

**IMPLEMENTASI ASPEK-ASPEK ETIKA BISNIS ISLAM
PADA PEDAGANG PASAR NGASEM TAMANSARI KOTA
YOGYAKARTA TAHUN 2016**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I**

Oleh :

HELMI RAHMATULLAH

NIM : 12240057

Pembimbing :

Dr. H. Okrisal Eka Putra, Lc, M.Ag

NIP. 19731016 200012 1 001

**JURUSAN MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2016



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto, Telp. 0274-515856, Yogyakarta 55281, E-mail: fd@uin-suka.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor: B-1953/Un.02/DD/PP.01.3/10/2016

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

**IMPLEMENTASI ASPEK ASPEK ETIKA BISNIS ISLAM PADA PEDAGANG
PASAR NGASEM TAMANSARI KOTA YOGYAKARTA TAHUN 2016**

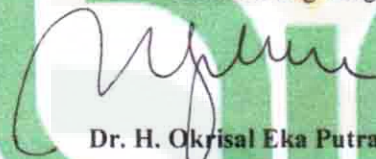
yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : **Helmi Rahmatullah**
NIM/Jurusan : **12240057/MD**
Telah dimunaqasyahkan pada : **Kamis, 29 September 2016**
Nilai Munaqasyah : **90 (A -)**

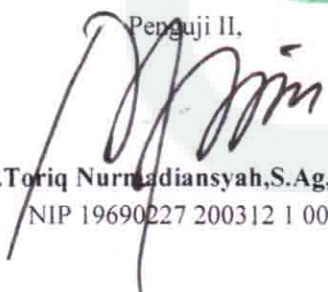
dan dinyatakan diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM MUNAQASYAH

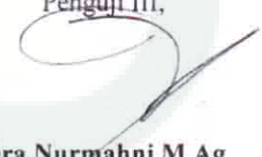
Ketua Sidang/Penguji I,


Dr. H. Okrisal Eka Putra, Lc, M.Ag.
NIP 19731016 200012 1 001

Penguji II,


M. Toriq Nurmadiansyah, S.Ag, M.Si.
NIP 19690227 200312 1 001

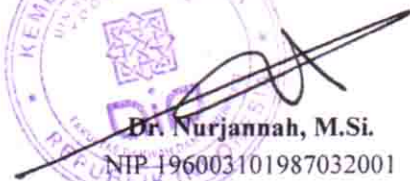
Penguji III,


Dra. Nurmahni, M.Ag.
NIP 19720519 199803 2 001

Yogyakarta, 12 Oktober 2016

Dekan,




Dr. Nurjannah, M.Si.
NIP 196003101987032001



SURAT PERSETUJUAN PROPOSAL SKRIPSI

Kepada :
Yth. Dekan Fakultas dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku dosen pembimbing berpendapat bahwa proposal skripsi saudara :

Nama : Helmi Rahmatullah
Nim : 12240057
Judul Skripsi : Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Pasar Ngasem
Tamansari Kota Yogyakarta

Telah dapat diajukan dan didaftarkan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (Bagian Seminar dan Munaqosah)

Dengan ini kami mengharapkan agar proposal skripsi tersebut diatas dapat segera diseminarkan.

Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, Maret 2016

Pembimbing

Ketua Jurusan

Manajemen Dakwah



Drs. M. Rosyid Ridla, M.Si
NIP: 19670104 199303 1 003

Dr. H. Okrisal Eka Putra, Lc, M.Ag
NIP : 19731016 200012 1 001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Helmi Rahmatullah

NIM : 12240057

Jurusan : Manajemen Dakwah

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul :
“Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Pasar Ngasem Tamansari Kota
Yogyakarta” adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiatisme dan
tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-
bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang
dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun mempertanggung
jawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 31 Agustus 2016

Yang menyatakan,


METERAI
TEMPEL
TGL. 20
2027CADF608357189
6000
ENAM RIBU RUPIAH
HELMI RAHMATULLAH
12240057

MOTTO

وَمَا أَرْسَلْنَا قَبْلَكَ مِنَ الْمُرْسَلِينَ إِلَّا إِنَّهُمْ لِيَأْكُلُوا الطَّعَامَ
وَيَمْشُونَ فِي الْأَسْوَاقِ^{طه} وَجَعَلْنَا بَعْضَكُمْ لِبَعْضٍ فِتْنَةً^{طه} أَتَصْبِرُونَ^{طه}
وَكَانَ رَبُّكَ بَصِيرًا ﴿٢٠﴾

“Dan Kami tidak mengutus Rasul-rasul sebelummu, melainkan mereka sungguh memakan makanan dan berjalan di pasar-pasar. dan Kami jadikan sebahagian kamu cobaan bagi sebahagian yang lain. maukah kamu bersabar?; dan adalah Tuhanmu Maha melihat.”

(Q.S. Al-Furqan: 20)¹

“Nerima Ing Pandum”

¹ Al-Qur'an, 47 : 36, Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Tawjid dan Terjemahannya*, (Bandung : Syaamil Quran, 2010).hlm. 361.

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

Kedua orang tua ku (Bapak Muhammad Hazam & Ibu Yuliantini)
Almamaterku Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Jurusan Manajemen Dakwah



KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atau segala rahmat, hidayah dan inayah-Nya. Sebab hanya atas kehendak-Nyalah penulisan skripsi ini dapat terselesaikan sebagaimana mestinya. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan sahabatnya.

Penyusunan skripsi ini ditujukan memenuhi tugas akhir dan melengkapi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Skripsi ini berjudul “Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Pasar Ngasem Tamansari Kota Yogyakarta”.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan berbagai pihak. Untuk itu peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada berbagai pihak yang membimbing peneliti dalam penyusunan skripsi ini yaitu kepada :

1. Bapak Prof. Drs. Yudian Wahyudi, M.A.,Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Nurjannah, M.Si selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Drs. Muhammad Rosyid Ridla, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Dr. H. Okrisal Eka Putra, Lc, M.Ag. selaku dosen pembimbing yang berkenan membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi yang penulis susun dapat terselesaikan sebagaimana mestinya.

5. Bu Lurah Pasar Ngasem beserta Jajarannya, Ibu Marsidah, dan Pedagang Pasar Ngasem Tamansari Kota Yogyakarta yang telah bersedia memberikan informasi sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini.
6. Ayahku (Muhammad Hazam) dan Ibuku (Dal Yuliantini) serta Adikku (Hanum Latifah Zulfa) tercinta sebagai keluarga yang tak henti-hentinya mendoakan, memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
7. Sahabat karib penulis (Fitrana Amalia H) yang telah setia memberikan do'a, semangat, ilmu dan pengalamannya kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
8. Sahabat-sahabat seperjuangan (Islamuddin, Mhd. Amin, Ibnu Pam, Masrury, Nopex, Alil, Haki, Irba, Agung, Ridwan, Didin, Joko, Fahrudin, Putri, Ditak, Lilla, Nadia, Dewi, Annisa, Ayun, Titin, Janet, Khoirunnisa, teman-teman MD B 2012, dan lainnya) yang selalu menyemangati dan berbagi ilmu dalam penyusunan skripsi penulis.
9. Rekan-rekan jurusan Manajemen Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta angkatan 2012 yang telah memberi dukungan, semangat, dan pengalaman kepada penulis.
10. Teman-teman serupaab2011 (Wawan Geong, Thoyib, Harris, Deni, Maskhun, Acil, Yonas, Saiful, Dodo, Rogerdeth, Johan cvts, Zohan, Mario, Galih Johar, dan lainnya)
11. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, baik langsung maupun tidak langsung yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Semoga Allah SWT. membalas semua jasa baik mereka serta memberikan balasan yang lebih sebagai amal sholeh di sisi-Nya. Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan. Hal ini dikarenakan pengetahuan yang dimiliki peneliti sangatlah terbatas, untuk itu diperlukan saran dan masukan demi kesempurnaan penyusunan skripsi ini.

Akhir kata peneliti memohon kepada Allah SWT semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi peneliti dan umumnya bagi pembaca serta semua pihak yang berkepentingan dengan skripsi ini.

Yogyakarta, 31 Agustus 2016

Helmi Rahmatullah
12240057

ABSTRAKSI

Helmi Rahmatullah “Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Pasar Ngasem Tamansari Kota Yogyakarta”. Skripsi Yogyakarta: Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 2016.

Pasar Ngasem merupakan tempat melakukan transaksi jual beli sebagai pasar tradisional. Hal tersebut sangat rentan dengan realisasi pelaku bisnis dalam menjalankan usahanya yang masih mengabaikan etika bisnis yang sesuai dengan aturan-aturan yang berlaku. Penegakan nilai-nilai moral dalam kehidupan perdagangan pasar harus disadari secara personal oleh setiap pelaku pasar. Mengacu pada Al-Qur’an dan praktek kehidupan pasar pada masa Rasulullah dan sahabatnya.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi sebagai alat pengumpulan data. Setelah data terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis kualitatif dengan menginterpretasikannya dalam kalimat sederhana sehingga dapat diambil pengertiannya untuk mendapatkan kesimpulan sebagai hasil penelitian. Untuk uji validitas penulis menggunakan metode triangulasi sumber dan metode dalam mendukung pengukuran tingkat keabsahan data yang diperoleh.

Setelah melakukan penelitian, maka dapat diketahui bahwa implementasi etika bisnis Islam di Pasar Ngasem sebagian besar dari prinsip etika bisnis sudah sesuai dengan syari’at Islam, namun ada yang tidak sesuai seperti halnya dalam pencatatan utang-piutang.

Kata kunci : Implementasi Etika Bisnis Islam, Pedagang, Pasar Ngasem Tamansari Kota Yogyakarta

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah	4
C. Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	9
E. Tinjauan Pustaka.....	9
F. Kerangka Teori	13
G. Metode Penelitian	20
H. Sistematika Pembahasan.....	29
I. Kerangka Berfikir	30

BAB II : GAMBARAN UMUM LEMBAGA

A. Sejarah Pasar Ngasem	31
B. Luas Pasar Ngasem.....	33
C. Fasilitas Pasar Ngasem	37
D. Susunan Pengelola Pasar Ngasem	44
E. Tugas Pengelola Pasar	45

BAB III : PEMBAHASAN

Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Pasar Ngasem

Tamansari Kota Yogyakarta

A. Kesatuan (<i>Tauhid/Unity</i>)	48
B. Adil, <i>Ekubrilium</i> (Keseimbangan, Harmoni)	54
C. <i>Free Will</i> (Kehendak Bebas)	59
D. <i>Responsibility</i> (Pertanggungjawaban)	64
E. Ihsan, <i>Benevolence</i> (Kemanfaatan).....	67

BAB IV : PENUTUP

A. Kesimpulan.....	70
B. Saran	72

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Triangulasi Metode	24
Gambar 1.2 Triangulasi Sumber	28
Gambar 1.3 Kerangka Berfikir.....	30
Gambar 2.1 Pasar Ngasem	32
Gambar 2.2 Bangunan Kios di Pasar Ngasem	34
Gambar 2.3 Bangunan Los di Pasar Ngasem.....	35
Gambar 2.4 Panggung Hiburan.....	36
Gambar 2.4 Tempat Parkir.....	37
Gambar 2.5 Mushola Al-Amin Pasar Ngasem.....	38
Gambar 2.6 Ruang Kantor Pengelola Pasar Ngasem.....	39
Gambar 2.7 Kamar Mandi.....	40
Gambar 2.8 Wastafel atau Tempat Cuci Tangan	41
Gambar 2.9 Radio Siar Pasar	42
Gambar 2.10 Pengukur Timbangan	43
Gambar 2.11 Area Parkir	44

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbedaan Metode Kualitatif dan Kuantitatif	27
Tabel 2.1 Bagan Organisasi Pengelola Pasar Ngasem.....	45



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam menafsirkan makna yang terkandung dalam judul **“Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Pasar Ngasem Tamansari Kota Yogyakarta”**, maka terlebih dahulu peneliti memberikan penjelasan tentang istilah-istilah yang ada dalam judul skripsi ini. Adapun istilah-istilah tersebut adalah sebagai berikut:

1. Implementasi

Dalam kamus bahasa Inggris-Indonesia dikatakan bahwa implementasi berasal dari kata *“implementation”* yang berarti pelaksanaan dan penerapan dari sebuah teori.¹ Adapun konsep implementasi dalam kamus Webster dirumuskan bahwa *to implement* (mengimplementasikan) berarti : (a) *to provide the means for carrying out* (menyediakan sarana untuk melaksanakan sesuatu); (b) *to give practical effect to* (menimbulkan dampak atau akibat terhadap sesuatu).² Yang dimaksud implementasi dalam penelitian ini adalah pelaksanaan dan penerapan dari teori etika bisnis islam pada pedagang Pasar Ngasem

¹ Jhon.E Chols dan Hasan Sadily, *Kamus Inggris-Indonesia cetakan ke-23*, (Jakarta: Gramedia, 1996), hlm. 313.

² Abdul Wahab, S. *Analisis Kebijakan dari Formulasi ke Implementasi Kebijakan Negara*. (Jakarta: Bina Aksara, 1999), hlm.50.

Tamansari Yogyakarta yang disesuaikan dengan situasi yang ada di lapangan.

2. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam menurut Muhammad Jakfar adalah norma-norma etika yang berbasis Al-Qur'an dan Hadist yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnis.³ Sedangkan menurut A.Hanafi dan Hamid Salam seperti yang dikutip oleh Johar Arifin, etika bisnis Islam merupakan nilai-nilai etika Islam dalam aktivitas bisnis yang telah disajikan dalam prespektif Al-Qur'an dan Hadist yang bertumpu pada 6 prinsip, yaitu kebenaran, kepercayaan, ketulusan, persaudaraan, pengetahuan, dan keadilan.⁴ Yang dimaksud etika bisnis Islam dalam penelitian ini adalah tata cara atau aturan yang berlandaskan syariat Islam yang tidak bertentangan dengan nilai-nilai agama untuk membedakan mana yang benar atau mana yang salah dalam menjalankan usaha perdagangan di pasar.

3. Pedagang

Pedagang diartikan sebagai orang yang melakukan perdagangan, memperjual belikan barang dagangan yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh suatu keuntungan.⁵ Pedagang dalam penelitian ini adalah para pedagang di Pasar Ngasem Tamansari terutama pedagang

³ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2008), hlm. 84.

⁴ Johar Arifin, *Etika Bisnis Islam*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), hlm.74.

⁵ [Id.wikipedia.org/wiki/Pedagang](http://id.wikipedia.org/wiki/Pedagang) di akses pada tanggal 14 Maret 2016 Pukul 09.28 WIB.

yang beragama Islam dibuktikan dengan melihat KTP nya dan Ibu-Ibu pedagang yang memakai jilbab saat berdagang sekaligus yang menjadi subjek penelitian dalam penelitian ini.

4. Pasar Ngasem Tamansari Yogyakarta

Pasar adalah tempat yang mempunyai aturan yang disiapkan untuk tukar-menukar hak milik dan menukar barang antara produsen dan konsumen.⁶ Dan terdapat bangunan yang terdiri dari kios-kios atau gerai, akses lebih luas bagi para produsen dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar.⁷ Pasar Ngasem adalah pasar yang terletak di pusat kota Yogyakarta yaitu berada di kawasan Tamansari, sebuah tempat pariwisata yang masih berada di lingkungan kraton Yogyakarta.

Jadi yang di maksud dengan judul penelitian “Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Pasar Ngasem Tamansari Kota Yogyakarta”, adalah penelitian yang mengkaji tentang bagaimana penerapan “etika bisnis Islam, serta prinsip-prinsip etika bisnis Islam Pada Pedagang Pasar Ngasem Tamansari Kota Yogyakarta”.

⁶ Abdul Aziz M.Ag, *Etika Bisnis Prespektif Islam*, (Bandung, Alfabeta Press, 2013) hlm.265.

⁷ Nahdliyyul Izza, “Pengaruh Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional”, Skripsi, (tidak diterbitkan), (Yogyakarta, Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta,2010), hlm.3.

B. Latar Belakang Masalah

Masalah jual beli merupakan aktivitas sentral dalam dunia bisnis. Atau merupakan aktivitas pokok dalam lalu lintas perekonomian suatu Negara. Bahkan frekuensi aktivitas jual beli sebagai bagian dari dunia bisnis merupakan cermin kemajuan ekonomi sekelompok masyarakat atau suatu bangsa.⁸ Pemikiran etika bisnis muncul ke permukaan, dengan landasan bahwa, Islam adalah agama yang sempurna. Ia merupakan kumpulan aturan-aturan ajaran (doktrin) dan nilai-nilai yang dapat mengantarkan manusia dalam kehidupannya menuju tujuan kebahagiaan hidup baik di dunia maupun di akhirat. Islam merupakan agama yang memberikan cara hidup terpadu mengenai aturan-aturan aspek sosial, budaya, ekonomi, sipil dan politik. Ia juga merupakan suatu sistem untuk seluruh aspek kehidupan, termasuk sistem spiritual maupun sistem prilaku ekonomi dan politik.⁹

Dalam Islam, berbisnis merupakan salah satu bagian dari keseluruhan upaya manusia untuk menjalankan tugas hidupnya selama di dunia yang diproyeksikan ke kehidupan yang berdimensi jangka panjang di akhirat dengan segala konsekuensinya.¹⁰ Sebagai salah satu hal yang amat penting dalam kehidupan manusia, bisnis atau usaha komersil diberi tuntutan cukup banyak dari Al-Qur'an. Di sisi lain, Rasulullah Saw menggambarkan misi beliau sebagai "penyempurna akhlak". Jika demikian pastilah dapat

⁸ Muhammad Djakfar, "Etika Bisnis Islam", hlm. 281.

⁹ Sofyan Syafri Harahap, *Akuntansi Islam*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1997), hlm. 230.

¹⁰ Muslich, *Etika Bisnis*, (Yogyakarta: Ekonsia, 1998), hlm. 84.

ditemukan etika berbisnis dari tuntutan Al Qur'an dan Sunnah, terlebih lagi Rasulullah sendiri pada masa mudanya adalah pelaku bisnis yang sukses.¹¹

Attensi Islam terhadap jual beli sebagai salah satu persendian perekonomian dapat dilihat dalam surat Al-Baqarah ayat 275 bahwa “Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”. Allah SWT menjelaskan tentang rasul-rasul-Nya dalam Q.S. Al-Furqan: 20:

وَمَا أَرْسَلْنَا قَبْلَكَ مِنَ الْمُرْسَلِينَ إِلَّا إِنَّهُمْ لَيَأْكُلُونَ الطَّعَامَ وَيَمْشُونَ
فِي الْأَسْوَاقِ ۗ وَجَعَلْنَا بَعْضَكُمْ لِبَعْضٍ فِتْنَةً أَتَصْبِرُونَ ۗ وَكَانَ رَبُّكَ
بَصِيرًا ﴿٢٠﴾

Artinya: “dan Kami tidak mengutus Rasul-rasul sebelummu, melainkan mereka sungguh memakan makanan dan berjalan di pasar-pasar. dan Kami jadikan sebahagian kamu cobaan bagi sebahagian yang lain. maukah kamu bersabar?; dan adalah Tuhanmu Maha melihat.

Al-Qurthubi mengatakan maksud berjalan di pasar-pasar adalah untuk mencari rezeki, berdagang dan mencari mata pencaharian. Ayat ini adalah dari dasar menari rezeki, berdagang, dan mencari mata pencaharian dengan berdagang, produksi dan lain sebagainya. Islam dan pasar masyarakat saat ini seakan merindukan sebuah sistem pasar yang tepat sebagai bagian dari

¹¹ Muhammad Quraish Shihab, *Secerca Cahaya Ilahi: Hidup Bersama Al-Qur'an*, (Bandung: Mizan, 2000), hlm. 234.

penolakan pada sistem Kapitalis dan Sosialis yang mengalami kegagalan dalam menciptakan kesejahteraan.¹²

Dengan mengacu pada Al-Qur'an dan praktek kehidupan pasar pada masa Rasulullah dan sahabatnya. Ibnu Taymiyyah menyatakan bahwa cirri khas kehidupan pasar yang islami adalah sebagai berikut :¹³

1. Orang harus bebas keluar masuk pasar. Memaksa orang untuk menjual barang dagangan tanpa ada kewajiban untuk menjual barang dagangan tanpa ada kewajiban untuk menjual merupakan tindakan yang tidak adil dan ketidakadilan itu dilarang.
2. Adanya informasi yang cukup mengenai kekuatan-kekuatan pasar dan barang-barang dagangan. Tugas muhtasib adalah mengawasi situasi pasar dan menjaga agar informan secara sempurna diterima oleh pasar pelaku pasar.
3. Unsur-unsur monopolistik harus dilenyapkan dari pasar. Kolusi antar penjual dan pembeli harus dihilangkan. Pemerintah boleh melakukan intervensi apabila unsure monopolistic ini mulai muncul.
4. Adanya kenaikan penurunan harga yang disebabkan oleh naik turunnya tingkat permintaan dan penawaran.

¹² Abdul Aziz M.Ag, *Etika Bisnis Prespektif Islam*, (Bandung: Alfabeta Press, 2013), hlm. 266.

¹³ Veithzal Rivai., dkk, *Islamic Business and Economic Ethics*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), hlm. 29-30.

5. Adanya homogenitas dan standarisasi produk agar terhindar dari pemalsuan produk, penipuan, dan kecurangan kualitas barang.
6. Terhindar dari penyimpangan terhadap kebebasan ekonomi yang jujur, seperti sumpah palsu, kecurangan dalam menakar, menimbang, mengukur dan niat buruk dalam perdagangan. Pelaku pasar yang dilarang menjual barang-barang haram, seperti minuman keras, alat perjudian, pelacuran, dan lain-lain.

Akan tetapi pada kenyataannya masih banyak pelaku bisnis dalam menjalankan usahanya masih mengabaikan etika bisnis yang sesuai dengan aturan-aturan yang berlaku, misalnya tidak adanya kejelasan tentang spesifikasi dan takaran barang yang dijual, masih ada pedagang yang mengurangi takaran timbangan, Ada pedagang yang memonopoli harga dengan cara menjual barang dagangan lebih murah dari harga pasaran sehingga menyebabkan para pedagang lainnya terkena imbasnya, menjual barang yang kualitasnya tidak bagus tetapi tidak berkata bahwa barang yang dijual itu ber mutu tinggi dan dijual dengan harga yang sama, menjual barang dagangan yang haram.

Penegakan nilai-nilai moral dalam kehidupan perdagangan pasar harus disadari secara personal oleh setiap pelaku pasar. Artinya, nilai-nilai moralitas merupakan nilai yang sudah tertanam dalam diri para pelaku pasar, karena ini merupakan refleksi dari keimanan kepada Allah. Dengan demikian, seseorang boleh saja berdagang dengan tujuan mencari keuntungan yang sebesar-

besarnya, tetapi (dalam Islam) bukan sekedar mencari besarnya keuntungan, melainkan dicari juga keberkahan. Keberkahan usaha berarti memperoleh keuntungan dunia dan akhirat. Keuntungan di dunia berupa relasi yang baik dan menyenangkan, sedangkan keuntungan akhirat berupa nilai ibadah, karena perdagangan dilakukan dengan kejujuran. Dalam Islam, pasar merupakan wahana transaksi ekonomi yang ideal, karena secara teoritis maupun praktis, Islam menciptakan suatu keadaan pasar yang dibingkai oleh nilai-nilai syariat, meskipun dalam suasana bersaing. Artinya, konsep keadilan dalam pasar adalah pasar yang ditumbuhi nilai-nilai syariat seperti keadilan, keterbukaan, kejujuran, dan persaingan yang sehat yang merupakan nilai-nilai universal, bukan hanya untuk muslim tetapi juga non-muslim.¹⁴

Dari permasalahan diatas, apakah para pelaku bisnis terutama pada pedagang di pasar Ngasem sudah mengimplementasikan etika bisnis sesuai dengan Al-Quran dan Sunnah Rasullullah SAW sehingga membentuk sebuah transaksi yang sesuai dengan nilai-nilai seperti tanggung jawab, kejujuran, keadilan, keterbukaan dan persaingan yang sehat. Berdasarkan latar belakang dan permasalahan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Pasar Ngasem Tamansari Yogyakarta.”

¹⁴ *Ibid.*, hlm. 27-28.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana implementasi etika bisnis Islam pada pedagang pasar Ngasem Tamansari Yogyakarta?”

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Dengan rumusan masalah yang telah dijelaskan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah: Untuk mengetahui secara jelas bagaimana penerapan etika bisnis islam oleh pedagang di Pasar Ngasem Tamansari Yogyakarta.

2. Kegunaan Penelitian

a. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi jurusan manajemen dakwah, di bidang perdagangan, ekonomi dan etika bisnis Islam.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi pedagang dalam meningkatkan kehidupan internal pasar maupun eksternal pada masyarakat.

E. Tinjauan Pustaka

Dalam penelitian, tinjauan pustaka berguna sebagai bahan acuan yang relevan dengan penelitian terdahulu dan juga berguna untuk menghindari

adanya plagiasi atau penjiplakan atas karya orang lain. Penulis mencoba melakukan penelusuran terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang terkait atau serupa dengan penelitian yang akan dikaji antara lain:

Dalam jurnal ilmiah *Al-Iqtishad*: Vol. VI No.1, Januari 2014 karya Fitri Amalia yang berjudul “Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil”, Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kampoeng Kreatif, Bazaar Madinah, dan Usaha Kecil di sekitar lingkungan UIN Jakarta telah menerapkan etika bisnis Islam, baik pengusaha maupun karyawannya. Dalam menjalankan usaha dan kegiatan, para pelaku usaha telah memahami dan mengimplementasikan prinsip atau nilai-nilai Islam ini meliputi aspek: prinsip, manajemen, marketing, iklan dan produk/harga.¹⁵

Skripsi Muhammad Faiz Rosyadi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2012 yang berjudul “Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap *Costumer Retention* (Studi Kasus Pada Bank BPD DIY Cabang Syariah)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien determinasi yang terlihat pada nilai *Adjusted Square* sebesar 0,725 yang berarti bahwa *costumer retention* pengaruhnya dapat dijelaskan oleh keempat variable independen yaitu keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, kebenaran sebesar 72,5% dan sisanya yaitu 27.5% dapat dijealskan oleh variable lain diluar model penelitian ini. secara parsial berdasarkan hassil uji t variable-variable dalam

¹⁵ Fitri Amalia, “Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil” jurnal ilmiah *Al-Iqtishad*: Vol. VI No.1, Januari 2014

penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan dimana variable tanggung jawab (*responsibility*) memiliki pengaruh terbesar dibandingkan variable lain dalam penelitian ini, sedangkan variable kebenaran memiliki pengaruh paling rendah terhadap *costumer rentetion*. Berdasarkan uji F menunjukkan bahwa secara simultan atau bersama-sama variable dalam penelitian ini yaitu keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, kebenaran, berpengaruh positif dan signifikan terhadap *costumer rentetion*. Oleh karena itu, untuk meningkatkan *costumer rentetion* dalam suatu perusahaan, dapat dilakukan dengan cara meningkatkan etika bisnis Islam dalam setiap kegiatan bisnis.¹⁶

Skripsi Adimas Fahmi Firmansyah, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2013 yang berjudul “Praktek Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Toko Santri Syariah Surakarta)”. Berdasarkan hasil penelitian, ada beberapa kesimpulan yaitu bahwa praktek etika bisnis yang dilakukan di toko Santri dalam permodalan serta pengaruh toko santri terhadap lingkungan social sekitarnya telah sesuai dengan hukum Islam. sedangkan masalah hubungan dengan SDM. Dalam hal ini tentang pemenuhan hak pekerja belum dijalankan sesuai aturan Islam, sebagai contohnya pekerja tidak diberikan

¹⁶ Muhammad Faiz Rosyadi, “Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Customer Retention (Studi Kasus Pada Bank BPD DIY Cabang Syariah)”, Skripsi (Yogyakarta:Fakultas Syariah UIN Sunan Kalijaga, 2012).

ilmu atau pengetahuan tentang etika bisnis Islam serta tidak mendapatkan pelatihan-pelatihan dalam bekerja.¹⁷

Dalam skripsi Siti Rohmah, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2014 yang berjudul “Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam Di Hotel Madani Syari’ah”. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis Islam sudah diterapkan di Hotel Madani Syariah Yogyakarta akan tetapi masih perlu ditingkatkan. Kriteria hotel syariah standard nasional kategori hilal-1 juga sudah diterapkannya tetapi masih ada aspek yang belum terpenuhi.¹⁸

Berdasarkan pembahasan di atas mengenai penelitian sebelumnya, penulis menemukan banyak perbedaan dengan penelitian yang akan penulis lakukan diantaranya terletak pada subjek penelitian lebih kepada para pedagang yang terdapat di Pasar Ngasem Yogyakarta, Oleh karena itu peneliti akan melakukan penelitian dengan judul “*Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Pasar Ngasem Tamansari Kota Yogyakarta*”. Dimana penelitian ini lebih cenderung melihat bagaimana para pedagang dalam menjalankan usahanya dengan menerapkan etika bisnis Islam dan sesuai dengan aturan yang berlaku.

¹⁷ Adimas Fahmi Firmansyah, “Praktek Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Toko Santri Syariah Surakarta)”, Skripsi, (Yogyakarta: Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013)

¹⁸ Siti Rohmah, “Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam Di Hotel Madani Syari’ah”, Skripsi, (Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2014).

F. Kerangka Teori

1. Tinjauan Tentang Etika Bisnis Islam

a. Pengertian Etika Bisnis Islam

1) Etika

Etika berasal dari bahasa Yunani *ethos*, yang dalam bentuk jamaknya (*ta etha*) berarti 'adat istiadat' atau 'kebiasaan'. Dalam pengertian ini etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun pada suatu masyarakat atau kelompok masyarakat. Ini berarti etika berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik, dan segala kebiasaan yang dianut dan diwariskan dari satu orang ke orang yang lain atau dari satu generasi ke generasi lain.¹⁹

2) Bisnis

Bisnis adalah sebuah aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan, atau pengelolaan barang (produksi). Bisnis merupakan aktivitas berupa jasa, perdagangan dan industri guna memaksimalkan keuntungan. Yusanto dan Wijayakusuma sebagaimana yang dikutip Muhammad mendefinisikan bisnis Islami dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah

¹⁹ A. Sonny Keraf, *Etika Bisnis, Tuntunan dan Relevansinya*, (Yogyakarta: Kanisius, 1998), hlm. 14.

kepemilikan harta (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram.²⁰

3) Islami

Kata Islami berasal dari bahasa Arab *al-Islam* (tulisan arab). Adalah nama suatu “*Ad-Din*” (jalan hidup) yang ada di sisi Allah (*‘indAllah*). *Ad-Din* maknanya adalah *al-millah* atau *ash-shirot* atau jalan hidup, ia berupa bentuk-bentuk keyakinan dan perbuatan yang ditentukan dan ditetapkan oleh Allah dan bukan hasil dari buah pikiran manusia, karenanya ia dinamakan juga *dinulloh* (QS 110 Ayat 2).²¹

Etika bisnis menurut Vincent Barry sebagaimana yang dikutip oleh Abdul Aziz menyatakan bahwa etika bisnis adalah ilmu tentang baik buruknya terhadap suatu manusia, termasuk tindakan-tindakan relasi dan nilai-nilai dalam kontak bisnis.²² Sedangkan menurut Irham Fahmi etika bisnis adalah aturan-aturan yang menegaskan suatu bisnis boleh bertindak dan tidak boleh bertindak,

²⁰ Muhammad, *Etika Binis Islam*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002), hlm. 38.

²¹ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Prespektif Islam Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha*, (Bandung,: Alfabeta Press, 2013), hlm. 32.

²² *Ibid.*, hlm.35.

dimana aturan-aturan tersebut dapat bersumber dari aturan tertulis maupun aturan yang tidak tertulis.²³

Etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal dan yang salah yang selanjutnya tentu melakukan hal yang berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan.²⁴ Sedangkan menurut Veithzal Rivai mengatakan bisnis Islam adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya (yang tidak dibatasi), namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayaan hartanya (ada aturan halal dan haram).²⁵

Etika Bisnis Islam menurut Muhammad Jakfar adalah norma-norma etika berbasis Al-Qur'an dan Hadist yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnis.²⁶ Dengan kata lain bagaimanapun etika bisnis berbasis kitab suci dan sunnah Rasulullah SAW, sebagaimana halnya etika bisnis modern, tidak cukup dilihat secara partialistik semata, tetapi perlu dilihat juga dalam fungsinya secara utuh (*holistic*). Dalam arti etika bisnis Islam perlu diposisikan sebagai komoditas akademik yang melahirkan sebuah cabang

²³ Irham Fahmi, *Etika Bisnis, Teori, Kasus, dan Solusi*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 3.

²⁴ *Ibid.*, hlm. 35.

²⁵ Veithzal Rivai., dkk, *Islamic Business and Economic Ethics*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), hlm. 13.

²⁶ Muhammad Djakfar, "Etika Bisnis Islam", hlm. 84.

keilmuan, sekaligus sebagai tuntutan para pelaku bisnis dalam melakukan aktivitas sehari-hari.²⁷

b. Aspek-aspek etika Bisnis Islam

Menurut Beekun dalam etika bisnis Islam memiliki enam aksioma antara lain:²⁸

1) Tauhid, *Unity* (Kesatuan, Keutuhan)

Ini adalah konsep tauhid yang berarti semua aspek dalam hidup dan mati adalah satu baik aspek politik, ekonomi, sosial, maupun agama adalah berasal dari satu sistem nilai yang saling terintegrasi, terkait, dan konsisten. Tauhid hanya cukup dianggap sebagai keyakinan. Tuhan hanya satu. Tauhid adalah sistem yang harus dijalankan dalam mengelola kehidupan ini.

2) Adil, *Ekulibrium* (Keseimbangan, Harmoni)

Semua aspek kehidupan harus seimbang agar dapat menghasilkan keteraturan dan keamanan sosial sehingga kehidupan manusia di dunia ini dan di akhirat nanti melahirkan harmoni dan keseimbangan.

3) *Freewill* (Kebebasan, Kehendak Bebas)

Manusia diangkat sebagai khalifah Allah atau pengganti Allah di bumi untuk memakmurkannya. Manusia dipersilahkan

²⁷ *Ibid*, hlm. 85.

²⁸ Sofyan S. Harahap, "Etika Bisnis Dalam..", hlm. 78-79.

dan mampu berbuat sesuka hatinya tanpa paksaan, Tuhan memberikan koridor yang boleh dan yang tidak boleh. Aturan itu dimaksudkan untuk kemaslahatan manusia. Allah menurunkan Rasul-Nya untuk memberikan peringatan dan kabar gembira. Pelanggaran terhadap aturan Allah akan dimintai pertanggungjawaban.

4) *Responsibility* (Pertanggungjawaban)

Karena kebebasan yang diberikan di atas, manusia harus memberikan pertanggungjawabannya nanti dihadapan Allah atas segala keputusan dan tindakan yang dilakukannya.

5) Ikhsan, *Benevolence* (Kemanfaatan)

Semua keputusan dan tindakan harus menguntungkan manusia baik di dunia maupun diakhirat, selain hal itu seharusnya tidak dilakukan. Islam tidak membenarkan setiap tindakan yang dapat menimbulkan kerusakan terhadap diri, masyarakat, bahkan makhluk lain seperti binatang, tumbuhan, dan alam.

2. Tinjauan Tentang Pasar

a. Pengertian Pasar

Pasar adalah tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, atau saling bertemunya antara kekuatan permintaan dan penawaran untuk membentuk suatu harga. Atau dengan bahasa lain pasar adalah suatu kelompok orang yang diorganisasikan untuk melakukan tawar-

menawar, sehingga terbentuk harga. Stanton mengemukakan, pasar adalah kumpulan orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk belanja, dan kemauan untuk membelanjakannya. Jadi faktor yang menunjang terjadinya pasar adalah orang dengan segala keinginannya, daya belinya, serta tingkah laku dalam pembeliannya.²⁹

Ukuran suatu pasar tergantung pada jumlah pembeli yang berada dalam pasar tersebut. Pembeli potensial memiliki tiga karakteristik pokok, yaitu minat, penghasilan, dan akses. Berdasarkan ketiga karakteristik ini, ada lima level definisi pasar yaitu:

- 1) Pasar potensial (*potential market*), yaitu sekumpulan konsumen yang memiliki tingkat minat tertentu terhadap penawaran pasar tertentu.
- 2) Pasar yang tersedia (*available market*), yaitu sekumpulan konsumen yang memiliki minat, penghasilan, dan akses pada penawaran pasar tertentu.
- 3) Pasar tersedia yang memenuhi syarat (*qualified available market*), yaitu sekumpulan konsumen yang memiliki minat, penghasilan, akses dan kualifikasi untuk penawaran pasar tertentu

²⁹ Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis edisi-3: Teknik Kelayakan Rencana Bisnis secara Komperhensif*, (Jakarta:Kompas Gramedia, 1997), hlm. 35.

- 4) Pasar yang dilayani (*served market* atau *target market*), yaitu sebagian dari *Iqualified available market* yang ingin dimasuki perusahaan.
- 5) Pasar penetrasi (*penetration market*), yaitu sekumpulan konsumen yang benar-benar telah membeli produk.³⁰

Dari lima level definisi pasar diatas, pasar Ngasem termasuk dalam kategori pasar potensial, dimana pembeli memiliki tingkat minat tertentu terhadap penawaran barang dagangan di pasar Ngasem

b. Mekanisme Pasar Islami

Konsep mekanisme pasar dalam Islam dibangun atas prinsip-prinsip sebagai berikut:³¹

1) *Ar-Ridha*

Yakni transaksi yang dilakukan haruslah atas dasar kerelaan antara masing-masing pihak (*freedom contract*). Hal ini sesuai dengan Q.S. An-Nisa' ayat 29 :

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

³⁰ Santoso Singgih dan Tjiptono, *Riset Pemasaran: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2002), hlm. 64.

³¹ Abdul Aziz, "Etika Bisnis Perspektif", hlm. 268.

Artinya : “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu Saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu*”

- 2) Persaingan sehat (*fair competition*)
- 3) Mekanisme pasar akan terhambat bekerja jika terjadi penimbunan (*ikhtikar*) atau monopoli. Monopoli dapat diartikan, setiap barang yang penahanannya akan membahayakan konsumen atau orang banyak.
- 4) Kejujuran (*Honesty*)

Merupakan pilar yang sangat penting dalam Islam, sebab kejujuran adalah nama lain dari kebenaran itu sendiri. Islam melarang tegas melakukan kebohongan dan penipuan dalam bentuk apapun. Sebab, nilai kebenaran ini akan berdampak langsung kepada para pihak yang melakukan transaksi dalam perdagangan dan masyarakat luas.

- 5) Keterbukaan (*Transparancy*) serta Keadilan (*Justice*)

Pelaksanaan prinsip ini adalaah transaksi dilakukan dituntut untuk berlaku benar dalam pengungkapan kehendak dan ekadaan yang sesungguhnya.

G. Metode Penelitian

Metode yang adalah cara yang dilaksanakan seorang peneliti untuk mengumpulkan, mengklarifikasi, dan menganalisa fakta yang ada di tempat

penelitian dengan menggunakan ukuran-ukuran dalam pengetahuan, hal ini dilakukan untuk menemukan kebenaran. Adapun metode penelitian yang akan digunakan sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Pemahaman terhadap suatu fenomena sangatlah penting, oleh karenanya penelitian dalam skripsi ini termasuk pada ranah penelitian lapangan (*Field Research*), yang mana metode tersebut dianggap sebagai pendekatan luas dalam penelitian kualitatif atau sebagai metode untuk mengumpulkan data kualitatif. Jadi dalam penelitian ini adalah peneliti melakukan penelitian dilokasi dengan mengadakan pengamatan tentang suatu fenomena dalam suatu keadaan alamiah. Maka dalam hal ini pendekatan yang dilakukan berkaitan dengan pengamatan dan peran serta. Peneliti lapangan membuat catatan lapangan serta ekstensif yang kemudian dianalisis dengan berbagai cara.³²

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif, yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan sebagainya secara holistic, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks yang alami dengan

³² Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 1998), hlm. 26.

memanfaatkan berbagai metode alamiah.³³ Dalam penelitian ini dimaksud untuk menjelaskan bagaimana implementasi etika bisnis Islam pada pedagang pasar Ngasem Tamansari Kota Yogyakarta.

2. Subyek dan Objek Penelitian

a. Subyek Penelitian

Subyek penelitian adalah orang-orang yang menjadi sumber informasi yang dapat memberikan data yang sesuai dengan masalah yang diteliti.³⁴ Adapun subyek penelitian dalam skripsi ini adalah Pedagang Pasar Ngasem Tamansari Kota Yogyakarta.

b. Obyek Penelitian

Obyek penelitian adalah yang menjadi pokok perhatian dari suatu penelitian.³⁵ Adapun obyek penelitian ini adalah bagaimana Analisis penerapan etika bisnis Islam di Pasar Ngasem Tamansari Kota Yogyakarta.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Metode Observasi

Metode observasi adalah suatu proses pengambilan data yang dilakukan dengan cara pengamatan secara sistematis terhadap obyek penelitian yang diteliti dengan cara langsung dan terencana bukan

³³ *Ibid*, hlm. 6

³⁴ Kentjaraningrat, *Metode Penelitian Masyarakat*, (Jakarta: PT.Gramedia 1981), hlm. 13.

³⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pengantar*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1989), hlm. 91.

karena kebetulan.³⁶ Observasi dilakukan dengan cara peneliti datang ke tempatnya langsung yaitu di Pasar Ngasem Tamansari Kota Yogyakarta. Peneliti akan mencatat jika ada hal-hal yang penting yang perlu untuk dicatat. Observasi ini peneliti menggunakan observasi partisipatif, yakni dalam pengamatan peneliti melibatkan diri secara aktif dengan subyek yang diteliti, sehingga dapat memperoleh informasi secara mendalam tentang implementasi etika bisnis Islam pada pedagang di Pasar Ngasem Tamansari Kota Yogyakarta.

b. Metode Wawancara (*Interview*)

Metode wawancara adalah metode pengumpulan data melalui proses dialog pewawancara dengan responden.³⁷ Metode wawancara ini adalah bertanya secara lisan kepada informan untuk mendapatkan jawaban atas keterangan. Dalam hal ini pertanyaan secara lisan yang diajukan oleh seseorang kepada orang lain dengan maksud agar orang lain itu mau memberikan jawaban atau keterangan pertanyaan tersebut.³⁸

Wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara semi terstruktur, dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan terstruktur. Tujuan dari jenis ini adalah untuk

³⁶ Wonarno Surahman, *Pengantar Metodologi Ilmiah*, (Bandung: Tarsito, 1982), hlm. 132.

³⁷ Suharsimi Arikunto, "Prosedur Penelitian Ilmiah", hlm. 126.

³⁸ Dudung Abdurrahman, *Pengantar Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Kurnia Alam Semesta 2003), hlm. 58.

memperoleh data dan menemukan permasalahan lebih terbuka dari subyek penelitian mengenai implementasi etika bisnis Islam pada pedagang pasar Ngasem Tamansari Kota Yogyakarta..

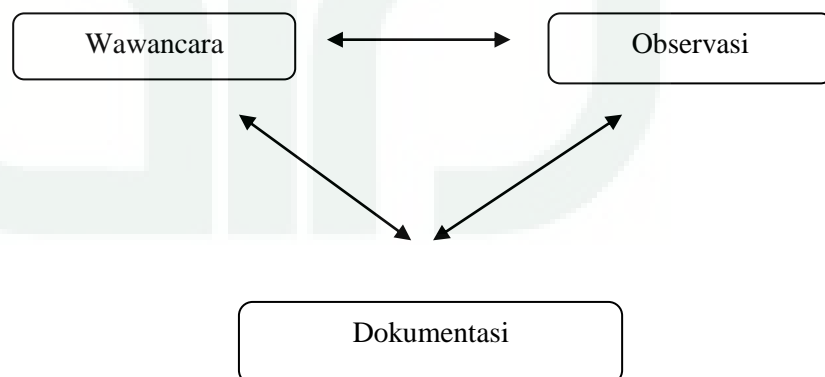
c. Metode Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang artinya barang-barang tertulis, seperti buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat dan catatan lainnya.³⁹

Metode dokumentasi ini peneliti gunakan untuk mendapatkan data yang berupa peraturan-peraturan, tulisan-tulisan, yang tertera khususnya yang berkaitan dengan *Implementasi* etika bisnis Islam pada pedagang pasar Ngasem Tamansari Kota Yogyakarta

Gambar 1.1

Bagan Triangulasi Metode



³⁹Sutrisno Hadi, *Metodologi Research Jilid II*, (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2002), hlm. 131.

4. Metode Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah difahami, dan semuanya dapat diinformasikan kepada orang lain.⁴⁰

Miles dan Hubberman seperti yang dikutip Sugiono mengemukakan beberapa langkah yang dilakukan dalam menganalisis data antara lain:

a. Reduksi Data

Reduksi data yang berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya.⁴¹

b. Penyajian Data

Setelah data yang diperoleh peneliti direduksi maka langkah selanjutnya adalah *display* data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya.⁴²

c. Verifikasi

⁴⁰Loex J Moeleng, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Rosda Karya, 2002), hlm. 103-104.

⁴¹Sugiono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: ALFABETA, 2013), hlm.336.

⁴²*Ibid.*, hlm.339.

Langkah ketiga dalam langkah analisis data kualitatif menurut Miles dan Hubberman adalah penarikan kesimpulan dan varifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.⁴³

5. Teknik Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, temuan atau data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Namun dalam hal ini kebenaran realitas data menurut penelitian kualitatif tidak bersifat tunggal, tetapi jamak dan tergantung pada kemampuan peneliti mengkonstruksi fenomena yang diamati, serta dibentuk dalam diri seorang sebagai hasil proses mental tiap individu dengan berbagai latar belakangnya.⁴⁴

⁴³ *Ibid.*, hlm. 343.

⁴⁴ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&B*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 365.

Pengujian keabsahan data dalam metode penelitian kualitatif menggunakan istilah yang berbeda dengan penelitian kuantitatif, Perbedaan tersebut dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 1.1

Perbedaan Istilah dalam Pengujian Keabsahan Data antara Metode Kualitatif dan Kuantitatif

Aspek	Metode Kualitatif	Metode Kuantitatif
Nilai Kebenaran	Kredibilitas (<i>credibility</i>)	Validitas internal
Penerapan	Keteralihan (<i>Transferability</i>)	Validitas eksternal (generalisasi)
Konsistensi	<i>Auditability,</i> <i>dependability</i>	Reliabilitas
Naturalitas	Dapat dikonfirmasi (<i>confirmability</i>)	Obyektivitas

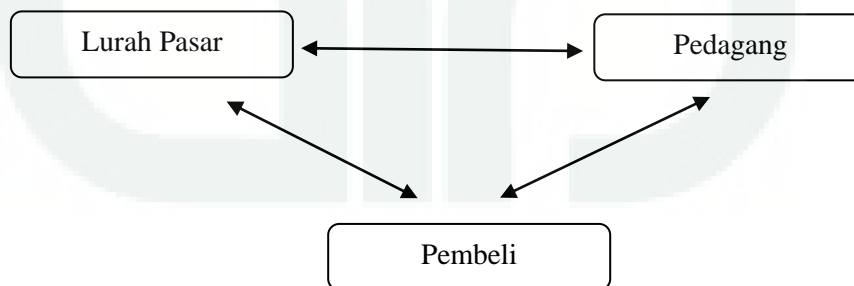
Uji keabsahan data yang peneliti lakukan yaitu menggunakan uji keabsahan data sebagai berikut:

a. Uji Kredibilitas

Dalam uji kredibilitas ada beberapa macam cara pengujian yang tersedia, namun penelitian yang digunakan peneliti menggunakan uji kredibilitas data triangulasi. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini dimaksudkan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara. Triangulasi sumber yang digunakan peneliti dimaksudkan untuk menguji kredibilitas dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh dari beberapa sumber. Dari beberapa sumber yang telah didapat kemudian hasilnya dideskripsikan dan dikategorisasikan. Setelah data dihasilkan oleh peneliti maka data tersebut akan menghasilkan suatu kesimpulan kemudian dimintakan kesepakatan dengan tiga sumber data tersebut.⁴⁵:

Gambar 1.2

Bagan Triangulasi Sumber



⁴⁵*Ibid*, hlm. 373.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pemahaman dan pembahasan ini agar menggunakan sistematik pembahasan yang dimulai dari pendahuluan dan diakhiri dengan penutup. Adapun sistematiknya sebagai berikut :

Bab pertama adalah pendahuluan yang akan memberikan gambaran secara menyeluruh tentang penelitian yang dilakukan. Dari bab pertama ini akan diketahui beberapa hal yaitu mengenai latar belakang penelitian ini dilakukan, permasalahan yang menjadi fokus perhatian, tujuan dari dilakukannya penelitian, manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian, hasil temuan penelitian sebelumnya, dan seperangkat metodologi yang digunakan dalam melaksanakan penelitian.

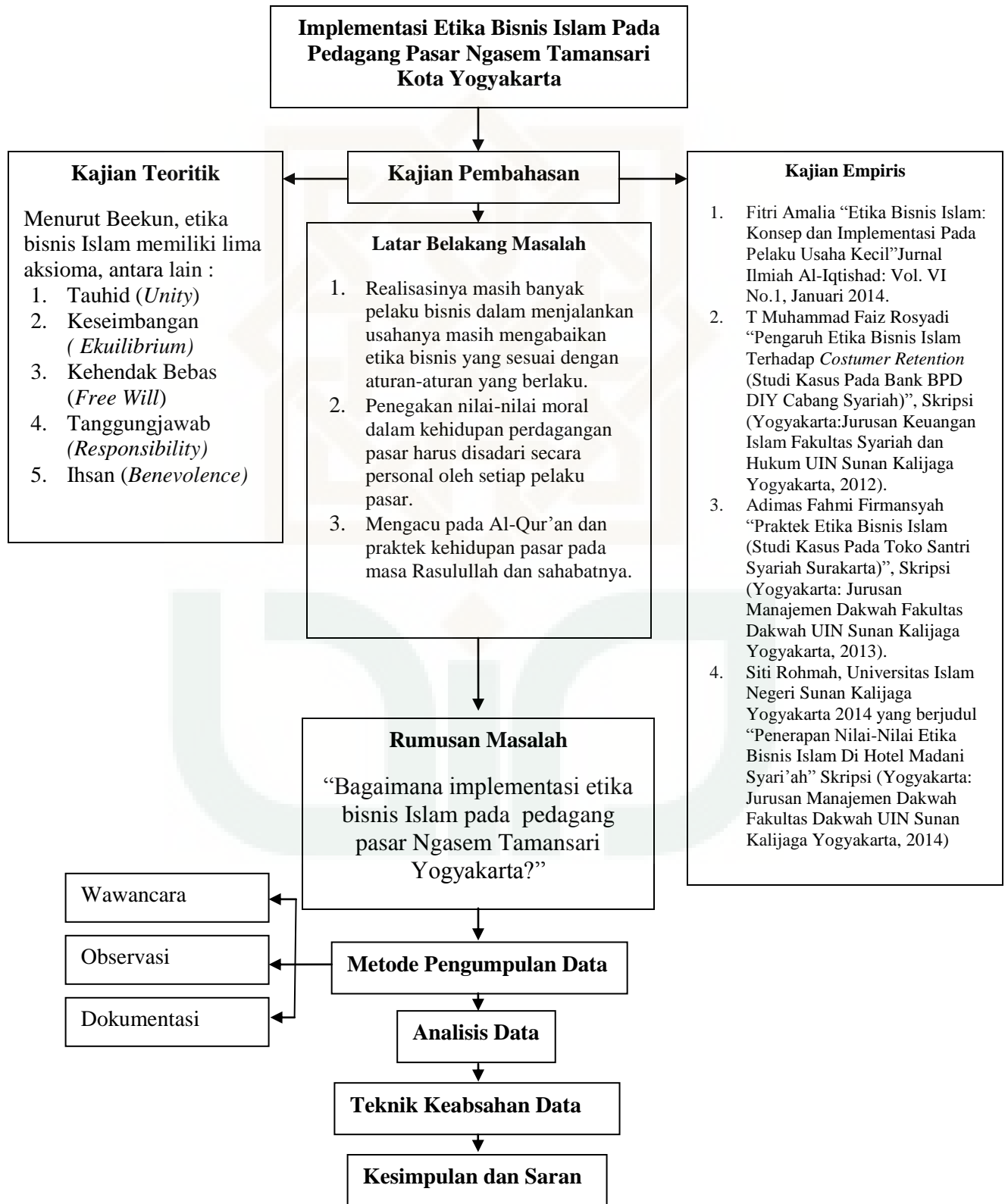
Bab kedua memaparkan gambaran umum tentang *Implementasi* etika bisnis Islam pada pedagang pasar Ngasem Tamansari Kota Yogyakarta

Bab ketiga adalah hasil penelitian. Dalam bab ini akan dipaparkan tentang hasil-hasil dari penelitian yang telah dilakukan. Temuan-temuan data yang diperoleh dari lapangan akan diuraikan dan di analisis secara deskriptif-kualitatif untuk selanjutnya ditarik sebuah kesimpulan.

Bab keempat yaitu penutup yang berisi kesimpulan yang merupakan jawaban atas pertanyaan yang dirumuskan dalam rumusan masalah sekaligus juga berisi berbagai saran-saran yang didasarkan pada hasil penelitian yang tentunya akan bermanfaat bagi kemajuan lembaga tempat penelitian secara khusus dan organisasi lainnya secara umum.

Gambar 1.3

Kerangka Berfikir



BAB IV

A. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian analisis yang dikemukakan dari bab-bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut : Implementasi etika bisnis Islam di Pasar Ngasem sebagian besar dari aspek - aspek etika bisnis sudah sesuai dengan syari'at Islam, namun ada tidak sesuai seperti halnya dalam pencatatan utang-piutang. Adapun implementasi etika bisnis yang terdapat di pasar Ngasem adalah :

1. Tauhid, Pedagang Pasar Ngasem menerapkan berdoa sebelum berangkat kerja, melaksanakansholat dhuha sebagai kegiatan keseharian serta melaksanakan ibadah sholat dzuhur dan ashar secara bergantian dan saling menjaga.
2. Keseimbangan, keseimbangan yang tercermin pada pedagang Pasar Ngasem, menunjukkan bahwa timbangan sesuai dengan takaran dan menerapkan syariat Islam, hal ini ditunjukkan dengan pengambilan keuntungan tidak terlalu banyak.
3. Kehendak Bebas, tidak pernah terjadi perselisihan antar pedagang merupakan salah satu bentuk persaingan yang sehat yang tercermin pada pedagang Pasar Ngasem. Hal ini ditunjukkan dengan para pedagang Pasar Ngasem bebas melakukan bentuk pemasaran dengan berbagai cara, kemudian penentuan harga juga terlihat bebas dan tidak ada tekanan antar pedagang.

4. Tanggung Jawab, tanggung jawab yang harus di lakukan oleh para pedagang pasar Ngasem adalah membayar iuran baik itu iuran mingguan atau bulanan, selain itu melakukan kebersihan atau membersihkan area jualan guna mewujudkan motto menjadi pasar yang bersih dan tanggungjawab selanjutnya adalah menjaga kualitas produk dan tidak membohongi pembeli dengan barang yang ditawarkan.
5. Ihsan, adapun bentuk ihsan yang terdapat di Pasar Ngasem adalah para pedagang melakukan pelayanan dengan tutur kata, dan etika yang baik, memberikan kebebasan bagi pembeli untuk menawar, memperbolehkan berhutang untuk pembeli serta menawarkan produk yang berkualitas baik dan halal.

B. SARAN

1. Untuk pengelola, lebih diperhatikan dalam perawatan sarana prasarana dan fasilitas yang sudah ada di pasar Ngasem
2. Kembali mengaktifkan pengajian yang sudah vakum agar para pedagang bisa menambah wawasan dalam hal ilmu agama.
3. Pedagang harusnya mencatat segala hutang-piutang yang terkait dengan transaksi barang dagangan.
4. Mempercepat pembangunan dan perluasan Mushola di pasar Ngasem agar para pedagang bisa lebih nyaman dan tidak antri lagi ketika waktu shalat tiba.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz, M.Ag., *Etika Bisnis Prespektif Islam*, Bandung: Alfabeta Press, 2013.
- Adimas Fahmi Firmansyah, *Praktek Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Toko Santri Syariah Surakarta)*, Skripsi, Yogyakarta: Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013.
- Ahmad Hasan Ridwan, *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil*, Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- A. Sonny Keraf, *Etika Bisnis, Tuntunan dan Relevansinya*, Yogyakarta: Kanisius, 1998.
- Chols, Jhon.E dan Hasan Sadily, *Kamus Inggris-Indonesia cetakan ke-23*, Jakarta: Gramedia, 1996.
- Djaman Sataro dan Aan Komarian, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2009.
- Dudung Abdurrahman, *Pengantar Metode Penelitian*, Yogyakarta: Kurnia Alam Semesta 2003.
- Fitri Amalia, *Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil*, jurnal ilmiah Al-Iqtishad: Vol. VI No.1, Januari 2014.
- Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis edisi-3: Teknik Kelayakan Rencana Bisnis secara Komperhensif*, Jakarta: Kompas Gramedia, 1997.
- [Id.wikipedia.org/wiki/Pedagang](https://id.wikipedia.org/wiki/Pedagang).
- Irham Fahmi, *Etika Bisnis, Teori, Kasus, dan Solusi*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Johar Arifin, *Etika Bisnis Islam*, Semarang: Walisongo Press, 2009.
- Kentjaraningrat, *Metode Penelitian Masyarakat*, Jakarta: PT.Gramedia 1981.
- Moleong, Lexy J., *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 1998.
- Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002.
- Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam*, Malang: UIN Malang Press, 2008.
- Muhammad Faiz Rosyadi, *Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Customer Retention (Studi Kasus Pada Bank BPD DIY Cabang Syariah)*, Skripsi Yogyakarta: Fakultas Syariah UIN Sunan Kalijaga, 2012.

- Muhammad Quraish Shihab, *Secerca Cahaya Ilahi: Hidup Bersama Al-Qur'an*, Bandung: Mizan, 2000.
- Muslich, *Etika Bisnis*, Yogyakarta: Ekonsia, 1998.
- Nahdliyyul Izza, *Pengaruh Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional*, Skripsi (tidak diterbitkan), Yogyakarta: Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2010.
- Santoso Singgih dan Tjiptono, *Riset Pemasaran: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2002.
- Siti Rohmah, *Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam Di Hotel Madani Syari'ah*, Skripsi, Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2014.
- Sofyan Syafri Harahap, *Akuntansi Islam*, Jakarta: Bumi Aksara, 1997.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pengantar*, Jakarta: Bumi Aksara, 1989.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2008.
- Sutrisno Hadi, *Metodologi Research Jilid II*, Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2002.
- Veithzal Rivai., dkk, *Islamic Business and Economic Ethics*, Jakarta: Bumi Aksara, 2012.
- Wonarno Surahman, *Pengantar Metodologi Ilmiah*, Bandung: Tarsito, 1982.



LAMPIRAN-LAMPIRAN



Pintu masuk pasar Ngasem



Interview dengan Bu Lurah Pasar Ngasem



Menghitung hasil penarikan Iuran para Pedagang di pasar Ngasem



Suasana Bangunan Los Tempat Pedagang Berjualan



Banner sebagai media promosi pedagang pasar Ngasem



Transaksi Jual beli di pasar Ngasem



Pedagang Pasar Ngasem



Interview dengan pedagang pasar Ngasem



Interview dengan pedagang pasar Ngasem



Wawancara dengan petugas kebersihan pasar Ngasem



Wawancara dengan petugas parkir pasar Ngasem



Tempat Parkir yang nyaman di pasar Ngasem



Panggung hiburan atau panggung kesenian di Pasar Ngasem



Panggung hiburan saat ada acara gebyar pasar di Pasar Ngasem

NAMA PEDAGANG	JENIS DAGANGAN	LOKASI
NGADINEM	WARUNG MAKAN	3LOS2C
BEJO DALIYO	WARUNG MAKAN	3LOS2C
MARSIYEM	WARUNG MAKAN	3LOS2C
SUHARNO	WARUNG MAKAN	3LOS2C
TENTREM/ JAWADI NY	WARUNG MAKAN	3LOS2C
TRI HARYANI	WARUNG MAKAN	3LOS2C
WAGINAH	WARUNG MAKAN	3LOS2C
RINI MUAFIAH	WARUNG MAKAN	3LOS2C
ARIS PURNOMO	WARUNG MAKAN	3LOS2C
SIREP ZAMZURI ACHMAD	WARUNG MAKAN	3LOS2C
M.I SURATMI	WARUNG MAKAN	3LOS2C
ABU KARIM MARDIONO, NY	JAJANAN	3LOS2C
SRI WASTIWI SETIAWATI	JAJANAN	3LOS2C
WIDRIA ASTUTI	JAJANAN	3LOS2C
JUWARIYAH	JAJANAN	3LOS2C
PAINEM / YITNO UTOMO, NY	JAJANAN	3LOS2C
KEMEN CIPTO SUYANTO, NY	JAJANAN	3LOS2C
JAINEM	JAJANAN	3LOS2C
HAJAROH	TEMPE	3LOS2C
WASIDAH	JAJANAN	3LOS2C
MUJIYEM	TAHU	3LOS2C
SRI UTAMI	JAJANAN	3LOS2C
NURJANAH	JAJANAN	3LOS2C
SUPIYEM JUMIYO	JAJANAN	3LOS2C
RIBUT KRISTIAN DINI	JAJANAN	3LOS2C
NY.SUGIYA UTAMA	JAJANAN	3LOS2C
MARSIDAH	JAJANAN	3LOS2C
MUH HARRIS DIESMAWAN	JAJANAN	3LOS2C
SADINEM HADI SUPANTO	JAJANAN	3LOS2C
MISNO ARIYANTO	JAJANAN	3LOS2C
KUATINAH/ HADI PRAWIRO, NY	LAUK PAUK	3LOS2C
RUSIDAH	LAUK PAUK	3LOS2C
RUMINI	JAJANAN	3LOS2C
HERU NURWANTO	WARUNG MAKAN	3LOS2C
SUKINAH	WARUNG MAKAN	3LOS2C
MURKIJO	JAJANAN	3LOS1C
KROMO SUDI WIHARJO / DALIMAN	JAJANAN	3LOS1C
SRI HARYANTI	JAJANAN	3LOS1C
WALJI WARTI	JAJANAN	3LOS1C
SURATIYEM	JAJANAN	3LOS1C
PARINTEN	BUAH	3LOS1C
HARJANA	BUAH	3LOS1C
HANDAYANI / TUKIYEM	BUAH	3LOS1C
PARTODINOMO	BUAH	3LOS1C
PARTIYAH	BUAH	3LOS1C
TRI GIYANTININGSIH	JAJANAN	3LOS1C

SUGIRAH	JAJANAN	3LOS1C
MUGIYO	JAJANAN	3LOS1C
TUJIYAH	JAJANAN	3LOS1C
MURTINI	JAJANAN	3LOS1C
BESTARI BARDO UTOMO	JAJANAN	3LOS1C
SARIMPEN	JAJANAN	3LOS1C
SUPARMI	JAJANAN	3LOS1C
LINA DWI ASTUTI	JAJANAN	3LOS1C
WAGINEM	JAJANAN	3LOS1C
KARTIJO	JAJANAN	3LOS1C
SUMARJIYAH	JAJANAN	3LOS1C
SUWARSIH	JAJANAN	3LOS1C
LINA DWI ASTUTI	JAJANAN	3LOS1C
DRS FELIK SUWANTO	SUVENIR	3LOS1B
WAKHID SUPRIYONO	SUVENIR	3LOS1B
MUGIYONO	SUVENIR	3LOS1B
RUSTI PURWANTI	SUVENIR	3LOS1B
AYU INDRASWARI	SUVENIR	3LOS1B
SUNARTI	SOUVENIR	3LOS1B
GUNADI, SPD	SUVENIR	3LOS1B
DIMAS ADIATA PUTRA	SUVENIR	3LOS1B
PONIYEM	SUVENIR	3LOS1B
SUKIRMAN	SUVENIR	3LOS1B
MARGARETHA YUNI ASTUTI	SOUVENIR	3LOS1B
SUGENG MUH BASUKI	SUVENIR	3LOS1B
DARMADI	SUVENIR	3LOS1B
DARMADI	SUVENIR	3LOS1B
KAMIYEM	SOUVENIR	3LOS1B
PARTO SENTONO, NY	SUVENIR	3LOS1B
SULASTRI	SUVENIR	3LOS1B
RAHMA YUSTIKA	KONVEKSI / PAKAIAN	3LOS1B
SURYO SUTJIPTO	KONVEKSI / PAKAIAN	3LOS1B
DWI LESTARI	KONVEKSI / PAKAIAN	3LOS1B
SETIYONO BUDI MULYONO	KONVEKSI / PAKAIAN	3LOS1B
AGUS HIDAYAT S	KONVEKSI / PAKAIAN	3LOS1B
ENDRASTRI MAISAROH	KONVEKSI / PAKAIAN	3LOS1B
NGASMIYATI	KONVEKSI / PAKAIAN	3LOS1B
SULIYAH	KONVEKSI / PAKAIAN	3LOS1B
ISTARIYAH	KONVEKSI / PAKAIAN	3LOS1B
DWI YULIATI	KONVEKSI / PAKAIAN	3LOS1B
MARJILAH	KONVEKSI / PAKAIAN	3LOS1B
SARTIYEM	KONVEKSI / PAKAIAN	3LOS1B
AGUNG SAPTO NUGROHO	KONVEKSI / PAKAIAN	3LOS1B
PURYANI SUSILO MURTY	KONVEKSI / PAKAIAN	3LOS1B
HARTANTO	KONVEKSI / PAKAIAN	3LOS1B
ZAENAH	KONVEKSI / PAKAIAN	3LOS1B
MUNGIL INDRAWATI	KONVEKSI / PAKAIAN	3LOS2B

DWI SANTOSA	KONVEKSI / PAKAIAN	3LOS1B
EKO SUMANTRI	KONVEKSI / PAKAIAN	3LOS1B
SUHARJIONO	KONVEKSI / PAKAIAN	3LOS1B
SRI SUHARNI	KONVEKSI / PAKAIAN	3LOS1B
ISWARTINAH	KONVEKSI / PAKAIAN	3LOS1B
SRI LESTARI	KONVEKSI / PAKAIAN	3LOS1B
SUHERTINAH	KONVEKSI / PAKAIAN	3LOS1B
AGUNG SAPTO NUGROHO	KONVEKSI / PAKAIAN	3LOS1B
TRI WIDIASTUTI	JAJANAN	3LOS1C
SUWARNI	JAJANAN	3LOS1C
SUWARNI	JAJANAN	3LOS1C
LISTIA ANGGARINI	JAJANAN	3LOS1C
JIYEM/ MUJIARJO NY	JAJANAN	3LOS1C
SUWARNI	JAJANAN	3LOS1C
SURATMI	JAJANAN	3LOS1C
ADI UTOMO/ NGAJIRO, NY	JAJANAN	3LOS1C
MARSIDAH	JAJANAN	3LOS1C
SUJI HARTINI	JAJANAN	3LOS1C
PRAMINI	JAJANAN	3LOS1C
HARYANI	JAJANAN	3LOS1C
DARSANA	JAJANAN	3LOS1C
MILA WIDIANA	JAJANAN	3LOS1C
YATI	JAJANAN	3LOS1C
SETIANI, SH	JAJANAN	3LOS1C
SLAMET/ MIDI UTOMO, NY	JAJANAN	3LOS1C
SURIP, NY	JAJANAN	3LOS1C
BIDAH	JAJANAN	3LOS1C
MUDJIYEM	JAJANAN	3LOS1C
TOYIB ABDULLOH	JAJANAN	3LOS1C
SANIYEM	JAJANAN	3LOS1C
NGATIJO	JAJANAN	3LOS1C
BONIYEM	JAJANAN	3LOS1C
KRISTIANINGSIH FABIANTI	JAJANAN	3LOS1C
ADE PURWANTININGSIH	JAJANAN	3LOS1C
WALWAHFIR	JAJANAN	3LOS1C
MUJIASIH	BUAH	3LOS2C
SURIP/ MARDI UTOMO NY	BUAH	3LOS2C
MUH GIYEM	BUAH	3LOS2C
SURAJILAH / REJO UTOMO, NY	BUAH	3LOS2C
SUYATINAH	BUAH	3LOS2C
LESTARI	BUAH	3LOS2C
PARINEM	BUAH	3LOS2C
NGADIRAH	BUAH	3LOS2C
PURWANTININGSIH	BUAH	3LOS2C
JUMILAH	BUAH	3LOS2C
SUMARNI	BUAH	3LOS2C

SUNARTI	BUAH	3LOS2C
YAMINEM	BUAH	3LOS2C
AGUNG SANTOSA, M	BUAH	3LOS2C
BAMBANG HARIYANTO BSC, M	GRABATAN	3LOS2C
SUMIYATI	GRABATAN	3LOS2C
RUSMIYATI	GRABATAN	3LOS2C
SITI SUMARTI	GRABATAN	3LOS2C
SARJINEM	GRABATAN	3LOS2C
KAMIYEM/ ADI WIYONO, NY	GRABATAN	3LOS2C
BAMBANG HARIYANTO BSC, M	GRABATAN	3LOS2C
IRIYANTI	GRABATAN	3LOS2C
KARTOREJO	GRABATAN	3LOS2C
PAIMAN	GRABATAN	3LOS2C
TATIK	GRABATAN	3LOS2C
MARJILAH	GRABATAN	3LOS2C
NUR KHASANAH	GRABATAN	3LOS2C
PURWANTO	GRABATAN	3LOS2C
RUMINI NY	GRABATAN	3LOS2C
TUKIRAH	GRABATAN	3LOS2C
TUKIRAH	GRABATAN	3LOS2C
DUMIWIJI	GRABATAN	3LOS2C
B.S PURWIYANTI	GRABATAN	3LOS2C
SAMIRAH	GRABATAN	3LOS2C
RAHMAT EKO WIBOWO	GRABATAN	3LOS2C
V. SARJIYEM	GRABATAN	3LOS2C
SUDARSONO	GRABATAN	3LOS2C
KHORIAH	GRABATAN	3LOS2C
RUMINTO RAHARJO NY	GRABATAN	3LOS2C
WAGINAH	GRABATAN	3LOS2C
SAMIRAH	GRABATAN	3LOS2C
SULAMI	GRABATAN	3LOS2C
NORIMAN	GRABATAN	3LOS2C
NGADINAH	BUMBON	3LOS2C
NURINIS	BUMBON	3LOS2C
RATNA SARI DEWI/ MUJIYEM	GRABATAN	3LOS2C
SUKAPTINAH	GRABATAN	3LOS2C
SUPRIHATIN	KELONTONG	3LOS2B
WARDIYAH	GRABATAN	3LOS2C
SUYONO	KELONTONG	3LOS2B
YASHINTA WADJIAH	PECAH BELAH	3LOS2C
MANGKU DIMEJO, NY	BUMBON	3LOS2C
IKA PUJININGSIH	KELONTONG	3LOS2B
JUMIRAH.	KELONTONG	3LOS2B
SURAJI	KELONTONG	3LOS2B
RAMINTEN, HJ	GRABATAN	3LOS2C
DIDIT NOVIYANTO	GRABATAN	3LOS2C
RATMI/ TRISNO SUDARMO NY	GRABATAN	3LOS2C

JUMINGUN/ TRISNO SUDARMO	GRABATAN	3LOS2C
RAMINTEN, HJ	GRABATAN	3LOS2C
PONIYEM.	GRABATAN	3LOS2C
FISKA YULIA MARUFI	GRABATAN	3LOS2C
SRI ASIH	GRABATAN	3LOS2C
TUGINEM	GRABATAN	3LOS2C
SARJINEM	GRABATAN	3LOS2C
JAYATI , NY	GRABATAN	3LOS2C
RETNO WAHYUNI	GRABATAN	3LOS2C
KISMI	GRABATAN	3LOS2C
NING FATCHYIAH	GRABATAN	3LOS2C
SUPARJINAH	TAHU TEMPE	3LOS2C
YAMTINI	DAGING AYAM	3LOS2B
MUJINAH	DAGING AYAM	3LOS2B
SUPRIYANI	DAGING AYAM	3LOS2B
TARIYAH	DAGING AYAM	3LOS2B
NGADIYAH	DAGING AYAM	3LOS2B
SUPRIYANI	DAGING AYAM	3LOS2B
MARYATI	DAGING AYAM	3LOS2B
SRI MURWANTI	DAGING AYAM	3LOS2B
SRI NGAISAH	DAGING AYAM	3LOS2B
WASIRAH	DAGING AYAM	3LOS2B
SUMARTINI	TAHU TEMPE	3LOS2B
PONIJAH	DAGING AYAM	3LOS2B
SUDINEM	DAGING AYAM	3LOS2B
KIRJIYEM	DAGING KAMBING	3LOS2B
DARMO WINARDI, NY/ MURYATI	DAGING AYAM	3LOS2B
DIANAWATI	DAGING AYAM	3LOS2B
JUMINAH	DAGING AYAM	3LOS2B
SITI JUWARIYAH	DAGING AYAM	3LOS2B
ISMURNI	DAGING AYAM	3LOS2B
YAINI	DAGING AYAM	3LOS2B
YUNIYATI	DAGING SAPI	3LOS2B
NGATIYAH	TAHU TEMPE	3LOS2C
SUMANTRI	IKAN ASIN	3LOS2B
KASIH	TAHU TEMPE	3LOS2C
TUTI INDARTI	DAGING KAMBING	3LOS2B
DARMO WIHARJO	DAGING SAPI	3LOS2B
SISWO SUMARTO	DAGING SAPI	3LOS2B
SITI FATIMAH	DAGING KAMBING	3LOS2B
SUMARMI	DAGING SAPI	3LOS2B
MUSTAKIM	IKAN BASAH	3LOS2B
SUSANTI	DAGING KAMBING	3LOS2B
JIMOHADIWIYONO/BONIYEM	IKAN BASAH	3LOS2B
MUJONO	DAGING AYAM	3LOS2B
KAYADI	IKAN BASAH	3LOS2B
ARJO SUPONO	DAGING	3LOS2B

NORIMAN	DAGING	3LOS2B
HENIK KURNIAWATI	DAGING SAPI	3LOS2B
PARKIYEM	SAYURAN	3LOS2C
MARYANTI	SAYURAN	3LOS2C
ROJIAM	SAYURAN	3LOS2C
WARTIYEM	SAYURAN	3LOS2C
SUKAMTA	SAYUR	3LOS2C
PARKIYEM	DAGING KAMBING	3LOS2B
WAHYUDI	PARUTAN KELAPA	3LOS2C
JOPARTO, NY	TELUR	3LOS2C
DHONY LUKIS ARTO	PARUTAN KELAPA	3LOS2C
SATIYEM, NY	KELAPA	3LOS2C
ZAENAH	KELAPA	3LOS2C
WASIYAH	KELAPA	3LOS2C
WASIYAH	SAYURAN	3LOS2C
SRI SEJATI, SH	SAYURAN	3LOS2C
PONIRAH	SAYURAN	3LOS2C
PARJIRAH	SAYURAN	3LOS2C
WAGIYEM	SAYURAN	3LOS2C
MURSINAH	SAYURAN	3LOS2C
SAMIYEM	SAYURAN	3LOS2C
TRI WARNI	SAYURAN	3LOS2C
SURATIYEM	SAYURAN	3LOS2C
KRISNAWAN	SAYURAN	3LOS2C
RANTOWIYONO, NY / NGADINEM	TAHU TEMPE	3LOS2C
SUTINEM	SAYURAN	3LOS2C
MINTEN	SAYURAN	3LOS2C
NGADIYAH	SAYURAN	3LOS2C
SUHARTINI	SAYURAN	3LOS2C
SARJIMAH	SAYURAN	3LOS2C
NGUDI SANTOSO / SURATI, NY	SAYURAN	3LOS2C
PONIJEM	SAYURAN	3LOS2C
WAKIYEM	SAYURAN	3LOS2C
WAGIRAH	SAYURAN	3LOS2C
PAINEM	SAYURAN	3LOS2C
SADIRAH	SAYURAN	3LOS2C
SUYATMI	SAYURAN	3LOS2C
WAGINEM	SAYURAN	3LOS2C
SLAMET, NY	SAYURAN	3LOS2C
HARTONO	SAYURAN	3LOS2C
DALIDAH TRISNO RAHARJO	SAYURAN	3LOS2C
SARJINAH	SAYURAN	3LOS2C
GITO MULYONO B	SAYURAN	3LOS2C
ATIK BINTARTI H	SAYURAN	3LOS2C
SUPARTINI	SAYURAN	3LOS2C
NGABIDAH/ HADI SISWOYO NY	SAYURAN	3LOS2C
TUSINEM	SAYURAN	3LOS2C

JEMIAH	SAYURAN	3LOS2C
RETNO ASMIAH RORO IRENG	SAYURAN	3LOS2C
GIYEM	SAYURAN	3LOS2C
SUYATI, NY	SAYURAN	3LOS2C
DIAN PRIHATIN IKA SARI	SAYURAN	3LOS2C
SUMILAH	SAYURAN	3LOS2C
NGADINAH	SAYURAN	3LOS2C
KASIYEM/ KISDIWIARJO, NY	SAYURAN	3LOS2C
LASINEM/ DARMO SAPUTRO, NY	SAYURAN	3LOS2C
MURTINI	SAYURAN	3LOS2C
BOINEM/ BEJOUTOMO, NY	SAYURAN	3LOS2C
PONIYEM NY	SAYURAN	3LOS2C
JUMIRAH SARWOWIHARJO	SAYURAN	3LOS2C
SARIYEM/ SISWO UTOMO, NY	SAYURAN	3LOS2C
WADILAH	SAYURAN	3LOS2C
BEJO/ MARMO UTOMO	SAYURAN	3LOS2C
PAINEM	SAYURAN	3LOS2C
PARIYEM / BROTO RIJATMAN, NY	KEMBANG	3LOS2C
MUJIRAH	KEMBANG	3LOS2C
WARTINI	SAYURAN	3LOS2C
NGADIYEM MARTODIHARJO	SAYURAN	3LOS2C
DIAN PRIHATIN IKA SARI	SAYURAN	3LOS2C
RUBIYAH	SAYURAN	3LOS2C
SURIP/ ARJO PAWIRO NY	SAYURAN	3LOS2C
YUNISASI	SAYURAN	3LOS2C
NGADIYEM/ HARTO PAWIRO NY	SAYURAN	3LOS2C
SUDILAH NY	SAYURAN	3LOS2C
TENTREM	KELAPA	3LOS2C
NGADIYO	KELAPA	3LOS2C
SARYONO	ARANG	3LOS2C
SLAMET	ARANG	3LOS2C
SARYANTO	ARANG	3LOS2C
SUTI RAHAYU	TAHU TEMPE	3LOS2C
TEKAT YATMOWIHARJO	ARANG / PATRI	3LOS2C
WAHYUNINGSIH	SUVENIR	3LOS2B
MASRIKAN	KELONTONG	3LOS2B
YUNISASI	KELONTONG	3LOS2B
RAMINTEN, HJ	GRABATAN	3LOS2C
JUMIRAH SARWOWIHARJO	SAYURAN	3LOS2C
ISTIYAR	SAYURAN	3LOS2C
MURTINI	JAJANAN	3LOS2C
GUNAWAN	WARUNG MAKAN	3LOS2C
RAHMAT EKO WIBOWO	KELONTONG	3LOS2B
MURTINAH	SAYURAN	3LOS2C
PONIJAHA	TAHU TEMPE	3LOS2C
SUWIGNYO	KONVEKSI / PAKAIAN	3LOS1B
AGUS SUGATRA	KERAJINAN	3LOS1C

3INTERVIEW GUIDE

A. Lurah Pasar Ngasem

1. Apakah pedagang di pasar ngasem semuanya beragama islam? Jika tidak, secara perbandingan berapa banding berapa dengan non muslim?
2. Dengan adanya perbedaan agama apakah hal tersebut menjadi permasalahan? Bagaimana hubungannya?
3. Untuk pedagang beragama islam apakah dalam perdagangannya menjalankan syariat islam?
4. Kegiatan yang dilakukan dalam meningkatkan pengetahuan islam?
5. Apakah ada pedagang yang menjual barang haram?
6. Peraturan apa saja yang diterapkan di pasar ngasem ini? Apakah peraturan tersebut juga disesuaikan dengan syariat islam?
7. Adakah peraturan mengenai penetapan harga pasar? Bagaimana caranya? Bagaimana hubungan sosial antara keseluruhan pedagang di pasar ngasem?
8. Adakah komplain atau permasalahan dari pedagang maupun pembeli? Semisal ada apa?
9. Adakah sidak dari pemerintah mengenai timbangan? Atau yang lainnya?
10. Apa saja yang menjadi fasilitas di pasar ngasem?

B. Pedagang Pasar Ngasem

Tauhid (berkaitan dengan Ketuhanan)

1. Apakah sebelum berjualan anda berdoa terlebih dahulu? Bagaimana?
2. Adakah kegiatan keagamaan disini?
3. Apa yang dilakukan dalam mengisi waktu luang saat berjualan?
4. Ketika tiba waktu shalat apakah anda bergegas kemushola atau anda menunggu waktu luang saat berdagang?

Keseimbangan (Adil)

5. Barang apa yang anda jual? Bagaimana kualitasnya?
6. Bagaimana cara dalam melakukan takaran barang yang anda jual? Apabila dengan timbangan apakah takaran sudah sesuai dengan standarnya?
7. Ketika ada pembeli yang mempermasalahkan barang yang anda jual apakah anda ganti atau bagaimana solusinya?
8. Apakah anda menjelaskan kondisi barang yang anda jual?

Kehendak Bebas (bebas berkarya atau meningkatkan kebutuhan individu)

9. Bagaimana usaha yang dilakukan agar penjualan meningkat?
10. Bagaimana cara menyikapi persaingan antar pedagang?
11. Ketika terdapat barang dagangan yang sama bagaimana cara penetapan harganya?
12. Bolehkah pembeli melakukan tawar-menawar?

Tanggungjawab

13. Adakah peraturan/regulasi yang mengatur pedagang dalam berjualan?

14. Lalu Bagaimana anda menyikapi peraturan yang ada di pasar ngasem ini?
15. Apakah anda mencatat hasil pendapatan dan hutang?
16. Ketika pembeli atau pedagang lain menitipkan barang apakah anda mau?
17. Dari hasil dagangan anda apakah sebagian anda infakan, sedekah atau lainnya?
18. Penarikan pembayaran sewa los pernah menunggak atau selalu tepat waktu?

Ihsan (Kemanfaatan)

19. Bagaimana cara agar pembeli tertarik dengan barang dagangan anda?
20. Bagaimana cara melayani pembeli?
21. Apakah ada yang berhutang dengan anda pembeli maupun pedagang lain? Bagaimana menyikapi pembeli atau pedagang lain yang membayar hutang terlambat?
22. Bagaimana hubungan sosial di pasar ngasem?

C. Pembeli Pasar Ngasem

1. Dimana anda berlangganan membeli kebutuhan yang diinginkan?
2. Mengapa anda memilih berlangganan tempat tersebut? Bagaimana dengan layanannya?
3. Bagaimana kualitas barang sesuai dengan yang diharapkan?
4. Apakah anda puas dengan barang yang anda beli maupun layanan yang diberikan?

CURRICULUM VITAE

Nama lengkap : Helmi Rahmatullah
Tanggal lahir : Bantul, 10 Januari 1994
Jenis kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Nama ayah : Muhammad Hazam
Nama Ibu : Dal Yuliantini
Alamat rumah : Kwaron, No. 376 Rt.02, Ngestiharjo, Kasihan, Bantul, DIY
Alamat Yogyakarta : Kwaron, No. 376 Rt.02, Ngestiharjo, Kasihan, Bantul, DIY
Email : helmybjg@gmail.com
No HP : 085643612661
Instagram/Line : @helmybjg

Riwayat pendidikan :

1. 1997-1999 : TK ABA 1 SUTOPADAN
2. 1999-2003 : SD Muhammadiyah Kuncen
3. 2003-2005 : SD Negeri Tegalrejo II
4. 2005-2008 : SMP Negeri 7 Yogyakarta
5. 2008-2011 : SMK Negeri 5 Yogyakarta
6. 2012-2016 : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Pengalaman Organisasi :