

**TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PRAKTIK JUAL BELI
JAJANAN PASAR DI WARUNG DESA POTORONO**



SKRIPSI

**DISUSUN DAN DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARI'AH DAN
HUKUM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT
MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU DALAM ILMU
HUKUM ISLAM / ILMU HUKUM**

OLEH :

RENATA ANNIDA RAFAGHALDA

21103080017

PEMBIMBING :

Dr. H. SYAFAUL MUDAWAM, M.A., M.M.

**PRODI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2025

ABSTRAK

Para penjual jajanan pasar di warung Desa Potorono menjual jajanan pasar dengan membeli atau kulakan jajanan pasar di pasar tradisional Giwangan kemudian di jual kembali. Jajanan pasar memiliki cita rasa, tekstur dan bentuk yang beragam, serta menjadi favorit di antara masyarakat setempat, seperti lapis, klepon, apem, onde-onde, wajik, dan lain sebagainya. Dalam memilih jajanan pasar, umumnya pembeli tidak terlalu memperhatikan jajanan pasar yang diperjualbelikan, sehingga pembeli terkadang menemukan jajanan pasar yang mereka beli sudah tidak layak konsumsi.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan normatif empiris. Sedangkan metode analisis data yang digunakan adalah deskriptif analitik. Di dalam pengumpulan data digunakan metode observasi, wawancara, dan kuesioner.

Hasil penyusunan menunjukkan bahwa warung jajanan pasar yang ada di Desa Potorono merupakan warung yang didirikan sendiri oleh para penjual. Warung tersebut sudah didirikan cukup lama (minimal empat tahun). Jajanan pasar yang dijual oleh para penjual tidak hanya satu jenis jajanan pasar melainkan ada beberapa jenis jajanan pasar. Seperti klepon, apem, serabi, dadar gulung, lapis, dan lain-lain. Menurut rukun dan syarat jual beli praktik jual beli jajanan pasar di warung Desa Potorono sudah sesuai dengan rukun dan syarat jual beli. Sedangkan menurut etika bisnis Islam belum sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yaitu prinsip otonomi, prinsip kejujuran, prinsip saling menguntungkan, prinsip integritas moral, prinsip kesatuan (*Unity*), prinsip tanggung jawab (*Responsibility*), dan prinsip kebenaran (*Benevolence*). Para penjual hanya dapat memenuhi beberapa prinsip saja, yakni prinsip keadilan dan prinsip kehendak bebas (*Free Will*).

Kata Kunci: *Etika Bisnis Islam, Jual Beli, Jajanan Pasar.*

ABSTRACT

Buying and selling market snacks at Potorono Village stalls sell market snacks by buying or Ibuying market snacks at the Giwangan traditional market and then reselling them. Market snacks have a variety o flavors, texture, and shapes, and are a favorite among the local community, such as lapis, klepon, apem, onde-onde, diamonds, and so on. In choosing market snacks, buyers generally do not pay much attention to the market snacks that are traded, so buyers sometimes find that the market snacks they Ibuy unhygienic. This can happen because the seller does not pay attention to the quality of the goods being sold, such as market snacks that can only be consumed for no more than one day.

This type of research is field research with an is descriptive-analytic in nature. While the data analysis method used is descriptive analytic. In the data collection method, the authors used observation, interview, and questionnaires.

The result showed that the market hawker stalls in Potorono Village were established by the selleres themselves. The stalls have been established for a long time. The market snacks sold by the sellers are not only one type of market snack but there are several types of market snacks. Such as klepon, apem, pancake rolls, lapis, and others. According to the pillars and conditions of buying and selling, the practice of buying and selling market snacks at the Potorono Village stall is in accordance with the pillars and conditions of buying and selling. Meanwhile, according to Islamic business ethics, it has not fully complied with the principles of Islamic business ethics, namely the principle of autonomy, the principle of honesty, the principle of mutual benefit, the principle of moral integrity, the principle of unity, the principle of responsibility, and the principle of benevolence, and sellers can only fulfill a few principles, namely the principle of justice and the principle of free will.

Keywords: *Islamic business Ethics, buying and Selling, Market Snacks.*

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal: Skripsi Saudari Renata Annida Rafaghaldha

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi, serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Renata Annida Rafaghaldha
NIM : 21103080017
Judul : "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Jual Beli Jajanan Pasar Di Warung Desa Potorono"

Sudah dapat diajukan kepada Prodi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Hukum.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi atau tugas akhir saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 03 Februari 2025 M
4 Sya'ban 1446 H
Pembimbing,

Dr. H. Syafaul Mudawam, M.A., M.M.
NIP. 19621004 198903 1 003

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Renata Annida Rafaghaldha
NIM : 21103080017
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syari'ah dan Hukum

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Jual Beli Jajanan Pasar Di Warung Desa Potorono" adalah asli, hasil karya atau laporan penelitian yang saya lakukan sendiri dan bukan plagiasi dari karya orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam penelitian ini dan disebutkan dalam acuan daftar pustaka.

Yogyakarta, 03 Februari 2025

Yang menyatakan,



Renata Annida Rafaghaldha
NIM. 21103080017

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512840 Fax. (0274) 545614 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-291/Un.02/DS/PP.00.9/03/2025

Tugas Akhir dengan judul : **TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PRAKTIK JUAL BELI JAJANAN PASAR DI WARUNG DESA POTORONO**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : **RENATA ANNIDA RAFAGHALDA**
Nomor Induk Mahasiswa : **21103080017**
Telah diujikan pada : **Kamis, 06 Februari 2025**
Nilai ujian Tugas Akhir : **A-**

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. H. Syafaul Mudawam, M.A., M.M.
SIGNED

Valid ID: 67e155d786581



Penguji I

Dr. Hj. Widyarini, M.M.
SIGNED

Valid ID: 67ce5b7e969d



Penguji II

Dr. Zusiana Elly Triantini, S.H.I., M.SI.
SIGNED

Valid ID: 67ce920b66e5



Yogyakarta, 06 Februari 2025
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum

Prof. Dr. Ali Sodikin, M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 67cf8773a738e

MOTTO

Cukuplah menjadi bahagia dengan ilmu yang selalu bertambah dan cukuplah bersyukur dengan ilmu yang diamalkan

(Ustadzah Rihlatul Kamalah)

Berhasil itu masalah waktu, tapi belajar dan berproses itu sepanjang waktu



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur

Alhamdulillah

Karya ini saya persembahkan untuk:

Almamater Program Studi Hukum Ekonomi Syariah UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Kedua orang tua saya yang selalu mendoakan, mendukung, dan membimbing saya
hingga saat ini

Adik saya yang selalu memberikan semangat dan motivasi saya setiap waktu

Keluarga besar saya yang selalu mendukung dan mengingatkan saya dalam segala
hal

Kepada teman-teman seperjuangan yang telah menemani selama berproses di
perkuliahan

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN

Transliterasi yang digunakan dalam karya tulis ini adalah Pedoman Transliterasi Arab-Latin yang merujuk pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor. 158 Tahun 1987 dan 0543b/U/1987. Secara garis besar uraiannya adalah sebagai berikut:

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	<i>Alif</i>	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	<i>Ba'</i>	B	Be
ت	<i>Ta'</i>	T	Te
ث	<i>Sa'</i>	S	Es (dengan titik di atas)
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>Ha'</i>	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	<i>Kha'</i>	Kh	Ka dan ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>Zal</i>	Z	Zet (dengan titik di atas)
ر	<i>Ra'</i>	R	Er
ز	<i>Zai</i>	Z	Zet
س	<i>Sin</i>	S	Es
ش	<i>Syin</i>	Sy	Es dan ye
ص	<i>Sad</i>	S	Es (dengan titik di bawah)
ض	<i>Dad</i>	D	De (dengan titik di bawah)
ط	<i>Ta'</i>	T	Te (dengan titik di bawah)
ظ	<i>Za'</i>	Z	Zet (dengan titik di bawah)
ع	<i>'Ain</i>	'	Koma terbalik di atas
غ	<i>Gain</i>	G	Ge
ف	<i>Fa'</i>	F	Ef
ق	<i>Qaf</i>	Q	Ki
ك	<i>Kaf</i>	K	A
ل	<i>Lam</i>	L	El
م	<i>Mim</i>	M	Em
ن	<i>Nun</i>	N	En
و	<i>Wau</i>	W	We
ه	<i>Ha'</i>	H	Ha
ء	<i>Hamzah</i>	'	Apostrof
ي	<i>Ya'</i>	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah

مُتَعَدِّدَةٌ	Ditulis	muta'addidah
عِدَّةٌ	Ditulis	'iddah

C. Ta' Marbutah di Akhir Kata

1. Bila dimatikan ditulis "h"

حِكْمَةٌ	Ditulis	Hikmah
عِلَّةٌ	Ditulis	'illah

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti: zakat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan "h"

كَرَامَةُ الْأَوْلِيَاءِ	Ditulis	Karamah al-Auliya'
--------------------------	---------	--------------------

3. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harakat fathah kasrah dan dammah ditulis "t" atau "h".

زَكَاةُ الْفِطْرِ	Ditulis	Zakah al-Fitri
-------------------	---------	----------------

D. Vokal Pendek

كَتَبَ	Fathah	Ditulis Ditulis	A Kataba
قَوِيَ	Kasrah	Ditulis Ditulis	i Qawi

يُكْرَمُ	Dammah	Ditulis Ditulis	U Yukramu
----------	--------	--------------------	--------------

E. Vokal Panjang

fathah + alif جَاهِلِيَّةُ	Ditulis Ditulis	A Jahiliyah
fathah + ya'mati قَوِي	Ditulis Ditulis	A Qawa
kasrah + ya'mati كَرِيمُ	Ditulis Ditulis	I Karim
dammah + wawu mati فُرُوعُ	Ditulis Ditulis	u furu'

F. Vokal Rangkap

Fathah + ya' mati بَيْنَكُمْ	Ditulis Ditulis	Ai Bainakum
Fathah + wawu mati قَوْلُ	Ditulis Ditulis	Au Qaul

G. Vokal Pendek Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

اَلْأَنْتُمْ	Ditulis	A'antum
لَيْنْ سَكْرْتُمْ	Ditulis	La'an syakartum

H. Kata Sandang Alif + Lam

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan hurul “*alif lam*”, namun dalam transliterasi ini kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

1. Bila diikuti Huruf Qamariyyah

Kata sandang yang diikuti oleh Huruf Qamariyah ditransliterasikan sesuai dengan Ibunyinya.

القَمَرُ	Ditulis	al-Qomar
القِيَاسُ	Ditulis	al-Qiyas

2. Bila diikuti Huruf Syamsiyah ditulis dengan menggandakan Huruf Syamsiyah yang mengikutinya, dengan menghilangkan huruf “el” nya.

الشَّمْسُ	Ditulis	asy-Syams
السَّمَاءُ	Ditulis	as-Sama’

I. Penyusunan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penyusunannya.

Contoh :

أَهْلُ السُّنَّةِ	Ditulis	Ahl as-Sunnah
السَّيِّدُ سَابِقُ	Ditulis	as-Syayyid Sabiq

J. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi namun huruf ini juga digunakan. Penggunaan huruf kapitalis seperti yang berlaku dalam EYD, di antaranya: diantaranya antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Nama diri yang didahului oleh kata sandang,

maka yang ditulis dengan huruf kapital adalah huruf awal nama diri tersebut, Bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh : قُلْ هُوَ اللَّهُ أَحَدٌ Qul Huwallahu Ahad

K. Pengecualian

Sistem transliterasi ini tidak berlaku pada:

- a. Kosa kata Arab yang lazim dalam Bahasa Indonesia dan terdapat didalam Kamus Umum Besar Bahasa Indonesia, misalnya kata: hadis, lafaz, shalat, zakat dan sebagainya.
- b. Judul Ibuku yang menggunakan kata Arab, namun sudah di-Latin-kan oleh penerbit, seperti judul Ibuku Al-Hijab, Fiqh Mawaris, Fiqh Jinayah dan sebagainya.
- c. Nama pengarang yang menggunakan nama Arab, tetapi berasal dari negara yang menggunakan huruflatin, misalnya: Quraish Shihab, Ahmad Syukri Soleh dan sebagainya.
- d. Nama penerbit di Indonesia yang menggunakan kata Arab, misalnya: Mizan, Hidayah, Taufiq, Al-Ma'arif dan sebagainya.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا وَمَوْلَانَا مُحَمَّدٍ

وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji dan syukur atas kehadiran Allah swt atas limpahan rahmat dan karunianya sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Jual Beli Jajanan Pasar Di Warung Desa Potorono”. Sholawat dan salam semoga tercurah limpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad saw yang telah membawa ajaran Islam kepada kita semua.

Penyusun menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak dapat diselesaikan tanpa adanya doa, dukungan, bimbingan, dan kerjasama dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini dengan penuh kerendahan hati, penyusun mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Noorhaidi, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Ali Sodikin, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Syari’ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak A Hashfi Luthfi, M.H. selaku Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syari’ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, beserta jajarannya.
4. Bapak Dr. H. Syafaul Mudawam, M.A., M.M. selaku Dosen Penasihat Akademik dan Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan banyak

waktunya di tengah kesibukannya untuk memberikan arahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

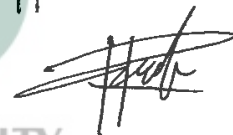
5. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
6. Kedua orang tua saya, Bapak Putut Mulat Suhardono dan Ibu Trismawati. Terima kasih atas doa, dukungan, kerja keras, nasihat, dan kasih sayang yang tak terhingga dan tak terbalas sampai kapanpun.
7. Adik saya Shima Kamila Afra Maisuuna. Terima kasih sudah selalu memberikan semangat dan motivasi hingga saat ini.
8. Kakak saya Ike Septi Yastari, Wahyu Nur Indah Sari, dan Suryanti. Terima kasih sudah selalu mendukung dan memberikan motivasi hingga saat ini.
9. Keluarga besar saya yang selalu mendukung dan mengingatkan dalam segala hal.
10. Galuh, Dini, Ulfa, Dian Indah, Nadia Badiatul, Adila, Indri, dan Windy. Terima kasih atas segala bantuan dan dukungannya selama berproses di perkuliahan hingga akhir penyusunan skripsi ini.
11. Teman-teman alumni Muslimah Boarding School Ihyaul Ulum angkatan 4. Terima kasih atas doa, dukungan, dan selalu setia menemani hingga saat ini.
12. Teman-teman seangkatan HES 2021 yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu. Terima kasih sudah menemani selama berproses di perkuliahan.
13. Teman-teman KKN angkatan 114 kelompok 7 Fitri, Husnul, Irna, Hanna, Firdan, Izzan, Munir, dan Dani. Terima kasih telah kebersamaan dan memberikan semangat hingga saat ini.

14. Kepada narasumber, terima kasih telah bersedia berbagi informasi dalam penyusunan ini.

15. Seluruh pihak yang belum disebutkan, namun turut memberikan doa, dukungan, dan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung, selama perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.

Semoga segala kebaikan yang telah diberikan tercatat menjadi amal ibadah dan Allah balas dengan kebaikan yang lebih banyak baik di dunia maupun di akhirat. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penyusun dan pembaca. Penyusun menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna, meskipun demikian, penyusun berharap hasil penelitian ini bermanfaat bagi para pembacanya.

Yogyakarta, 30 Januari 2025



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Renata Annida Rafaghaldha

NIM: 21103080017

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>.....	iii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	xiv
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	4
D. Telaah Pustaka.....	5
E. Kerangka Teori.....	9
F. Metode Penelitian.....	15
G. Sistematika Pembahasan	18
BAB II LANDASAN TEORI	20
A. Jual Beli.....	20
1. Pengertian Jual Beli	20
2. Dasar Hukum Jual Beli.....	22
3. Rukun dan Syarat Jual Beli	25
4. Macam-Macam Jual Beli.....	30
B. Etika Bisnis Islam	31
1. Pengertian Etika Bisnis Islam.....	31
2. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam.....	33
3. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam.....	34
4. Norma Hukum dalam Etika Bisnis	37

BAB III GAMBARAN UMUM PRAKTIK JUAL BELI JAJANAN PASAR DI WARUNG DESA POTORONO.....	42
A. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	42
B. Praktik Jual Beli Jajanan Pasar di Warung Desa Potorono	46
C. Kondisi Etika Jual Beli.....	55
BAB IV ANALISIS DAN HASIL PENELITIAN.....	64
A. Analisis Praktik Jual Beli Jajanan Pasar Di Warung Desa Potorono.....	64
B. Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Jual Beli Jajanan Pasar Di Warung Desa Potorono	71
BAB V PENUTUP.....	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN-LAMPIRAN	i

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 3.3 Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Warung	44
Tabel 3.4 Testimoni Pembeli	45-46
Tabel 3.5 Kelayakan Jajanan Pasar.....	50-51
Tabel 3.6 Kebersihan Tempat dan Keramahan	55-56



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Halaman Terjemah	i
Lampiran 2 Pertanyaan Wawancara	ii
Lampiran 3 Daftar Riwayat Hidup	vii



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Jual beli merupakan suatu pekerjaan yang diperbolehkan dalam Islam. Dalam kegiatan jual beli antara pihak satu dengan pihak lainnya harus berdasarkan saling rela, saling suka sama suka dengan apa yang sudah menjadi kesepakatannya. Jual beli sebagai sarana tolong menolong antar sesama manusia yang mempunyai sifat landasan yang kuat dalam Islam. Jual beli yang mendapat berkah adalah jual beli yang jujur, tidak curang, dan tidak mengandung unsur penipuan.¹

Islam merupakan ajaran yang mengatur kehidupan dalam dimensi aqidah, ibadah, dan semua bentuk transaksi khususnya pada hal-hal yang berkaitan dengan masalah ekonomi.² Islam mengatur banyak hal tentang halal dan haram termasuk aktivitas dibidang pangan. Pangan merupakan kebutuhan primer yang menunjang aktivitas manusia salah satunya jajanan pasar.

Di zaman modern ini banyak orang yang memasuki dunia usaha dengan membuka warung sayuran yang dilengkapi jajanan pasar, terutama di desa yang semakin hari masyarakat dapat mengikuti perubahan zaman.

¹ Shobirin, "Jual Beli Dalam Pandangan Islam", *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, BISNIS, Vol. 3, No. 2, Tahun 2015.

² Abdullah, Abdul Husein Attariqi, *Ekonomi Islam : Prinsip, Dasar, Tujuan*, (Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2004), hlm. 1.

Warung tersebut biasanya buka dari jam 05.30-19.00 WIB. Di warung Desa Potorono jual beli jajanan pasar merupakan hal pokok yang nantinya akan dikonsumsi oleh pembeli. Para penjual jajanan pasar di warung Desa Potorono menjual jajanan pasar dengan membeli atau kulakan jajanan pasar di pasar tradisional Giwangan kemudian dijual kembali. Jajanan pasar adalah makanan atau camilan tradisional yang biasanya dijual di pasar atau warung dalam budaya Indonesia. Jajanan pasar memiliki cita rasa, tekstur dan bentuk yang beragam, serta menjadi favorit di antara masyarakat setempat, seperti lapis, klepon, apem, onde-onde, wajik, dan lain sebagainya.³

Dalam praktiknya banyak pembeli yang membeli jajanan pasar di warung tersebut karena harga jajanan pasarnya yang murah mulai dari 1.000 rupiah hingga 5.000 rupiah. Jajanan pasar yang diperjualbelikan di warung Desa Potorono pembeli hanya memiliki pilihan untuk memilih jajanan pasar yang telah diletakkan oleh penjual di meja yang digunakan untuk jualan. Dalam memilih jajanan pasar, umumnya pembeli tidak terlalu memperhatikan jajanan pasar yang diperjualbelikan, sehingga pembeli terkadang menemukan jajanan pasar yang mereka beli sudah tidak layak konsumsi. Hal tersebut bisa terjadi karena penjual tidak memperhatikan barang yang dijual dari segi kualitasnya. Jajanan pasar yang layak dikonsumsi adalah jajanan pasar yang dari segi warna, rasa makanan, aroma

³ Ira Mayasari, Novita Widyastuti Sugeng, dkk., "Peran Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Milenial: Studi Jajanan Tradisional", *At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol. 5, No. 2, Tahun 2021.

serta teksturnya belum berubah atau belum berjamur. Oleh karena itu, penting untuk memperhatikan kualitas suatu jajanan pasar meskipun hanya sebagai camilan. Apabila jajanan pasar tersebut telah melebihi batas waktu konsumsi maka dapat mengganggu kesehatan tubuh manusia sehingga hal itu dapat merugikan pembeli.

Dalam Islam dasar jual beli diperbolehkan dengan syarat penjual dan pembeli saling suka dengan tidak ada yang terdzolimi dan tidak ada yang ditutup-tutupi. Islam juga mengajarkan pentingnya etika dalam berbisnis dengan mengedepankan perilaku jujur dalam menjalankan bisnis usahanya.

Etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariah.⁴ Etika bisnis Islam telah menekankan pada prinsip-prinsip ketuhanan, kejujuran, keadilan, kerelaan dan transparansi dalam setiap transaksi bisnis guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat, dan harus dipahami oleh setiap orang terutama yang menjalani usaha bisnis agar memperoleh keberkahan dalam melakukan bisnisnya, hubungannya dengan praktik jual beli jajanan pasar, perhatian terhadap kelayakan konsumsi juga sangat penting.⁵ Hal tersebut mencakup aspek kesehatan, kebersihan, dan kehalalan produk. Etika bisnis

⁴ An Ras Try Astuti, *Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)*, (Sulawesi Selatan: IAIN Parepare Nusantara Press, 2022), hlm. 14.

⁵ Nihayatul Masykuroh, *Etika Bisnis Islam*, (Banten: Media Karya Publishing, 2020), hlm. 23.

Islam menuntut agar para penjual dan pembeli sama-sama memperhatikan aspek tersebut, sehingga tercipta lingkungan bisnis yang sehat dan berkeadilan bagi semua pihak yang terlibat.

Dari pernyataan di atas untuk memastikan apakah sebagian penjual memang tidak mengetahui tentang etika berdagang, serta pengetahuan yang juga mempengaruhi tingkat pemahaman tentang etika berdagang yang Islami yang dianjurkan dalam Islam. Berdasarkan permasalahan tersebut penyusun tertarik untuk membahas dan mengkaji lebih lanjut bagaimana praktik jual beli jajanan pasar di warung Desa Potorono perspektif etika bisnis Islam dalam bentuk skripsi yang berjudul **“TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PRAKTIK JUAL BELI JAJANAN PASAR DI WARUNG DESA POTORONO”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka penyusun menentukan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana praktik jual beli jajanan pasar di warung Desa Potorono?
2. Bagaimana tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap praktik jual beli jajanan pasar di warung Desa Potorono?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan

Adapun tujuan yang ingin dicapai di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui praktik jual beli jajanan pasar di warung Desa Potorono.
- b. Untuk mengetahui tinjauan etika bisnis Islam terhadap praktik jual beli jajanan pasar di warung Desa Potorono.

2. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan, baik secara teoritis maupun praktis bagi penyusun dan pihak-pihak yang memerlukan. Adapun kegunaan penelitian yang diharapkan tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan ilmu pengetahuan dan pemahaman sehingga dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya wawasan di bidang bisnis dan perdagangan khususnya dalam praktik jual beli jajanan pasar.
- b. Secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pencerahan kepada masyarakat dan dapat dijadikan sebagai referensi penyusunan lebih lanjut yang dimanfaatkan untuk memahami praktik jual beli jajanan pasar sesuai dengan etika bisnis Islam.

D. Telaah Pustaka

Telaah Pustaka adalah penelusuran terhadap karya-karya terdahulu yang terkait untuk menghindari duplikasi serta menjamin keabsahan penelitian

yang dilakukan. Berdasarkan hal tersebut maka sangat diperlukan adanya suatu telaah pustaka dalam sebuah penelitian, antara lain yaitu :

Pertama, hasil penelitian M. Misfandri⁶ menunjukkan bahwa implementasi sistem konsinyasi penjualan jajanan pasar di Kelurahan Wonosari, Kec. Ngaliyan sudah sesuai dengan rukun dan syarat wakalah yaitu *consignee* (penjual jajanan pasar) sebagai *Wakil* (orang yang mewakili) dan *consignor* (orang yang menitipkan jajanan pasar) sebagai *Muwakkil* (orang yang mewakilkan), karena adanya produk jajanan pasar sebagai objek yang diakadkan, kemudian ada sighat akad yaitu *ijab* dan *qalbul* yang dilaksanakan secara lisan oleh kedua belah pihak yaitu *consignee* (penjual jajanan pasar) dan *consignor* (orang yang menitipkan jajanan pasar), dan juga sudah sesuai dengan prinsip dasar etika bisnis Islam yakni ketauhidan, keadilan, kebebasan, amanah, dan kebenaran. Persamaan penyusunan yang akan dilakukan penyusun adalah sama-sama ditinjau dari etika bisnis Islam. Perbedaan penyusunan ini dengan penyusunan yang akan dilakukan adalah praktik jual beli jajanan pasar tidak menggunakan sistem konsinyasi.

Kedua, hasil penelitian Desi Efilianti⁷ menunjukkan bahwa etika bisnis Islam telah diterapkan oleh para pelaku usaha atau pedagang, pedagang sudah menjalankan kegiatan produksi sesuai syariah Islam baik

⁶ M. Misfandri, "Implementasi Sistem Konsinyasi Pada Penjualan Jajanan Pasar Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Penjualan Jajanan Pasar di Kelurahan Wonosari Kec. Ngaliyan)", *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Walisongo (2023).

⁷ Desi Efilianti, "Etika Bisnis Dalam Pandangan Islam: Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil", *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 1, No. 2, Tahun 2018.

dalam hal manajemen secara syariah serta pemasaran, para pelaku usaha atau pedagang tersebut meyakini bahwa apa yang dijual bukan semata-mata untuk mendapatkan keuntungan (profit) sebagai tujuan duniawi saja, melainkan juga untuk mendapat keberkahan dan keridhaan dari Allah swt atas apa yang diusahakan. Persamaan yang akan dilakukan oleh penyusun adalah sama-sama menggunakan pandangan etika bisnis Islam, Perbedaan penyusunan ini dengan penyusunan yang akan dilakukan adalah praktik jual beli jajanan pasar.

Ketiga, hasil penelitian Fery Setiawan dan Ranti Kurniasih⁸ menunjukkan bahwa pelaksanaan jual beli jajanan di pasar tradisional Balong Ponorogo jika ditinjau dari perspektif Ekonomi Islam sudah sah, karena telah memenuhi syarat dan rukun yang telah diatur dalam syari'at. Ditinjau dari segi objek, praktek jual beli tersebut sudah bisa dinyatakan sah, karena objek yang digunakan telah memenuhi persyaratan tentang objek jual beli dalam ekonomi Islam. Akan tetapi, objek juga dipengaruhi oleh kualitas dan jaminan yang diberikan. Persamaan yang akan dilakukan penyusun adalah objeknya sama-sama jual beli jajanan pasar, Perbedaan penyusunan ini dengan penyusunan yang akan dilakukan adalah menggunakan perspektif etika bisnis Islam.

⁸ Fery Setiawan, Ranti Kurniasih, "Manajemen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Praktik Jual Beli Jajanan Di Pasar Tradisional Balong Ponorogo)", *Jurnal Dharmakarya*, Tahun 2018.

Keempat, hasil penelitian Pariati dan Dwi Prasetyo Hadi⁹ menunjukkan bahwa pelaku usaha mempertahankan keberlangsungan kualitas jajanan tradisional dengan tidak menggunakan pemanis buatan melainkan gula asli serta memberikan pelayanan yang ramah dan menjual dengan harga yang terjangkau sedangkan faktor konsumen menyukai jajanan modern yaitu kualitas produk, kemasan yang menarik, parkir luas, promosi menggunakan media sosial serta berada di lokasi yang strategis. Strategi pelaku usaha jajanan tradisional untuk mempertahankan usahanya yaitu pelayanan ramah, memberikan gratis ongkos kirim dan memberikan bonus jika membeli produk dengan jumlah yang banyak. Sehingga produk yang berkualitas, harga yang terjangkau, promosi yang tepat dan lokasi yang strategis dapat dijadikan upaya dalam mempertahankan usaha jajanan tradisional di Pasar Peterongan Kota Semarang. Persamaan yang akan dilakukan penyusun adalah objeknya sama-sama jajanan tradisional atau jajanan pasar. Perbedaan penyusunan ini dengan penyusunan yang akan dilakukan adalah menggunakan perspektif etika bisnis Islam.

Kelima, hasil penelitian Sita Intan Novita¹⁰ menunjukkan bahwa pedagang di pasar kaget sentraland perumnas dua belum sepenuhnya memahami etika bisnis Islam dalam transaksi jual belinya. Akan tetapi

⁹ Pariati, Dwi Prasetyo Hadi yang berjudul “Analisis Keberlangsungan Usaha Jajanan Tradisional Dalam Persaingan Usaha Dengan Jajanan modern Di Pasar Peterongan Kota Semarang”, *Seminar Nasional Ke-Indonesiaan VI*, Tahun 2021.

¹⁰ Sita Intan Novita, “Transaksi Jual Beli Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Perilaku Pedagang di Pasar Kaget Sentraland Perumnas Dua Jl. Durian Raya Parungpanjang, Bogor)”, *Skripsi*, Sekolah Tinggi Agama Islam Nida El-Adabi (2023).

mereka hanya mengetahui secara garis besarnya saja, seperti harus bersikap jujur dan ramah. Namun sangat penting untuk para pedagang memahami lebih dalam mengenai etika dalam bisnis Islam karena hal ini akan berdampak pada aktivitas pedagang dan konsumen. Persamaan yang akan dilakukan penyusun adalah sama-sama ditinjau dari etika bisnis Islam. Perbedaan penyusunan ini dengan penyusunan yang akan dilakukan adalah praktik jual beli jajanan pasar di warung Desa Potorono.

Perbedaan penelitian ini dengan penyusunan sebelumnya adalah perbedaan pandangan perspektif dan objek penelitiannya di warung Desa Potorono. Dalam penelitian dibahas tentang praktik jual beli jajanan pasar di warung Desa Potorono yang ditinjau dari etika bisnis Islam, guna mengetahui sejauh mana prinsip-prinsip etika bisnis Islam diterapkan oleh para penjual dalam menjalankan kegiatan bisnis usahanya.

E. Kerangka Teori

1. Jual Beli

Jual beli dalam bahasa Arab disebut dengan *al-bāy'*. Artinya tukar menukar atau saling menukar. Menurut terminologi adalah “tukar menukar harta atas dasar suka sama suka”. Dapat disimpulkan, bahwa pengertian jual beli menurut bisnis syariah adalah tukar menukar barang antara dua orang atau lebih dengan dasar suka sama suka, untuk saling memiliki. Dengan jual beli, penjual berhak memiliki uang secara sah.

Pihak pembeli berhak memiliki barang yang dia terima dari penjual. Kepemilikan masing-masing pihak dilindungi oleh hukum.¹¹

Jual beli dianggap sah apabila rukun dan syaratnya terpenuhi oleh penjual dan pembeli. Menurut Imam Nawawi rukun dalam jual beli meliputi 3 (tiga) hal yaitu :¹²

- a. *Akid bā'i* (penjual) dan *musytarī'* (pembeli). Penjual dan pembeli adalah dua orang atau lebih, berbentuk perorangan atau kelompok yang melakukan transaksi. Penjual adalah pihak yang ingin melepas atau menjual barang yang dimiliki sedangkan pembeli adalah pihak yang ingin memiliki barang yang dilepas oleh penjual.¹³
- b. *Ma'qūd 'Alaihi* (objek akad), yaitu barang yang menjadi objek jual beli atau yang menjadi sebab jual beli. Dalam Islam adalah harus jelas bentuk, kadar dan sifat-sifatnya dan diketahui dengan jelas oleh penjual dan pembeli. Jadi, jual beli barang yang samar, yang tidak dilihat oleh penjual dan pembeli atau salah satu dari keduanya, maka dianggap tidak sah. Imam Syafi'i telah mengatakan, tidak sah jual beli tersebut karena ada unsur penipuan.¹⁴

¹¹ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2007), hlm. 67.

¹² Taqiyuddin Albu Bakar, *Kifayatul Akhyar*, (CV Bina Iman, 1995), hlm. 535.

¹³ Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqih Muamalah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), hlm. 56.

¹⁴ Taqiyuddin alBu Bakar, *Kifayatul Akhyar ...*, hlm 537.

- c. *Sighāt (ijāb-qabūl)*. Ijab dan qabul adalah perkataan yang berisi kerelaan memberi dan kemauan menerima oleh kedua belah pihak yang melakukan transaksi dalam jual beli.¹⁵

Syarat-syarat sahnya jual beli adalah sebagai berikut :

- a. Penjual dan pembeli adalah orang yang sudah baligh dan berakal. Minimal sudah mumayyiz (dapat membedakan antara yang baik dan yang Iburuk).
- b. Atas kehendak sendiri, Bukan karena paksaan orang lain.
- c. Penjual dan pembeli haruslah minimal 2 (dua) orang, dan tidak sah jual beli sendirian.
- d. Barang yang dijual haruslah milik sempurna (milik sendiri).
- e. Barang yang dijual harus jelas wujudnya dan dapat diserahkan.
- f. Barang yang dijual harus suci zatnya menurut syara'.
- g. Barang yang diperjualbelikan harus diperoleh dengan cara yang halal.¹⁶

2. Etika Bisnis Islam

Etika berasal dari Bahasa Yunani "*Ethos*" berarti adat istiadat.¹⁷ Hal ini etika berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik, dan segala kebiasaan yang dimiliki seseorang.

Bisnis merupakan bagian yang tak bisa dilepaskan dari kegiatan manusia. Sebagai bagian dari kegiatan ekonomi manusia, bisnis juga dihadapkan pada pilihan-pilihan penggunaan faktor produksi, efisiensi dan efektivitas menjadi dasar perilaku kalangan pebisnis. Bisnis yang sehat adalah bisnis yang berlandaskan pada etika. Maka dari itu pelaku bisnis hendaknya memiliki etika bisnis yang kuat, sehingga dapat mengantarkan aktivitas bisnis yang selamat.¹⁸

¹⁵ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hlm. 102.

¹⁶ Siti Mujiatun, "Jual Beli Dalam Perspektif Islam : Salam dan Istisna", *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, Vol. 13, No. 2, Tahun 2013, hlm. 205-206.

¹⁷ A. Sonny Keraf, *Etika Bisnis Tuntunan dan Relevansinya*, (Yogyakarta: PT Kanisius, 1998), hlm. 15.

¹⁸ Ahmad Syahrizal, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam", *Jurnal Aktualita*, Vol. 9, No. 1, Tahun 2018.

Islam merupakan sumber nilai dan etika dalam segala aspek kehidupan manusia secara menyeluruh, termasuk wacana bisnis. Islam memiliki wawasan yang komprehensif tentang etika bisnis. Mulai dari prinsip dasar, faktor produksi, tenaga kerja, modal bisnis, masalah upah kerja, serta barang dan jasa.

Etika bisnis Islam merupakan nilai-nilai etika Islam dalam aktivitas bisnis, prinsip ini sangat berhubungan erat dengan sistem nilai-nilai yang dianut di kehidupan masyarakat. Prinsip-prinsip etika bisnis adalah sebagai berikut :

- a. Prinsip Otonomi, yaitu kemampuan untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadarannya tentang apa yang baik baginya untuk dilakukan.
- b. Prinsip Kejujuran, yaitu kejujuran menjadi syarat bagi seseorang untuk bisa dipercaya. Kejujuran merupakan suatu sikap yang harus dimiliki oleh seorang pelaku bisnis.
- c. Prinsip Keadilan, yaitu prinsip ini mengacu pada ajaran Islam yang mendorong perilaku etis dalam bisnis dan melarang tindakan curang atau tidak jujur, serta menuntut agar setiap orang dalam berbisnis diperlakukan sesuai dengan haknya masing-masing dan tidak ada yang boleh dirugikan.

- d. Prinsip Saling Menguntungkan, yaitu prinsip saling menguntungkan menanamkan kesadaran untuk saling memberikan keuntungan satu sama lain.
- e. Prinsip Integritas Moral, prinsip integritas moral merupakan prinsip yang tidak merugikan orang lain dalam mengambil keputusan tindakan bisnis.¹⁹
- f. Prinsip Kesatuan (*Unity*), yaitu prinsip pertama etika bisnis Islam adalah persatuan, kesatuan ini tercermin dalam konsep monoteisme, yang mengintegrasikan semua aspek kehidupan ekonomi, politik, sosial, sebagai satu kesatuan yang homogen secara keseluruhan.
- g. Prinsip Kehendak Bebas (*Free Will*), yaitu kebebasan berarti manusia sebagai individu dan kolektivitas, mempunyai kebebasan untuk melakukan aktivitas bisnis.
- h. Prinsip Tanggung Jawab (*Responsibility*), yaitu pertanggungjawaban dilakukan kepada dua sisi, yakni sisi vertikal (kepada Allah) dan sisi horizontalnya kepada masyarakat atau konsumen. Tanggung jawab dalam bisnis, harus ditampilkan secara transparan (keterbukaan), kejujuran, pelayanan yang optimal dan berbuat yang terbaik dalam segala urusan.

¹⁹ A. Sonny Keraf, *Etika Bisnis ...*, hlm. 74-79.

- i. Prinsip Kebenaran (*Benevolence*), yaitu meliputi kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis, kebenaran adalah bagian dari niat, sikap dan perilaku benar dalam melakukan berbagai proses baik itu proses transaksi, proses memperoleh komoditas, proses pengembangan produk maupun proses perolehan keuntungan.²⁰

Norma hukum adalah norma yang mengatur berbagai perilaku yang boleh dan tidak untuk dilakukan, yang disosialisasikan dan disepakati masyarakat serta dituntut secara tegas pemberlakuannya oleh masyarakat demi kesejahteraan dan keselamatan individual maupun kelompok dalam kehidupan bermasyarakat.²¹

Dari uraian di atas, etika bisnis Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar. Nilai etik, moral, susila atau akhlak adalah nilai-nilai yang mendorong manusia yang menjadi pribadi yang utuh. Seperti kejujuran, kebenaran, keadilan, kemerdekaan, kebahagiaan dan cinta kasih.

Di dalam kasus ini, praktik jual beli jajanan pasar di warung Desa Potorono harus ada kejelasan mengenai barang yang diperjualbelikan, yakni barang tersebut kualitasnya harus bagus dan layak dikonsumsi, dan pihak penjual berhak memberitahu kondisi barang yang sebenarnya. Namun, dalam praktiknya penjual tidak memberitahu kualitas jajanan pasar yang mereka jual, hal tersebut dikarenakan penjual tidak memperhatikan kualitas jajanan pasar yang mereka perjualbelikan, sehingga beberapa pembeli

²⁰ Hikma Niar, *Etika Bisnis (Dinamika Persaingan Usaha)*, (Jawa Barat: CV. Media Sains Indonesia, 2023), hlm. 4-5.

²¹ A. Sonny Keraf, *Etika Bisnis ...*, hlm. 19.

terkadang menemukan jajanan pasar yang mereka beli di beberapa warung sudah tidak layak konsumsi.²² Berdasarkan hal tersebut prinsip-prinsip etika bisnis Islam belum sepenuhnya diterapkan oleh beberapa penjual di warung Desa Potorono.

F. Metode Penelitian

Penelitian karya ilmiah dibutuhkan data yang lengkap dan objektif, maka dari itu harus mempunyai metode tertentu. Adapun metode dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penyusunan lapangan (*field research*) yaitu penyusunan yang datanya diperoleh dari lapangan secara langsung. Dalam hal ini lapangan yang dimaksud adalah warung Desa Potorono yang tujuannya untuk melihat praktik jual beli jajanan pasar.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif analitik yaitu penelitian menggambarkan, memaparkan, dan menguraikan permasalahan secara sistematis. Mengenai penelitian ini penyusun akan menganalisis permasalahan yang terjadi mengenai praktik jual beli jajanan pasar di warung Desa Potorono dengan menggunakan perspektif etika bisnis Islam.

²² Wawancara dengan Ibu SR, Pembeli jajanan pasar, Yogyakarta, tanggal 06 November 2024.

3. Sumber Data

Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh melalui teknik pengumpulan data berupa wawancara dan kuesioner. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh langsung dari subyek penyusunan yang dapat memberikan informasi yang dibutuhkan penyusun. Perolehan data primer pada penelitian ini dilakukan melalui wawancara dengan pemilik warung jajanan pasar di Desa Potorono. Pembeli jajanan pasar di warung Desa Potorono dengan kriteria masyarakat setempat yang pernah membeli jajanan pasar di warung Desa Potorono menggunakan kuesioner.

4. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan normatif empiris. Penyusun akan melakukan pendekatan terhadap masalah yang ada dengan cara melihat praktik jual beli jajanan pasar di warung Desa Potorono dengan menggunakan teori jual beli dan etika bisnis Islam.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi merupakan pengamatan secara langsung turun ke lapangan untuk mengamati hal-hal yang berkenaan dengan observasi seperti tempat, waktu, peristiwa, pelaku, menggunakan panca indera sebagai alat bantu pengamatan. Hal ini dilakukan untuk

melihat praktik jual beli jajanan pasar dengan pengamatan secara langsung ke lokasi. Objek penelitian dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena-fenomena yang sedang diteliti yang berhubungan dengan praktik jual beli jajanan pasar.

b. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung oleh pewawancara kepada responden, dan jawaban-jawaban responden dicatat. Wawancara digunakan untuk mencari data ke para penjual makanan maupun pembeli di warung penjual jajanan di Desa Potorono.

c. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Pertanyaan yang ada dalam kuesioner berupa pertanyaan tertutup. Pertanyaan tertutup mengharapkan responden untuk memilih salah satu alternatif jawaban yang telah tersedia. Responden diminta untuk memilih salah satu jawaban yang sesuai dengan karakteristik atau pendapat dirinya, sehingga diharapkan data yang akurat atas penelitian ini dengan cara memberikan tanda centang (V).

Dalam Penelitian ini, kuesioner ditujukan kepada responden yang membeli jajanan pasar di warung Desa Potorono.

6. Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis induktif-kualitatif. yaitu menjelaskan terlebih dahulu mengenai praktik jual beli jajanan pasar di warung Desa Potorono, kemudian disimpulkan dengan menggunakan rukun jual beli dan teori etika bisnis Islam.

G. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini disusun secara sistematis dan berurutan sehingga dapat diperoleh gambaran yang jelas. Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini terdiri dari lima bab yaitu sebagai berikut:

Bab I, berisi pendahuluan yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, telaah pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan. Hal ini dimaksudkan sebagai kerangka awal dalam mengantarkan isi pembahasan kepada bab selanjutnya.

Bab II, berisi mengenai landasan teori tentang jual beli dan teori etika bisnis Islam yang meliputi prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Bab ini berfungsi untuk menganalisis permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian.

Bab III, berisi mengenai data yang diperoleh, memuat tentang gambaran umum warung penjual jajanan pasar di Desa Potorono, menjelaskan praktik jual beli jajanan pasar yang ada di Desa Potorono, dan menjelaskan mengenai kondisi etika jual beli dalam praktik jual beli jajanan

pasar di warung Desa Potorono. Berfungsi memberikan dasar untuk menilai kevalidan hasil penelitian.

Bab IV, berisi analisis mengenai pembahasan tentang praktik jual beli jajanan pasar dalam perspektif etika bisnis Islam yang terjadi di Desa Potorono. Berfungsi untuk menginterpretasikan hasil penelitian.

Bab V, berisi penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan tema pembahasan penelitian. Berfungsi sebagai kesimpulan umum dari seluruh penelitian.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis pada bab sebelumnya mengenai praktik jual beli jajanan pasar di warung Desa Potorono, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Praktik jual beli jajanan pasar di warung Desa Potorono, pembeli datang langsung ke warung, pembeli memilih dan mengambil sendiri jajanan pasar yang mereka inginkan, pembeli membayar kepada penjual setelah mereka mengambil jajanan pasar yang akan mereka beli sesuai dengan harga yang disepakati. Praktik jual beli jajanan pasar di warung Desa Potorono sudah sesuai dengan rukun dan syarat jual beli.
2. Praktik jual beli jajanan pasar di warung Desa Potorono belum sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yaitu prinsip otonomi, prinsip kejujuran, prinsip saling menguntungkan, prinsip integritas moral, prinsip kesatuan (*Unity*), prinsip tanggung jawab (*Responsibility*), dan prinsip kebenaran (*Benevolence*). Hal tersebut menunjukkan bahwa kurangnya kesadaran etika dalam bisnis di warung tersebut, dan para penjual hanya dapat memenuhi beberapa prinsip saja, yakni prinsip keadilan dan prinsip kehendak bebas (*Free Will*). Dalam penerapannya, beberapa penjual masih menjual jajanan pasar dengan kualitas yang tidak layak konsumsi, sehingga

dapat merugikan salah satu pihak, dan terdapat penjual yang belum melayani dengan ramah. Selain itu, praktik penjualan dari kedua penjual di warung Ibu E dan T tidak sesuai norma hukum dalam etika bisnis yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 4 mengenai hak konsumen dan Pasal 10 mengenai pelaku usaha.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai praktik jual beli jajanan pasar, maka terdapat saran yang ingin penyusun sampaikan, saran-saran tersebut sebagai berikut:

1. Bagi penjual sebaiknya lebih memperhatikan lagi mengenai kualitas barang yang dijual, dan sebaiknya menjual barang yang ada label halal, label kadaluarsa, dan sudah ada P-IRT, agar meningkatkan kepercayaan konsumen dan tidak merugikan salah satu pihak, serta melayani pembeli dengan ramah dan sopan, tidak tergantung kondisi penjual saja, agar pembeli merasa nyaman.
2. Bagi pembeli sebaiknya harus lebih teliti lagi dalam memilih jajanan pasar, dan lebih memperhatikan kualitas jajanan pasar yang akan dibeli di beberapa warung Desa Potorono.

DAFTAR PUSTAKA

1. AL-Qur'an/Tafsir Al-Qur'an

Imam Syafi'i. *Tafsir Ayat-Ayat Hukum Imam Syafi'i, penerjemah Beni Hamzah dan Solihin*, Jakarta: Pustaka Azam, 2012.

Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahnya*, Surabaya: Halim Publishing & Distributing, 2014.

Tafsir Quraish Shihab, <https://tafsirq.com/4-an-nisa/ayat-29#tafsir-quraish-shihab>. Diakses pada 07 Februari 2025.

Tafsir Quraish Shihab <https://tafsirq.com/33-al-ahزاب/ayat-70#tafsir-quraish-shihab>. Diakses Pada 07 Februari 2025.

2. Hadis

Hadis Riwayat Al-Baihaqi dan Ibnu Maja <https://hadis.tazkia.ac.id/hadis/bab/1:899>. Diakses pada 28 Januari 2025.

3. Jual Beli/Etika Bisnis Islam/Fikih Muamalah/Hukum

A. Kumaidi Ja'far, *Hukum Perdata Islam*, Bandar Lampung: Permatanet Publishing, 2016.

A. Sonny Keraf, *Etika Bisnis Tuntunan dan Relevansinya*, Yogyakarta: PT Kanisius, 1998.

Abdul Aziz Muhammad Azam. *Fiqh Muamalat, penerjemah Nadirsyah Hawari*, Jakarta: Amzah, 2010.

Abdul Rahman Ghazaly, Ghufroon Ihsan, dan Sapiudin Shidiqui, *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2010.

Abdullah, Abdul Husein Attariqi, *Ekonomi Islam : Prinsip, Dasar, Tujuan*, Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2004.

Ahmad Wardi Muslich, *Fikih Muamalah*, Jakarta: Amzah, 2010.

Ambar Wati, Arman Paramansyah, Dessy Damayanthi, "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli: Studi Kasus Pasar Tradisional Pendopo Empat Lawang, Sumatera Selatan", *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol.2, No. 2, Tahun 2019.

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

Desi Efilianti, “Etika Bisnis Dalam Pandangan Islam: Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil”, *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 1, No. 2, Tahun 2018.

Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008.

Fery Setiawan, Ranti Kurniasih, “Manajemen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Praktik Jual Beli Jajanan Di Pasar Tradisional Balong Ponorogo)”, *Jurnal Dharmakarya*, Tahun 2018.

Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Raja Grafindo, 2007.

Hikma Niar, *Ruang Lingkup Etika Bisnis*, Jawa Barat: CV. Media Sains Indonesia, 2020.

Ira Mayasari, Novita WIdyastuti Sugeng, dkk., “Peran Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Milenial: Studi Jajanan Tradisional”, *At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol. 5, No. 2, Tahun 2021.

Ketut Tanti Kustina, *Etika Bisnis (Dinamika Persaingan Usaha)*, Jawa Barat: CV. Media Sains Indonesia, 2023.

M. Misfandri, “Implementasi Sistem Konsinyasi Pada Penjualan Jajanan Pasar Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Penjualan Jajanan Pasar di Kelurahan Wonosari Kec. Ngaliyan)”, *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Walisongo, 2023.

Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah*, Jakarta: Prenadamedia group, 2015.

Muhammad Saleh, *Fiqh Mu’amalah Kontemporer*, Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2021.

Nazar Bakry, *Problematika Pelaksanaan Fiqh Islam*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1994.

Nihayatul Masykuroh, *Etika Bisnis Islam*, Banten: Media Karya Publishing, 2020.

Pariati, Dwi Prasetyo Hadi yang berjudul “Analisis Keberlangsungan Usaha Jajanan Tradisional Dalam Persaingan Usaha Dengan Jajanan

modern Di Pasar Peterongan Kota Semarang”, *Seminar Nasional Ke-Indonesiaan VI*, Tahun 2021.

Qomarul Huda, *Fiqh Mu'amalah*, Yogyakarta: Teras, 2011.

Shobirin, “Jual Beli Dalam Pandangan Islam”, *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, Vol. 3, No. 2, Tahun 2015.

Sita Intan Novita, “Transaksi Jual Beli Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Perilaku Pedagang di Pasar Kaget Sentraland Perumnas Dua Jl. Durian Raya Parungpanjang, Bogor)”, *skripsi*, ekolah Tinggi Agama Islam Nida El-Adabi, 2023.

Siti Mujiatun, “Jual Beli Dalam Perspektif Islam : Salam Dan Istisna’”, *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, Vol. 13 No. 2, Tahun 2013.

Taqiyuddin Albu Bakar, *Kifayatul Akhyar*, CV Bina Iman, 1995.

4. Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4 dan Pasal 10.

