pembeli bisa pilih mau na beli atau tidak.

5. Apakah pedagang sudah menerapkan prinsip etika bisnis islam?

Jawab: menurutku sebagian besar pedagang sudah menerapkan prinsip etika bisnis

Surat Keterangan Selesai Penelitian



PEMERINTAH KABUPATEN ENREKANG
KECAMATAN ALLA
ALAMAT : JL. BALAIKOTA NO 1 BELAJEN

SURAT KETERANGAN

Nomor : 55/KA/VIII/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini Camat Alla menerangkan bahwa :

Nama : NUR FITRAYANI SUDIRMAN
Nim : 2120203860202106
Program Studi : EKONOMI SYARIAH
Jenjang Program : SI

Judul : "ANALISIS PERILAKU PEDAGANG SAYURAN DI PASAR
SUDU KABUPATEN ENREKANG DITINJAU DALAM
ETIKA BISNIS ISLAM"

Alamat : DUSUN PANA DESA PANA KEC. ALLA
No. Hp : 081524797035

Benar-benar yang bersangkutan di atas telah melaksanakan penelitian di Kecamatan Alla, Kabupaten Enrekang yang dilaksanakan mulai tanggal 03 Juli 2025 s/d 01 Agustus 2025 dalam rangka Penyusunan Tugas Akhir untuk penyelesaian studi. Demikian Surat keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Belajen, 05 Agustus 2025

An. Camat ALLA
Kasi Thantib



NIP: 19671219 199303 1 010

Tembusan Yth:

1. Bapak Bupati Enrekang (sebagai laporan)
2. Arsip.

Surat Keterangan Wawancara

Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Pedagang

Nama : MULYANI
Umur : 20 TAHUN
Alamat : KRIE'PE

Menyatakan bahwa telah diwawancarai oleh Nur Fitrayani Budiman untuk keperluan penelitian sebagai syarat penyelesaian jenjang Strata 1 Program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Parepare dengan judul "Analisis Perilaku Pedagang Sayuran di Pasar Sudu Kabupaten Enrekang ditinjau dalam Etika Bisnis Islam."

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Sudu, 08 Juli 2025
Yang Bertanda Tangan

MULYANI


PAREPARE

Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Pedagang

Nama : Musdalifa Kusuma R
Umur : 28 Tahun
Alamat : Komplek Pasar Sudu

Menyatakan bahwa telah diwawancarai oleh Nur Fitrayani Budiman untuk keperluan penelitian sebagai syarat penyelesaian jenjang Strata 1 Program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Parepare dengan judul "Analisis Perilaku Pedagang Sayuran di Pasar Sudu Kabupaten Enrekang ditinjau dalam Etika Bisnis Islam."

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Sudu, 08 Juli 2025

Yang Bertanda Tangan



IAIN
PAREPARE

Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Pedagang

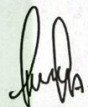
Nama : NISA
Umur : 20
Alamat : KALOSI

Menyatakan bahwa telah diwawancarai oleh Nur Fitriyani Budiman untuk keperluan penelitian sebagai syarat penyelesaian jenjang Strata 1 Program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Parepare dengan judul “Analisis Perilaku Pedagang Sayuran di Pasar Sudu Kabupaten Enrekang ditinjau dalam Etika Bisnis Islam.”

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Sudu, 08 Juli 2025

Yang Bertanda Tangan



IAIN
PAREPARE

Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Pedagang

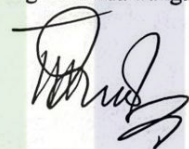
Nama : Ruhmaningsi
Umur : 54
Alamat : sudu

Menyatakan bahwa telah diwawancarai oleh Nur Fitrayani Budiman untuk keperluan penelitian sebagai syarat penyelesaian jenjang Strata 1 Program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Parepare dengan judul "Analisis Perilaku Pedagang Sayuran di Pasar Sudu Kabupaten Enrekang ditinjau dalam Etika Bisnis Islam."

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Sudu, 08 Juli 2025

Yang Bertanda Tangan



IAIN
PAREPARE

Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Pedagang

Nama : YUNIANTI . M
Umur : 37 thn
Alamat : Kalosi

Menyatakan bahwa telah diwawancarai oleh Nur Fitrayani Budiman untuk keperluan penelitian sebagai syarat penyelesaian jenjang Strata 1 Program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Parepare dengan judul "Analisis Perilaku Pedagang Sayuran di Pasar Sudu Kabupaten Enrekang ditinjau dalam Etika Bisnis Islam."

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Sudu, 08 Juli 2025

Yang Bertanda Tangan


YUNIANTI . M.

IAIN
PAREPARE

Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Pedagang

Nama : *Muliana Jalir*

Umur : *32*

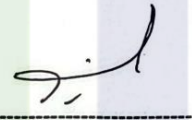
Alamat : *Pamotongan*

Menyatakan bahwa telah diwawancarai oleh Nur Fitrayani Budiman untuk keperluan penelitian sebagai syarat penyelesaian jenjang Strata 1 Program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Parepare dengan judul "Analisis Perilaku Pedagang Sayuran di Pasar Sudu Kabupaten Enrekang ditinjau dalam Etika Bisnis Islam."

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Sudu, 10 Juli 2025

Yang Bertanda Tangan



Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Pedagang

Nama : *Nirwana*
Umur : *30*
Alamat : *Jln. Jambu.*

Menyatakan bahwa telah diwawancarai oleh Nur Fitrayani Budiman untuk keperluan penelitian sebagai syarat penyelesaian jenjang Strata 1 Program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Parepare dengan judul "Analisis Perilaku Pedagang Sayuran di Pasar Sudu Kabupaten Enrekang ditinjau dalam Etika Bisnis Islam."

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Sudu, 10 Juli 2025

Yang Bertanda Tangan



IAIN
PAREPARE

DOKUMENTASI













BIODATA PENULIS



Nur Fitrayani Budiman, lahir di Sudu 22 November 2002. Anak pertama dari dua bersaudara. Anak dari pasangan Bapak Budiman dan Ibu Samsiah. Penulis memulai pendidikan di SD Negeri 113 Pana, kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 1 Alla, kemudian melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 3 Enrekang. Setelah itu penulis melanjutkan pendidikan ke perguruan

tinggi yakni di Institut Agama Islam Negeri Parepare dengan mengambil Program Studi Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Penulis melaksanakan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) pada tahun 2024 di Desa Sumarrang, Kecamatan Campalagian, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat dan melaksanakan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) di Kantor Baznas Enrekang. Penulis telah menyelesaikan skripsi dengan judul skripsi **“Analisis Perilaku Pedagang Sayuran di Pasar Sudu Kabupaten Enrekang ditinjau dalam Etika Bisnis Islam.”**