



**PEMAHAMAN PEDAGANG DI PASAR TRADISIONAL TENTANG
TRANSAKSI BISNIS BERDASARKAN ETIKA BISNIS ISLAM**

SKRIPSI

Ditulis Sebagai Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

Yulia Sinta Sari
NIM: 1930404132

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)MAHMUD
YUNUSBATUSANGKAR
2023 M / 1445 H**



**UNDERSTANDING OF TRADERS IN TRADITIONAL MARKETS
ABOUT BUSINESS TRANSACTIONS BASED ON ISLAMIC BUSINESS
ETHICS**

THESIS

Written As A Requirement to Obtaining A bachelor Of Economics (SE)

By :

**Yulia Sinta Sari
NIM: 1930404132**

**SHARIA BUSINESS MANAGEMENT STUDY PROGRAM
FACULTY OF ISLAMIC ECONOMIC AND BUSINESS
STATE ISLAMIC UNIVERSITY (UIN) MAHMUD YUNUS
BATUSANGKAR
2023 AD / 1445 AH**



فهم التجار في الأسواق التقليدية حول المعاملات التجارية على أساس أخلاقيات العمل الإسلامية

أطروحة

كتب كمتطهب نهحصل عهى درجت انبكانورّوس فآ الفقتصاد

بواسطة :

يوليا سينتا سارى

نيم : ١٩٣٠٤٠٤١٣٢

برنامج الشريعة لدراسة إدارة الأعمال
كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية
جامعة محمود يونس الإسلامية
باتوسانغكار
١٤٤٥ / ٢٠٢٣ م

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yulia Sinta Sari
Nim : 193040432
Tempat Tanggal Lahir : Batusangkar, 24 Juli 2000
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Dengan ini menyatakan SKRIPSI, saya yang berjudul **“Pemahaman Pedagang Di Pasar Tradisional Tentang Transaksi Bisnis Berdasarkan Etika Bisnis Islam”** adalah hasil karya saya sendiri, bukan plagiat. Apabila dikemudian hari terbukti sebagai plagiat, maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan digunakan semestinya.

Batusangkar, Juli 2023
Yang membuat pernyataan

Yulia Sinta Sari
NIM 1930404132

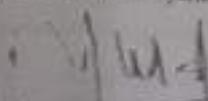
PERSetujuan PEMBIMBING

Pembimbing Skripsi atas nama Yulia Sinta Sari, NIM: 1930404132 dengan judul: "Pemahaman Pedagang Di Pasar Tradisional Tentang Transaksi Bisnis Berdasarkan Etika Bisnis Islam", memasing bab dan Skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat diterima untuk sidang Matakuliah.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sepenuhnya.

Ketua Prodi,
Manajemen Bisnis Syariah

Batuangkar, 21 Juli 2023
Pembimbing,


Chitra Indah Sari, MM., CRP
NIP. 19850831 201903 2 005


Rahmat Firdaus, M.E.Si
NIRK. 201801011034

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Mahad Yana
Batuangkar



D. H. Huda, MAg., CRP
NIP. 197309072002121001

ABSTRAK

Yulia Sinta Sari, NIM 1930404132, Judul Skripsi : “Pemahaman Pedagang di Pasar Tradisional Tentang Transaksi Bisnis Berdasarkan Etika Bisnis Islam”. Program studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN Mahmud Yunus Batusangkar).

Permasalahan dalam penelitian ini adalah tingkat pemahaman pedagang di Pasar Tradisional terhadap transaksi bisnis berdasarkan etika bisnis Islam. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pemahaman pedagang di pasar tradisional tentang transaksi bisnis berdasarkan etika bisnis Islam.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan metode *deskriptif kuantitatif*. Teknik pengumpulan data penelitian ini adalah menggunakan kusioner. Selanjutnya untuk mengolah data yang terkumpul peneliti menggunakan SPSS Versi 26.

Hasil penelitian menunjukkan dari tujuh puluh tiga responden didapatkan pemahaman pedagang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat pemahaman pedagang di pasar tradisional terhadap transaksi bisnis adalah 86,94% dalam kategori Sangat Paham. Dan hasil tingkat pemahaman pedagang di pasar tradisional berdasarkan etika bisnis Islam adalah 79,07% dikategorikan Paham.

Kata Kunci : Pemahaman, Transaksi Bisnis, Etika Bisnis Islam

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh, segala puji syukur pada Allah SWT, yang selalu melimpahkan rahmat, karunia serta hidayahnya dan telah memberikan penulis kesempatan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Tanpa pertolongan-Nya tentunya penulis tidak akan bisa untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada baginda tercinta yakni Nabi Muhammad SAW yang kita nanti-nantikan syafaatnya di akhirat nanti.

Penulis mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat sehat-Nya, baik nikmat sehat fisik maupun akal pikiran, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan tujuan melengkapi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana pada Jurusan Manajemen Bisnis Sya'riah Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus (UIN) Batusangkar dengan judul **“Pemahaman Pedagang Di Pasar Tradisional Tentang Transaksi Bisnis Berdasarkan Etika Bisnis Islam** “

Penulis menyadari dalam proses penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari dukungan orang tua yang telah banyak berkorban baik itu moril maupun materil. Oleh karena itu saya mengucapkan terima kasih banyak kepada Apa (Riswandi), yang tanpa lelah berjuang untuk mencari nafkah dan memberikan apa yang penulis butuhkan. Kepada Ama (Nursamsi) terkasih, terima kasih telah menjadi penyemangat serta selalu mendo'akan penulis sehingga penulis sampai di titik ini. Terimakasih juga kepada abang dan akak (Rizki Iranda, Andika Putra, Rozalia Ajmad) yang mendukung dan memberikan semangat kepada penulis dengan sepenuh hati serta keluarga besar yang selalu memberi do'a untuk menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terimakasih banyak kepada:

1. Prof Dr. Marjoni Immamora, M,Sc selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.
2. Dr. H. Rizal, M.Ag CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

3. Chitra Indah Sari, MM., CRP selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mahmud Yunus Batusangkar.
 4. Rahmat Firdaus, M.E. Sy sebagai pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan semangat, dorongan, arahan, dan bimbingan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
 5. Husni Sabri M. Si selaku penasehat akademik yang telah membantu serta memberikan saran kepada penulis sehingga bisa menyelesaikan perkuliahan.
 6. Prof. Dr. H. Syukri Iska, M.Ag selaku Dosen Penguji I yang telah memberi banyak masukan agar skripsi ini lebih baik.
 7. Dr. H. Alimin , Lc., M.Ag selaku Dosen Penguji II yang telah meberikan banyak masukanagar skripsi ini lebih baik.
 8. Seluruh Dosen dan Karyawan Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar yang telah mendidik, mengajar dan melayani penulis selama penulis menuntut ilmu.
 9. Teman– teman yang ikut membantu dan memberikan semangat penulis dalam mengerjakan skripsi ini yaitu Wine Angelina Puteri, Dilla Febriani, Firah Fanesa, Yulia Rahmi, Yona Asril, Suci Putri Halbar, dan Sarah Qolip.
- Terimakasih tak terhingga penulis ucapkan kepada semua pihak yang telah ikut berpartisipasi dalam menyelesaikan skripsi ini, teruntuk pihak yang telah ikut serta semoga menjadi amal ibadah yang ikhlas dan dibalas oleh Allah SWT dengan balasan yang berlipat ganda, Amin. Semoga skripsi ini memberi manfaat kepada semua orang.

Batusangkar, Juli 2023

Yulia Sinta Sari
1930404132

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	
PERSETUJUAN PEMBIMBING	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTARTABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah	4
D. Perumusan Masalah	4
E. Tujuan Penelitian	4
F. Manfaat dan Luaran Penelitian	5
G. Definisi Operasional	5
BAB II KAJIAN TEORI	7
A. Landasan Teori	7
1. Pemahaman	7
2. Etika Bisnis Islam	10
3. Transaksi Jual Beli	15
4. Pedagang	25
5. Pasar tradisional	30
B. Kajian Penelitian Yang Relevan	39
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Jenis Penelitian	42
B. Latar dan Waktu Penelitian	42
C. Populasi Dan Sampel	43
D. Pengembangan Instrumen	44
E. Teknik Pengumpulan Data	45

F. Teknik Analisis Data	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
A. Gambaran Umum Nagari Sungayang Kecamatan Sungayang Kabupaten Tanah Datar	47
1. Asal Usul Nagari Sungayang	47
2. Pembangunan Sarana di Nagari Sungayang	48
3. Kondisi Nagari	48
4. Visi dan Misi Nagari Sungayang	49
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan	50
1. Karakteristik Responden	50
2. Deskriptif Data.....	54
3. Pembahasan	71
BAB V PENUTUP.....	75
A. Kesimpulan	75
B. SARAN.....	75
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTARTABEL

Tabel 3. 1 Rancangan Waktu Penelitian	42
Tabel 3. 2 Skor kusioner skala likert.....	45
Tabel 3. 3 Interpretasi Pencapaian Responden	46
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4. 2 Umur	51
Tabel 4. 3 Pekerjaan.....	51
Tabel 4. 4 Pernyataan 1	55
Tabel 4. 5 Pernyataan 2	55
Tabel 4. 6 Pernyataan 3	56
Tabel 4. 7 Pernyataan 4.....	57
Tabel 4. 8 Pernyataan 5	58
Tabel 4. 9 Pernyataan 6.....	58
Tabel 4. 10 Pernyataan 7	59
Tabel 4. 11 Pernyataan 8.....	60
Tabel 4. 12 Pernyataan 9	61
Tabel 4. 13 Total pemahaman pedagang tentang bisnis	62
Tabel 4. 14 Pernyataan 1	63
Tabel 4. 15 Pernyataan 2	63
Tabel 4. 16 Pernyataan 3	64
Tabel 4. 17 Pernyataan 4.....	65
Tabel 4. 18 Pernyataan 5	66
Tabel 4. 19 Pernyataan 6.....	66
Tabel 4. 20 Pernyataan 7.....	67
Tabel 4. 21 Pernyataan 8.....	68
Tabel 4. 22 Pernyataan 9	69
Tabel 4. 23 Pernyataan 10.....	69
Tabel 4. 24 Total pemahaman pedagang tentang etika bisnis Islam.....	70
Tabel 4. 25 Total Rekapitulasi Jawaban Kusioner Tingkat Pemahaman Pedagang Tentang Bisnis	71

Tabel 4. 26 Total Rekapitulasi Jawaban Kusioner Tingkat Pemahaman Etika Bisnis Islam.....	72
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Total tingkat pemahaman pedagang tentang bisnis.....	62
Gambar 4. 2 Total tingkat pemahaman pedagang tentang etika bisnis Islam.....	71

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemahaman adalah tingkatan kemampuan yang mengharapkan seseorang mampu memahami arti atau konsep, situasi serta fakta yang diketahuinya. Dalam hal ini tidak hanya secara verbalitas, tetapi memahami konsep dari masalah atau fakta yang ditanyakan, mempersiapkan, menyajikan, mengatur, menginterpretasikan, menjelaskan, mendemonstrasikan, memberi contoh, memperkirakan, menentukan, dan mengambil keputusan.

Pasar merupakan tempat transaksi antara para penjual dan pembeli. Sebagian orang pasar merupakan tempat untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya, dipasar masyarakat dapat mencari apa yang di butuhkan. Maka dari itu keberadaan pasar sangatlah berguna bagi peningkatan perekonomian masyarakat dan penunjang peningkatan anggaran pendapatan daerah, sehingga keberadaannya sangat dibutuhkan oleh masyarakat terutama pasar tradisional.

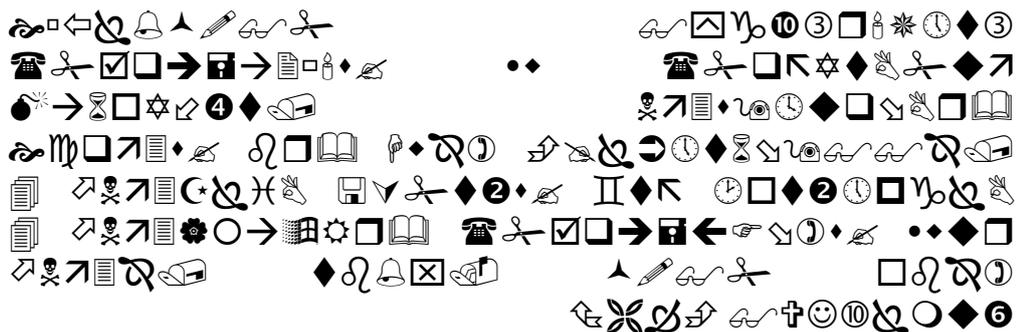
Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi secara langsung dan biasanya ada proses tawar menawar. Bangunan pasar biasanya terdiri atas kios-kios atau gerai, akses lebih luas bagi para produsen dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Kebanyakan pasar tradisional menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan makanan, ikan, buah-buahan, sayur-sayuran, telur, daging, kain, barang-barang elektronik, dan jasa, serta menjual kue-kue.(Malano,2011).

Dalam Islam semua transaksi yang dilakukan di pasar tradisional tidak hanya sekedar mencari keuntungan semata, tetapi harus sesuai dengan prinsip Islami, selain itu dalam transaksi Islam juga memberikan kebebasan untuk

berusaha mendapatkan harta dan mengembangkannya asal dalam batasan yang telah ditentukan oleh Allah SWT.

Etika bisnis dalam Islam adalah sejumlah perilaku etis bisnis (*akhlaq al Islamiyah*) yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram. Jadi perilaku yang etis itu ialah perilaku yang mengikuti perintah Allah dan menjauhi larangnya. Dalam Islam etika bisnis ini sudah banyak dibahas dalam berbagai literatur dan sumber utamanya adalah Al-Quran dan sunnaterrasul. Pelaku-pelaku bisnis diharapkan bertindak secara etis dalam berbagai aktivitasnya. Kepercayaan, keadilan dan kejujuran adalah elemen pokok dalam mencapai suksesnya suatu bisnis di kemudian hari.(Amalia, 2014)

Sebagaimana terdapat dalam Al- Qur'an Surat An-Nisa' ayat 29:



Artinya :“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”. (Q.S.An-Nisa:29).

Menurut riwayat Ibnu Jarir ayat ini turun dikarenakan masyarakat muslim Arab pada saat itu memakan harta sesamanya dengan cara yang bathil, mencari keuntungan dengan cara yang tidak sah dan melakukan bermacam-macam tipu daya yang seakan-akan sesuai dengan hukum syari'at. Seharusnya jual beli hendaklah dilakukan dengan rela dan suka sama suka tanpa harus menipu sesama muslim.(Suretno, 2018)

Berbisnis atau berdagang adalah sarana untuk membuka pintu rizki yang telah dilakukan oleh Rasulullah SAW. Bisnis juga dapat dijadikan sarana untuk menyebarkan agama islam (berdakwah), jika kita melakukan bisnis

seperti yang dilakukan oleh Rasulullah yang lebih spesifik terkait dengan etika dalam berbisnis (berdagang) seperti dalam Hadits berikut:

لِبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَنْفَرَقَا فَإِنْ صَدَقَ وَبَيَّنَّا بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا وَإِنْ كَذَبَا كُنَّا مَحْقَقَاتُ
بَرَكَتُهُ بَيْعَهُمَا (متفق عليه)

Artinya: “Orang yang bertransaksi jual beli masing-masing memiliki hak khiyar (membatalkan atau melanjutkan transaksi) selama keduanya belum berpisah. Jika keduanya jujur dan terbuka, maka keduanya akan mendapatkan keberkahan dalam jual beli, tapi jika keduanya berdusta dan tidak terbuka, maka keberkahan jual beli antara keduanya akan hilang” (Muttafaqun Alaihi).

Hadits di atas menjelaskan bahwasannya dalam jual beli ada tawar-menawar selama belum berpisah. Dan menerangkan tentang etika kedua orang yang bertransaksi agar sama-sama berperilaku jujur tidak merugikan salah satu pihak. Serta menjelaskan bahwa dalam berbisnis yang dicari bukan hanya profit saja melainkan menyertakan keberkahan juga, karena dengan berkahnya bisnis yang kita jalankan maka hidup kita akan ikut berkah dan diridho Allah sehingga kita mencapai hidup yang sejahtera. (Rahmat Hakim).

Berdasarkan survei awal di pasar Sungayang penulis melihat dan mendapati selama melakukan penelitian terdapat perilaku-perilaku pedagang yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam. Salah satunya terdapat kecurangan yang dilakukan pedagang cabai dalam takaran timbangan, setelah ditimbang kembali dirumah ternyata hasilnya kurang atau tidak sesuai dengan jumlah berat timbangan yang dibayar. Tindakan yang dilakukan pedagang tersebut supaya mendapatkan keuntungan lebih. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan ketika mengukur barang timbangan tidak diperlihatkan ke pembeli sehingga pembeli tidak mengetahui ukuran timbangannya dengan pasti.

Berdasarkan survei awal diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam terkait **“Pemahaman Pedagang Di Pasar Tradisional Tentang Transaksi Bisnis Berdasarkan Etika Bisnis Islam”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan judul yang penulis angkat, maka identifikasi masalah yang penulis temukan adalah pemahaman pedagang dipasar tradisional tentang transaksi bisnis berdasarkan etika bisnis Islam.

C. Batasan Masalah

Mengingat luasnya permasalahan yang akan dibahas, maka dalam penelitian ini penulis membatasi ruang lingkupnya agar dapat dilakukan lebih fokus, terarah dan mendalam. Serta dapat mempermudah proses analisa itu sendiri.

Oleh karena itu penulis membatasi pembahasan atas permasalahan yang akan dikaji, antara lain:

1. Penelitian ini hanya diujikan pada pedagang dipasar Sungayang.
2. Penelitian ini hanya pada pemahaman pedagang dipasar Sungayang.
3. Pemahaman yang dimiliki pedagang di pasar Sungayang berdasarkan etika bisnis Islam.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah penulis pilih maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimanakah tingkat pemahaman pedagang dipasar tradisional tentang transaksi bisnis berdasarkan etika bisnis Islam”.

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan jawaban atau sasaran yang ingin dicapai penulis dalam sebuah penelitian. Oleh sebab itu, tujuan penelitian ini adalah: “Untuk mengetahui pemahaman pedagang dipasar tradisional tentang transaksi bisnis berdasarkan etika bisnis Islam”

F. Manfaat dan Luaran Penelitian

1. Manfaat Penelitian

- a. Untuk menambah wawasan penulis, dengan penelitian yang dilakukan, maka peneliti akan mendapatkan ilmu baru yang berhubungan dengan pemahaman pedagang dipasar tradisional tentang transaksi bisnis berdasarkan etika bisnis Islam.
- b. Hasil penelitian dapat dijadikan salah satu bahan studi yang bermanfaat bagi mahasiswa pada umumnya, khususnya UIN Mahmud Yunus Batusangkar.
- c. Bagi peneliti, sebagai sarana untuk menambah pengetahuan dan mengembangkan teori yang pernah didapatkan serta untuk melengkapi persyaratan guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah.

2. Luaran Penelitian

Berhubungan dengan target yang ingin dicapai dari temuan penelitian ini adalah agar hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi perpustakaan UIN Mahmud Yunus Batusangkar dan diterbitkan pada jurnal ilmiah.

G. Definisi Operasional

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi penelitian ini serta menghindari dari adanya ketidakpahaman, maka penulis memberikan pengertian terhadap kata-kata yang dianggap penting dalam judul tersebut sebagai berikut:

1. Pemahaman

Pemahaman merupakan kemampuan seseorang untuk dapat mengerti atau menafsirkan sesuatu. Seseorang dapat dikatakan paham apabila dapat memberikan penjelasan dari informasi yang didapat secara rinci dengan menggunakan kata-katanya sendiri sesuai dengan konsep yang ada.

2. Pedagang

Pedagang merupakan orang yang berusaha dibidang produksi dan berjualan barang-barang untuk memenuhi kebutuhan kelompok konsumen tertentu di dalam masyarakat dalam suasana lingkungan informal. Mereka adalah orang yang menjalankan kegiatan dalam usaha memindahkan hak atas orang lain secara terus menerus sebagai sumber penghidupannya

3. Pasar tradisional

Pasar tradisional adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli melakukan transaksi. Masyarakat tidak hanya menjadikan pasar sebagai tempat jual-beli, melainkan juga sebagai sumber nafkah sehari-hari. Hampir setiap daerah di Indonesia memiliki pasar dan jumlahnya pun tidak sedikit.

4. Etika bisnis Islam

Etika bisnis Islam adalah usaha dari manusia untuk mencapai keridaan Allah SWT. Meski demikian, bisnis didalam etika bisnis Islam ini tidak bertujuan jangka pendek dan semata-mata untuk individual dan mencari keuntungan semata, tetapi jangka panjang yaitu antara dirinya dengan Allah SWT.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Pemahaman

a. Pengertian Pemahaman

Pemahaman adalah kesanggupan untuk mendefinisikan, merumuskan kata yang sulit dengan perkataan sendiri. Dapat pula merupakan kesanggupan untuk menafsirkan suatu teori atau melihat konsekuensi atau implikasi, meramalkan kemungkinan atau akibat sesuatu. Pemahaman adalah kemampuan untuk menggambarkan suatu situasi atau persoalan yang sedang terjadi.

Pemahaman adalah kemampuan menangkap pengertian-pengertian seperti mampu mengungkapkan suatu materi yang disajikan kedalam bentuk yang dapat dipahami, mampu memberikan interpretasi dan mampu mengklasifikasikannya. (Kusmawati & Ginanjar S, 2016)

Pemahaman adalah kemampuan untuk menghubungkan fakta-fakta atau konsep-konsep yang telah diketahui dengan segala sesuatu. Dengan memahami sesuatu berarti seseorang dapat mempertahankan, membedakan, menduga, menerangkan, memperluas, menyimpulkan, mengklasifikasikan dan mengiktisarkan. Jadi pemahaman yaitu kemampuan seseorang untuk mengerti dengan sungguh – sungguh terhadap sesuatu yang telah dipelajari atau diingat sebelumnya untuk dapat diaplikasikan. (Saputri, 2016)

Menurut Polya (Ruseffendi, 2006) membedakan pemahaman kedalam empat jenis, yaitu :

- 1) Pemahaman mekanikal, dapat mengingat dan menerapkan sesuatu secara rutin atau perhitungan sederhana.

- 2) Pemahaman induktif, dapat mencobakan sesuatu dalam kasus sederhana dan tahu bahwa sesuatu itu berlaku dalam kasus serupa.
- 3) Pemahaman rasional, dapat membuktikan kebenaran sesuatu.
- 4) Pemahaman intuitif, dalam memperkirakan kebenaran sesuatu tanpa ragu-ragu, sebelum menganalisis secara analitik.

b. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pemahaman

1) Faktor Interal

Faktor internal yaitu intelegensi, orang berpikir menggunakan inteleknya. Cepat tidaknya dan terpecahkan atau tidaknya sesuatu masala tergantung kepadakemampuan intelegensinya. Yang termasuk faktorinternal adalah sebagai berikut:

a) Usia

Dari Abu Ahmad mengemukakan bahwa memang daya ingat seseorang itu salah satunya dipengaruhi oleh umur. Maka dengan bertambahnya umur seseorang berpengaruh pada penambahan pemahaman yang diperolehnya, tetapi pada umur-umur tertentu atau menjelang usia lanjut kemampuan penerimaan atau mengingat suatu pemahaman akan berkurang.

b) Pengalaman

Merupakan sumber pemahaman suatu cara untuk memperoleh kebenaran pemahaman. Oleh sebab itu pengalaman pribadi dapat digunakan sebagai upaya untuk memperoleh pemahaman.

c) Intelejensia

Intelejensia yaitu faktor yang mempengaruhi hasil dari proses belajar. Intelejensia salah satu modal untuk berfikir dan mengolah berbagai informasi secara terarah sehingga ia mampu menguasai lingkungan

2) Faktor Eksternal

Yaitu berupa faktor yang ada di luar individu. Adapun yang termasuk kedalam faktor eksternal adalah sebagai berikut:

a) Pendidikan

Tingkat pendidikan menentukan mudah tidaknya seseorang menyerap dan memahami pemahaman yang mereka peroleh, pada umumnya semakin tinggi pendidikan seseorang maka semakin baik pula pemahamannya.

b) Pekerjaan

Pekerjaan turut andil dalam mempengaruhi tingkat pemahaman seseorang, hal ini dikarenakan pekerjaan berhubungan erat dengan faktor interaksi sosial dan kebudayaan.

c) Sosial Budaya dan Ekonomi

Sosial budaya mempunyai pengaruh pada pemahaman seseorang. Status ekonomi juga menentukan persediaannya suatu fasilitas yang diperlukan untuk kegiatan tertentu, sehingga mempengaruhi pemahaman seseorang.

d) Lingkungan

Merupakan faktor yang mempengaruhi pemahaman seseorang. Dalam lingkungan seseorang akan memperoleh pengalaman yang akan berpengaruh pada cara berpikir seseorang.

e) Informasi

Informasi akan berpengaruh pada pemahaman seseorang. Meskipun seseorang memiliki pendidikan yang rendah tetapi jika mendapatkan informasi yang baik dari berbagai media, radio, atau surat kabar maka dapat memahaminya. (Srihartati, 2015)

c. Tingkat – Tingkat Pemahaman

Pemahaman dapat dibedakan kedalam tiga kategori, yaitu

1) Menerjemahkan (*translation*)

Menerjemahkan diartikan sebagai pengalih arti dari bahasa yang satu ke dalam bahasa yang lain. Menerjemahkan dapat dilakukan

dengan cara mengungkapkan tentang sesuatu dengan bahasa sendiri dengan simbol tertentu. Dapat juga dari konsepsi abstrak menjadi suatu model simbolik untuk mempermudah orang mempelajarinya.

2) Menafsirkan (*interpretation*)

Kemampuan ini lebih luas dari pada menerjemahkan, kemampuan untuk mengenal dan memahami. Menafsirkan dapat dilakukan dengan cara menghubungkan pengetahuan yang lalu dengan pengetahuan yang diperoleh berikutnya, menghubungkan antara grafik dengan kondisi yang dijabarkan sebenarnya, serta membedakan yang pokok dan tidak pokok dalam pembahasan

3) Mengekstrapolasi (*extrapolation*)

Ekstrapolasi menuntut kemampuan intelektual yang lebih tinggi karena seseorang dituntut untuk bisa melihat sesuatu dibalik yang tertulis. Mengekstrapolasi dapat dilakukan dengan cara mengungkap kemampuan dibalik pesan yang tertulis dalam suatu keterangan atau tulisan.

2. Etika Bisnis Islam

a. Pengertian Etika

Secara etimologi, etika berasal dari bahasa Yunani *ethos* yang berarti sikap, cara berpikir, kebiasaan, adat, akhlak, perasaan dan watak kesusilaan. Istilah etika telah dipakai Aristoteles, filsuf Yunani, untuk menunjukkan filsafat moral. Jadi etika berarti prinsip, norma dan standar perilaku yang mengatur individu maupun kelompok yang membedakan apa yang benar dan apa yang salah. Etika mengarahkan manusia menuju aktualisasi kapasitas terbaiknya. Penerapan etika dan kejujuran dalam bisnis akan meningkatkan nilai entitas bisnis itu sendiri. Dengan tingkat persaingan yang semakin tinggi ditambah dengan konsumen yang semakin kritis, maka kalau kepuasan konsumen tetap dijaga akan menyebabkan perusahaan sustainable dan dapat dipercaya dalam jangka panjang. (Nawatmi, 2010)

Etika menurut istilah umum merupakan sebuah standar perilaku yang baik, bahkan ada yang mengemukakan bahwa Islam merupakan sebuah akhlak yang mengatur keseluruhan perilaku kita, atau aktivitas kehidupan kita sehari-hari. Etika atau moral di dalam ajaran Islam merupakan wujud dari keIslaman, ketakwaan, dan juga keimanan yang berdasarkan pada sebuah keyakinan yang besar terhadap kebenaran Allah SWT.(Rianti, 2021)

Menurut K. Bertens dalam buku Etika, merumuskan pengertian etika kepada tiga pengertian: Pertama, etika digunakan dalam pengertian nilai-nilai dan norma-norma moral yang menjadi pegangan bagi seseorang atau suatu kelompok dalam mengatur tingkah lakunya. Kedua, etika dalam pengertian kumpulan asas atau nilai-nilai moral atau kode etik. Ketiga, etika sebagai ilmu tentang baik dan buruk. Sedangkan menurut Ahmad Amin memberikan batasan bahwa etika atau akhlak adalah ilmu yang menjelaskan arti yang baik dan buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan oleh manusia kepada lainnya, menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia dalam perbuatan mereka dan menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang harus diperbuat.(Darmawati, 2018)

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa etika merupakan sesuatu yang dapat membantu manusia untuk bertindak secara bebas dan dapat dipertanggungjawabkan baik dalam menentukan kebenarannya atau kesalahannya

b. Pengertian Bisnis

Secara umum bisnis diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan atau rizki dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya dengan cara mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien. Skinner mendefinisikan bisnis sebagai pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. (Zaroni, 2007)

Secara etimologi, bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Kata “bisnis” sendiri memiliki tiga penggunaan tergantung skupnya, Penggunaan kata bisnis dapat merujuk pada badan usaha yaitu kesatuan yuridis(hukum), teknis, ekonomis yang bertujuan mencari laba. Penggunaan yang lebih luas dapat merujuk pada sektor pasar tertentu, misalnya “*bisnis pertelevisian*”. Penggunaan yang paling luas merujuk pada seluruh aktivitas yang dilakukan oleh komunitas penyedia barang dan jasa.(S, 2015)

Adapun dalam Islam bisnis dapat dipahami sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram).(Zaroni, 2007)

Pengertian Bisnis menurut Hughes dan Kapoor dalam Buchari Alma adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang atau jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Secara umum kegiatan ini ada dalam masyarakat dan ada dalam industri.

Jadi bisnis adalah pertukaran barang atau jasa yang saling menguntungkan atau memberi manfaat yang berlangsung karena adanya ketergantungan antar individu, usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan standar hidup dan lain sebagainya.(Absor, 2021)

c. Etika Bisnis Islam

Menurut Andrew Ghillyer dalam Dadan Ramdani, dkk mengungkapkan bahwa etika bisnis adalah penerapan standar perilaku moral dalam situasi bisnis dengan mempertimbangkan konsep dasar etika yaitu benar dan salah. Sedangkan menurut Marzuqi dan Latif etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma yang mana para pelaku bisnis harus menjunjungnya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan bisnis dengan selamat.

Etika menurut istilah umum merupakan sebuah standar perilaku yang baik, bahkan ada yang mengemukakan bahwa Islam merupakan sebuah akhlak yang mengatur keseluruhan perilaku kita, atau aktivitas kehidupan kita sehari-hari. Etika atau moral di dalam ajaran Islam merupakan wujud dari keIslaman, ketakwaan, dan juga keimanan yang berdasarkan pada sebuah keyakinan yang besar terhadap kebenaran Allah SWT. (Rianti, 2021)

Semakin besarnya kesadaran etika dalam berbisnis, orang mulai menekankan pentingnya keterkaitan faktor-faktor etika dalam bisnis. Sesungguhnya dalam hal seluruh pelaksanaan kehidupan telah di atur dalam pandangan ajaran Agama Islam untuk mengatur seluruh kehidupan manusia termasuk dalam kaitannya pelaksanaan perekonomian dan bisnis. Dalam ajaran Islam memberikan kewajiban bagi setiap muslim untuk berusaha semaksimal mungkin untuk melaksanakan syariah (aturan). Islam di segala aspek kehidupan termasuk di dalamnya aturan bermuamalah (usaha dan bisnis) yang merupakan jalan dalam rangka mencari kehidupan. Pada hakikatnya tujuan penerapan aturan (syariah) dalam ajaran Islam di bidang muamalah khususnya perilaku bisnis adalah agar terciptanya pendapatan (rizki) yang berkah dan mulia, sehingga akan mewujudkan pembangunan manusia yang berkeadilan dan stabilisasi untuk mencapai pemenuhan kebutuhan, kesempatan kerja penuh dan distribusi pendapatan yang merata tanpa harus mengalami ketidakseimbangan yang berkepanjangan di masyarakat. (Amalia, 2014)

Yang dimaksud dengan etika bisnis Islam adalah penerapan perilaku atau akhlak dalam menjalankan bisnis untuk mencari keuntungan namun tidak kelar dari perilaku, moral atau norma ajaran islam dalam menjalankan bisnis islam. (Iwan Aprianto, 2020)

Etika bisnis dalam Islam adalah sejumlah perilaku etis bisnis (akhlaq al Islamiyah) yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram. Jadi perilaku yang etis itu ialah perilaku yang mengikuti perintah Allah dan menjauhi larangnya. Dalam

Islam etika bisnis ini sudah banyak dibahas dalam berbagai literatur dan sumber utamanya adalah Al-Quran dan sunnaterrasul. Pelaku-pelaku bisnis diharapkan bertindak secara etis dalam berbagai aktivitasnya. Kepercayaan, keadilan dan kejujuran adalah elemen pokok dalam mencapai suksesnya suatu bisnis di kemudian hari.(Amalia, 2014)

d. Prinsip Etika Bisnis Islam

Dalam hukum Islam disebutkan bagaimana prinsip-prinsip dalam berbisnis. Etika bisnis Islami merupakan tata cara pengelolaan bisnis berdasarkan Al-Qur'an, hadist, dan hukum yang telah dibuat oleh para ahli fiqih. Prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islami harus mencakup:

1) Prinsip Kesatuan (*unity*)

Kesatuan ini sudah direfleksikan pada konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogen serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh. Dari konsep ini, maka prinsip kesatuan didalam etika bisnis islam ini memiliki dasar pandangan yakni bisnis yang terpadu, vertikal maupun horisontal, yang membentuk suatu persamaan yang penting didalam Islam.

2) Prinsip Kebebasan

Kebebasan dalam bermuamalat membutuhkan persetujuan bersama dan kesepakatan. Persetujuan yang kompleks antara pihak-pihak yang berkepentingan dianggap sebagai syarat bagi terwujudnya legalitas transaksi. Berdasarkan konsep kehendak bebas, manusia memiliki kebebasan untuk membuat kontrak dan menepatinya atau mengingkarinya.

3) Prinsip Tanggung Jawab

Segala aktifitas bisnis yang dilakukan oleh para pelaku bisnis tidak terlepas dari pertanggung jawaban atas apa yang telah dikerjakan. Terutama di dalam etika bisnis, manusia harus mampu bertanggung jawab saat memiliki kehendak bebas.

4) Prinsip Kejujuran

Kejujuran adalah sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan sedikitpun. Sikap ini dalam khazanah Islam dapat dimaknai dengan amanat. Dengan prinsip kejujuran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama, atau perjanjian dalam bisnis..

5) Prinsip Keseimbangan (keadilan)

Prinsip keseimbangan menuntut manusia tidak hanya saja mewujudkan keseimbangan, keserasian dan selaras dalam dirinya sendiri, tetapi juga dalam masyarakat bahkan keseluruhannya. Prinsip keseimbangan atau keadilan dalam kehidupan karakteristik alami, walaupun demikian prinsip ini bersifat dinamis yang harus diperjuangkan oleh setiap muslim. Keseimbangan ini penting diusung oleh pebisnis muslim yaitu keseimbangan hidup di dunia dan akhirat, merealisasikan tindakan-tindakan yang dapat menempatkan dirinya dan orang lain dalam kesejahteraan duniawi dan keselamatan akhirat. (Rianti, 2021)

3. Transaksi Jual Beli

a. Pengertian Jual Beli

Jual beli dalam istilah fiqh disebut dengan al-bai' yang berarti menjual, mengganti, dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Sedangkan menurut istilah yang dimaksud jual beli atau bisnis adalah menukar barang dengan barang atau barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan. (Saprida et al., 2022)

Berdasarkan pengertian tersebut maka jual beli adalah tukar menukar apa saja, baik antara barang dengan barang, barang dengan uang atau uang dengan uang. Adapun pengertian jual beli secara istilah menurut para ahli fiqh sebagai berikut:

- 1) Pengertian jual beli menurut Sayyiq Sabiq adalah “pertukaran benda dengan benda yang lain dengan jalan saling meridhoi atau memindahkan hak milik disertai penggantinya dengan cara yang dibolehkan.”
- 2) Pengertian jual beli menurut Taqiyuddin adalah “saling menukar harta (barang) oleh dua orang untuk dikelola (ditasharufkan) dengan cara ijab dan qobul sesuai dengan syara’.”
- 3) Pengertian jual beli menurut Wahbah az-Zuhaili, adalah “saling tukar menukar harta dengan cara tertentu.”

Dari definisi-definisi di atas dapat dipahami inti jual beli adalah suatu perjanjian tukar menukar benda (barang) yang mempunyai nilai, atas dasar kerelaan (kesepakatan) antara dua belah pihak sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang dibenarkan oleh syara’. Secara singkat definisi jual beli dapat diartikan transaksi tukar menukar yang memiliki dampak yaitu bertukarnya kepemilikan (taqabbudh) yang tidak akan bisa sah bila tidak dilakukan beserta akad yang benar baik yang dilakukan dengan cara verbal atau ucapan maupun perbuatan.

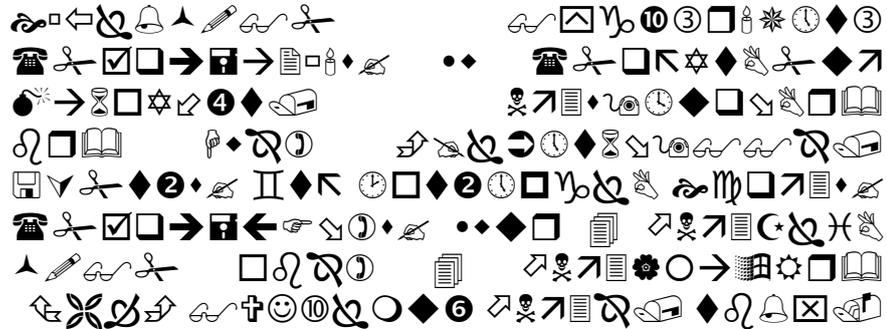
Dalam jual beli ada satu sifat yang penting dan harus dipraktikkan dalam suatu jual beli. Faktor itu adalah kejujuran, karena sangat penting sebagai sifat yang akan menolong pribadi manusia itu sendiri. Hal ini cukup beralasan karena pada umumnya manusia itu cenderung bersifat ingin memperoleh keuntungan yang sebanyak-banyaknya dengan modal yang sedikit. (Shobirin, 2016)

b. Landasan Hukum Jual Beli

Jual beli merupakan kebutuhan penting dalam sehari-hari bagi manusia. Jual beli tersebut juga dijelaskan dalam al-Quran, as-Sunah, dan juga ijma’ ulama. Dilihat dari aspek hukum jual beli hukumnya mubah kecuali jual beli yang dilarang oleh syara’. Adapun dasar-dasar hukum jual beli sebagai berikut:

- 1) Al-Quran.

Dasar hukum jual beli terdapat dalam Q.S. An-Nisa: 29 yang berbunyi:



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”. (Q.S. An-Nisa: 29)

2) Al-Sunnah.

Diantara hadits-hadits yang dijadikan para ulama sebagai

dasar hukum jual beli, sebagai berikut:

وَأَنَّ اللَّهَ إِذَا حَرَّمَ عَلَى قَوْمٍ أَكَلَ شَيْءٍ حَرَّمَ عَلَيْهِمْ تَمَنَّهُ

Artinya: “Sesungguhnya Allah jika mengharamkan atas suatu kaum memakan sesuatu, maka diharamkan pula hasil penjualannya” (HR Abu Daud dan Ahmad).

3) Al-Ijma’.

Kesepakatan para sahabat (sahabat Nabi) terhadap pengalaman hadits-hadits yang bersumber dari Nabi SAW tentang dibenarkannya jual beli. Berdasarkan ijma’ ulama, jual beli dibolehkan dan telah dipraktikkan sejak masa Rasulullah hingga sekarang. Para ulama dan seluruh umat Islam sepakat tentang diperbolehkannya jual beli karena hal ini sangat dibutuhkan oleh manusia pada umumnya. Ijma’ ini memberikan hikmah bahwa kebutuhan manusia berhubungan dengan sesuatu yang ada dalam kepemilikan orang lain. (Yusuf & Iswandi, 2021)

c. Rukun dan Syarat Jual Beli

Di dalam jual beli, rukun dan syarat merupakan hal yang teramat penting, sebab tanpa rukun dan syarat maka jual beli tersebut tidak sah hukumnya. Oleh karena itu Islam telah mengatur tentang syarat dan rukun jual beli itu, antara lain:

1) Rukun Jual Beli

Jual beli dapat dikatakan sah apabila kedua pihak telah memenuhi rukun dan syarat dalam jual beli tersebut. Adapun rukun dan syarat dalam jual beli adalah ketentuan-ketentuan dalam jual beli yang harus dipenuhi agar jual beli menjadi sah menurut Hukum Islam. Rukun adalah kata mufrad dari kata jama' "*Arkan*", artinya asas atau sendi-sendi atau tiang, yaitu sesuatu yang menentukan sah (apabila dilakukan) dan tidak sahnya (apabila ditinggalkan) sesuatu pekerjaan dan sesuatu itu termasuk di dalam pekerjaan itu. Menurut Abdurrahman Aljaziri, mendefinisikan rukun jual beli sebagai berikut:

- a) *Al- 'Aqidani*, yaitu dua pihak yang berakad yakni penjual dan pembeli.
- b) *Mauqud 'alaih*, yaitu sesuatu yang dijadikan akad yang terdiri dari harga dan barang yang diperjual belikan.
- c) *Sighat*, yaitu ijab dan Kabul (Zainuddin, 2020)

Adapun rukun jual beli menurut ulama Hanafiyah hanya satu ijab (ungkapan pembeli dari pembeli) dan qabul (ungkapan menjual dari penjual). Menurut mereka yang menjadi rukun jual beli itu hanyalah kerelaan kedua belah pihak untuk melakukan transaksi jual beli. Akan tetapi karena unsur kerelaan itu merupakan unsur hati yang sulit untuk diindera sehingga tidak kelihatan, maka diperlukan indikasi yang menunjukkan kerelaan itu dari kedua belah pihak. Indikasi yang menunjukkan kerelaan kedua belah pihak yang melakukan transaksi jual beli, menurut mereka boleh tergantung

dalam ijab dan qabul, atau melalui cara saling memberikan barang dan harga barang.

Menurut jumhur ulama menyatakan bahwa rukun jual beli ada empat, yaitu:

- a) Ada orang yang melakukan akad atau *al-muta'qidain* (penjual dan pembeli),
- b) Ada *sighat* (lafal *ijab* dan *qabul*),
- c) Ada barang yang dibeli,
- d) Ada nilai tukar pengganti barang.

Menurut Imam Taqiyudin Abi Bakar Muh. Al-Husaini menyatakan rukun jual beli yaitu sebagai berikut:

- a) Penjual
- b) Pembeli
- c) Barang yang dijual
- d) Harga
- e) Ucapan ijab dan qabul.

Menurut Abdurrahman Al-Jaziri menyatakan rukun jual beli sebagai berikut:

- a) *Sighat* (ijab dan qabul)
- b) *'Aqid* (orang yang mengadakan perjanjian, terdiri dari penjual dan pembeli)
- c) *Ma'qud* alaih (barang obyek akad) terdiri dari barang dan harga.

(Susiawati, 2017)

Dan yang dimaksud dengan rukun disini adalah sesuatu yang harus ada untuk adanya sesuatu yang lain, walaupun tidak termasuk hakikatnya, karena sesungguhnya rukun dari sesuatu adalah asal (pokok) yang termasuk ke dalamnya. Dan pokok (asal) dari jual beli adalah *sighat* yang tanpa *sighat* tersebut maka orang yang mengadakan perjanjian jual beli tidak disebut penjual dan pembeli.

Berdasarkan beberapa pendapat ulama tersebut, maka secara ringkas rukun jual beli yang ideal yaitu adanya kedua belah pihak

yang melakukan transaksi jual beli, adanya barang yang menjadi transaksi jual beli dan lafadz dalam transaksi jual beli tersebut.

d. Syarat Jual Beli

Syarat yaitu asal maknanya: janji. Menurut istilah syara", ialah sesuatu yang harus ada, dan menentukan sah dan tidaknya suatu pekerjaan (ibadah), tetapi sesuatu itu tidak berada di dalam pekerjaan itu.

Agar jual beli dapat dilaksanakan secara sah dan memberi pengaruh yang tepat, harus direalisasikan beberapa syaratnya terlebih dahulu. Ada yang berkaitan dengan pihak penjual dan pembeli, dan ada kaitan dengan obyek yang diperjual belikan.

1) Syarat *Sighat lafadz ijab qabul*

Ijab adalah perkataan penjual, sedangkan qabul adalah perkataan si pembeli.

Adapun syarat-syarat ijab dan qabul menurut para ulama fiqh yaitu:

- a) Orang yang mengucapkan telah *baligh* dan berakal.
- b) *Qabul* sesuai dengan ijab.
- c) *Ijab* dan *qabul* dilakukan dalam satu majlis. Maksudnya kedua belah pihak yang melakukan jual beli hadir dan membicarakan topik yang sama.

Apabila penjual mengucapkan *ijab*, lalu pembeli berdiri sebelum mengucapkan *qabul*, atau pembeli mengerjakan aktivitas lain yang tidak terkait dengan masalah jual beli, kemudian ia ucapkan qabul, maka menurut kesepakatan para ulama fiqih jual beli ini tidak sah". (Yunus et al., 2018)

2) Syarat bagi penjual dan pembeli

Bagi orang yang melakukan akad jual beli, diperlukan adanya syarat-syarat sebagai berikut:

- a) Berakal

Jual beli hendaklah dilakukan dalam keadaan sadar dan sehat. Jual beli yang dilakukan oleh anak kecil yang belum berakal, orang gila, mabuk dan atau pingsan hukumnya tidak sah atau haram.

b) Baligh

Baligh berarti sampai atau jelas. Baligh adalah masa kedewasaan seseorang, yang menurut kebanyakan para ulama yaitu apabila seseorang telah mencapai usia 15 tahun, atau orang belum mencapai umur yang dimaksud, akan tetapi sudah dapat bertanggung jawab secara hukum.

Yakni anak-anak yang sudah sampai pada usia tertentu yang menjadi jelas baginya segala urusan atau persoalan yang dihadapi. Pikirannya telah mampu mempertimbangkan atau memperjelas mana yang baik dan mana yang buruk.

Adapun tanda-tanda baligh yaitu:

- (1) Ihtilam: keluarnya air mani dari kemaluan laki-laki atau perempuan, dalam keadaan jaga atau tidur.
- (2) Haid: keluarnya darah haidl bagi perempuan.
- (3) Rambut: tumbuhnya rambut yang kasar di sekitar kemaluan.
- (4) Umur: umurnya tidak kurang dari 15 tahun.

Setiap orang yang padanya terdapat salah satu tanda-tanda kebalighan tersebut berarti sudah mukallaf, berarti sudah terkena kewajiban-kewajiban syari'at agama (Islam). Ia akan mendapat pahala jika mengajarkannya, dan akan berdosa jika meninggalkannya.

c) Tidak Pemboros

Maksudnya kedua belah pihak yang melakukan jual beli tersebut bukanlah manusia yang boros, karena orang yang boros dipandang sebagai orang yang tidak cakap dalam hukum. Bagi orang pemboros apabila dalam melakukan jual beli, maka jual belinya tidak sah, sebab bagi orang pemboros itu suka

menghambur-hamburkan hartanya. Sehingga apabila diserahkan harta kepadanya akan menimbulkan kerugian pada dirinya dalam firman-Nya dalam surat Al-Isra' ayat 27:



Artinya: “*Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan, dan syaitan adalah sangat ingkar kepada Tuhan-Nya.*” (Q.S. An-Nisa’ : 29)

d) Atas Kemauan Sendiri

Artinya prinsip jual beli adalah suka sama suka tanpa ada paksaan antara si penjual dan si pembeli. Maka jika perilaku tersebut tidak tercapai, jual beli itu tidak sah.

e) Yang melakukan akad itu adalah orang yang berbeda

Orang yang melakukan akad itu adalah orang yang berbeda maksudnya adalah seseorang yang tidak dapat bertindak dalam waktu yang bersamaan sebagai penjual sekaligus sebagai pembeli. Misalnya, Ahmad menjual sekaligus membeli barangnya sendiri. Jual beli seperti ini adalah tidak sah.

3) Syarat barang yang diperjual belikan

Syarat barang yang diperjual belikan Mengenai syarat-syarat barang yang diperjual belikan menurut Sayid Sabiq yaitu sebagai berikut:

- a) Bersih barangnya
- b) Dapat dimanfaatkan
- c) Milik orang yang melakukan akad/milik sendiri
- d) Mampu menyerahkan
- e) Diketahui barangnya dengan jelas dan
- f) Barang yang diakadkan ada di tangan. (Mukrimaa et al., 2016)

4) Transaksi yang dilarang dalam jual beli

Unsur terpenting dalam jual beli adalah nilai tukar dari barang yang dijual (uang). Terkait dengan masalah nilai tukar ini, para ulama membedakan *ats-tsaman* dengan *as-si'r*. Menurut mereka *ata-tsaman* harga pasar yang berlaku di tengah-tengah masyarakat secara nyata, sedangkan *as-si'r* adalah modal barang yang seharusnya diterima para pedagang sebelum dijual ke konsumen. Dengan demikian harga barang itu ada dua, yaitu harga antara pedagang antara pedagang dan harga antara pedagang dengan konsumen (harga jual pasar).

e. **Macam – Macam Jual Beli**

Dalam fikih Islam jual beli dibagi ke dalam beberapa jenis tergantung sudut pandang pembagiannya:

1) Pembagian jual beli berdasarkan objek pertukarannya.

Berdasarkan sudut pandang ini, jual beli dibagi menjadi empat macam. diantaranya ialah:

a) Jual Beli *Sharf*.

Yakni jual beli mata uang dengan mata uang sejenis, seperti jual beli emas dengan emas atau rupiah dengan rupiah juga. Atau dengan mata uang lain yang tidak sejenis, seperti jual beli rupiah dengan dollar (*money changer*).

b) Jual Beli *Muqayadhah*.

Yakni jual beli barang dengan barang, seperti jual beli hewan ternak dengan pakaian, atau jual beli mobil dengan mobil, atau biasa dikenal dengan istilah barter.

c) Jual Beli *Salam*

Yakni jual beli dengan cara menyerahkan harga terlebih dahulu untuk mendapatkan suatu barang dengan sifat-sifat tertentu yang harus diserahkan pada waktu yang diketahui.

d) Jual Beli *Muthlaq*.

Yakni jual beli barang dengan uang. Seperti jual sepeda dengan harga Rp500.000-. Jenis jual beli ini merupakan jual beli yang paling populer dan paling banyak dipraktikkan di zaman sekarang.

2) Pembagian jual beli berdasarkan cara penentuan harganya

Berdasarkan sudut pandang ini dibagi menjadi empat macam, diantaranya ialah:

a) Jual beli Tauliyah.

Yakni jual beli barang dengan harga belinya, tanpa ada tambahan harga berupa keuntungan maupun pengurangan dari harga beli.

b) Jual beli Wadhiah.

Yakni jual beli barang dengan harga yang lebih rendah dari harga belinya.

c) Jual beli Murabahah.

Yakni jual beli barang dengan harga belinya dengan tambahan keuntungan yang diketahui bagi penjual.

d) Jual beli Musawamah.

Yakni jual beli barang tanpa menyebutkan harga belinya, tetapi jual beli terjadi dengan harga berapapun berdasarkan kesepakatan antara penjual dan pembeli.

3) Pembagian jual beli berdasarkan cara pembayaran harga.

Berdasarkan sudut pandang ini, jual beli dibagi menjadi dua macam, yaitu:

a) Jual beli *Munajjaz al-Tsaman*.

Merupakan jual beli dengan harga yang dibayar tunai pada saat akad. Dengan kata lain jual beli yang tidak disyaratkan didalamnya penundaan pembayaran harga atau pembayaran harga secara berkala. Jual beli semacam ini dinamakan juga jual beli kontan,

b) Jual beli *Mu'ajjal alTsaman*.

Merupakan jual beli dengan pembayaran harga bertempo. Jual beli semacam ini dikenal dalam terminologi fikih islam dengan istilah *al-bay' al-muajjal* atau *bay' al-nasi'ah*. Biasa dikenal dengan istilah jual beli kredit.(Yusuf & Iswandi, 2021)

4. Pedagang

a. Pengertian Pedagang

Pedagang secara etimologi adalah orang yang berdagang atau bisa disebut juga saudagar. Pedagang ialah orang yang melakukan perdagangan, memperjual belikan produk atau barang yang tidak diproduksi sendiri untuk memperoleh keuntungan. Pedagang adalah mereka yang melakukan perbuatan perniagaan sebagai pekerjaannya sehari-hari. Perbuatan perniagaan pada umumnya merupakan perbuatan pembelian barang untuk dijual lagi.(Rofiah, 2018)

Menurut Damsar (2009:79) pedagang adalah orang atau badan membeli, menerima atau menyimpan barang penting dengan maksud untuk dijual, diserahkan, atau dikirim kepada orang atau badan lain, baik yang masih berwujud barang penting asli, maupun yang sudah dijadikan barang lain. Kegiatan perdagangan dapat menciptakan kesempatan kerja melalui dua cara. Pertama, secara langsung, yaitu dengan kapasitas penyerapan tenaga kerja yang benar. Kedua, secara tidak langsung, yaitu dengan perluasan pasar yang diciptakan oleh kegiatan perdagangan disatu pihak dan pihak lain dengan memperlancarkan penyaluran dan pengadaan bahan baku.(Pratama & Sahnun, 2019)

Perdagangan merupakan suatu hal yang sangat penting dalam kegiatan perekonomian suatu negara. Aktivitas perdagangan suatu negara menjadi indikasi tingkat kemakmuran masyarakatnya serta menjadi tolok ukur tingkat perekonomian negara itu sendiri. Sehingga bisa dibilang perdagangan merupakan urat nadi perekonomian suatu negara. Melalui perdagangan pula suatu negara bisa menjalin hubungan diplomatik dengan negara tetangga sehingga secara tidak langsung

perdagangan juga berhubungan erat dengan dunia politik. (Abago & Rondonuwu, 2015).

Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjual belikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh suatu keuntungan (Muzaiyin, 2018). Tujuan keuntungan tersebut, yang merupakan hasil akhir yang ingin dicapai seorang pedagang. Keuntungan yang melimpah tentu akan menjadikan pedagang berbangga hati akan hasil yang diperolehnya. Hal tersebut dikarenakan, dengan keuntungan yang banyak, pedagang dapat memenuhi kebutuhan hidupnya secara lebih dari cukup. Jadi pedagang adalah orang-orang yang melakukan kegiatankegiatan perdagangan sehari-hari sebagai mata pencaharian mereka.

b. Macam – Macam Pedagang

Pedagang merupakan penyalur kebutuhan manusia, baik itu kebutuhan pokok, kebutuhan primer maupun sekunder. Berikut ini 3 macam penggolongan pedagang:

1) Grosir (*Wholesaler*)

Grosir adalah orang atau pengusaha yang membuka usaha dagang dengan membeli dan menjual kembali barang dengan pengecer, pedagang besar lainnya, perusahaan industri. Jumlah barang yang diperjual belikan relatif besar.

2) Makelar

Makelar adalah orang/ pengusaha/ pedagang yang melakukan kegiatan usaha perdagangan besar sebagai yang mewakili pihak penjual maupun pembeli dengan wewenang yang terbatas. Makelar tidak mempunyai hak milik atas barang, tetapi mewakili untuk menutup persetujuan jual beli dan kepadanya diberikan imbalan jasa.

3) Agen

Perantara dagang adalah pihak ketiga yang sehari-hari melakukan kegiatan hukum, yang menyangkut jual beli atas namanya sendiri maupun atas nama orang lain. Agen/perantara adalah

persetujuan seseorang untuk memberi kuasa kepada orang lain yang menerimanya untuk menyelenggarakan suatu urusan dari orang yang menyuruhnya.(Aswir & Misbah, 2018)

c. Prilaku Pedagang

Perilaku pedagang juga merupakan sebuah sifat yang dimiliki oleh setiap pedagang, untuk menangkap reaksi yang telah diberikan oleh lingkungan terhadap keadaan yang telah terjadi sekarang. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku pedagang antara lain:

1) Takaran Timbangan

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

2) Kualitas barang/produk

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

3) Pelayanan

Pelayanan adalah menolong dengan menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain seperti tamu atau pembeli. Melayani pembeli secara baik adalah sebuah keharusan agar pelanggan merasa puas.

4) Pembukuan Transaksi

Pembukuan adalah suatu proses pencatatan yang dilakukan secara teratur untuk mengumpulkan data dan informasi keuangan yang meliputi harta, kewajiban, modal, penghasilan dan biaya, serta jumlah harga perolehan dan penyerahan barang atau jasa, yang ditutup

dengan laporan keuangan atau neraca dan laporan laba maupun rugi. Sebagai pedagang diharuskan untuk mencatat setiap transaksi yang dilakukan.

d. Berbagai Larangan dalam Berdagang

Etika berdagang seorang muslim diatur dalam berbagai disini penulis membuat sesuatu hal-hal yang perlu untuk dihindarkan dalam perdagangan agar nilai-nilai kejujuran itu tidak hilang. Menurut Syekh Muhammad Yusuf Qardhawi, beberapa hal yang dilarang dalam perdagangan meliputi :

- 1) Menjual sesuatu yang haram, hal ini sesuai dengan Sabda Rasulullah: "Sesungguhnya Allah dan Rasul-Nya telah mengharamkan memperdagangkan arak, bangkai, babi dan patung." (Riwayat Bukhari dan Muslim), jadi secara hukumnya Haram untuk dilakukan.
- 2) Menjual barang yang masih samar, setiap aqad perdagangan ada lubang yang membawa pertentangan, apabila barang yang dijual itu tidak diketahui atau karena ada unsur penipuan yang dapat menimbulkan pertentangan antara si penjual dan pembeli atau karena salah satu ada yang menipu, jadi untuk itu dilarang untuk melakukan perdangan seperti ini. Kalau kesamaran itu tidak seberapa, dan dasarnya ialah urfiyah, maka tidaklah haram, misalnya menjual barangbarang yang berada di dalam tanah, seperti wortel, lobak, brambang dan sebagainya
- 3) Mempermainkan Harga, dalam Islam memberikan kebebasan pasar, dan menyerahkannya kepada hukum naluri yang kiranya dapat melaksanakan fungsinya selaras dengan penawaran dan permintaan.
- 4) Menimbun harta, menimbun harta sangat dilarang, hal ini sesuai dengan hadis Rasulullah s.a.w. melarang menimbun dengan ungkapan yang sangat keras.
- 5) Mencampuri Kebebasan Pasar, misalnya seorang yang tinggal dikota (tengkulak) menjualkan barang milik orang kampung padahal orang kampung bias untuk menjual barang tersebut dengan harga mahal dan

- menguntungkan tetapi karena seorang yang berasal dari kota (tengkulak) yang membeli barang dengan murah
- 6) Penipuan, demi menjaga ketidak adanya campur tangan orang lain yang bersifat penipuan, maka dilarangnya juga oleh Rasulullah apa yang dinamakan najasyun (menaikkan harga)
 - 7) Siapa yang Menipu, Islam mengharamkan seluruh macam penipuan, baik dalam masalah jual-beli, maupun dalam seluruh macam mu'amalah
 - 8) Banyak Sumpah, lebih keras lagi haramnya, jika tipuannya itu diperkuat dengan sumpah palsu. Oleh karena itu Rasulullah melarang keras para saudagar banyak bersumpah, khususnya sumpah palsu.
 - 9) Riba, Islam menutup pintu bagi siapa yang berusaha akan mengembangkan uangnya itu dengan jalan riba. Maka diharamkannya riba itu sedikit maupun banyak, dan mencela orang-orang Yahudi yang menjalankan riba padahal mereka telah dilarangnya.
 - 10) Membeli barang rampokan dan curian sama dengan perampas dan pencuri, di antara bentuk yang diharamkan Islam sebagai usaha untuk memberantas kriminalitas dan membatasi keleluasaan pelanggaran oleh si pelanggar, ialah tidak halal seorang muslim membeli sesuatu yang sudah diketahui, bahwa barang tersebut adalah hasil rampokan dan curian atau sesuatu yang diambil dari orang lain dengan jalan yang tidak benar.
 - 11) Mengurangi Takaran dan Timbangan, Salah satu macam penipuan ialah mengurangi takaran dan timbangan.
 - 12) Menjual Kredit dengan Menaikkan Harga, Apabila si penjual itu menaikkan harga karena temponya, sebagaimana yang kini biasa dilakukan oleh para pedagang yang menjual dengan kredit, maka sementara fuqaha' ada yang mengharamkannya dengan dasar, bahwa tambahan harga itu justru berhubung masalah waktu. Kalau begitu sama dengan riba. (Adolf, 2010)

5. Pasar tradisional

a. Pengertian Pasar

Pasar adalah tempat bertemunya antara para penjual dan pembeli dan melakukan transaksi barang atau jasa. Pasar merupakan mekanisme pertukaran barang dan jasa yang alamiah dan telah berlangsung sejak awal peradaban manusia. (P3EI, 2011)

Menurut Gilarso (2004:154) pengertian pasar dalam arti sempit adalah suatu tempat dimana pada hari tertentu para penjual dan pembeli dapat bertemu untuk jual beli barang. Sedangkan pasar dalam arti yang luas yaitu dimana pertemuan antara para penjual dan pembeli untuk melaksanakan transaksi jual beli.

Pasar merupakan suatu tempat dimana para penjual dan pembeli dapat bertemu untuk melakukan jual beli barang. Penjual menawarkan barang dagangannya dengan harapan dapat laku terjual dan memperoleh uang sebagai gantinya. Penjual dan pembeli akan melakukan tawar-menawar harga hingga terjadi kesepakatan harga. Setelah kesepakatan harga dapat dilakukan, barang akan berpindah dari tangan para penjual ketangan pembeli. (Bintoro, 2010)

Pasar merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli. Dalam ilmu ekonomi pengertian pasar lebih luas daripada hanya sekedar tempat pertemuan antara penjual dan pembeli untuk mengadakan transaksi jual beli-barang/jasa. Pasar mencakup keseluruhan permintaan dan penawaran, seluruh kontak atau interaksi antara penjual dan pembeli untuk mempertukarkan barang dan jasa. (Yovita & Indrawati, 2014)

b. Fungsi Pasar

Pasar mempunyai lima fungsi utama sebagai berikut:

1) Pasar menetapkan nilai (*sets value*)

Dalam ekonomi pasar, harga merupakan ukuran nilai. Fungsi ini memecahkan masalah penentuan apa yang harus diproduksi oleh suatu perekonomian. Barang yang relatif lebih diinginkan oleh

masyarakat mempunyai tingkat harga yang relatif lebih tinggi dibandingkan dengan barang yang tidak diinginkan masyarakat. Produsen yang menghasilkan barang yang lebih diinginkan masyarakat akan memperoleh keuntungan yang lebih besar.

2) Pasar mengorganisasikan produksi

Dengan adanya harga-harga faktor produksi di pasar, maka akan mendorong produsen (*entrepreneur*) memilih metode produksi yang paling efisien. Dalam ilmu ekonomi dianggap bahwa antara faktor-faktor produksi selalu mempunyai kemungkinan substitusi. Bila harga suatu faktor produksi mengalami kenaikan di pasar, maka produsen akan berusaha mengadakan penghematan penggunaan faktor produksi tersebut dan mencoba menggantinya dengan faktor produksi pengganti yang lain yang harganya relatif lebih murah. Jadi fungsi pasar yang kedua ini memecahkan masalah bagaimana cara menghasilkan barang.

3) Pasar mendistribusikan barang

Hal ini menyangkut pertanyaan untuk siapa barang dihasilkan. Kemampuan seseorang untuk membeli barang tergantung pada pendapatannya. Pendapatan seseorang di samping tergantung pada berapa unit jumlah faktor produksi yang dimiliki juga tingkat harga faktor produksi tersebut di pasar. Pola distribusi pendapatan bersama-sama dengan tingkat harga barang di pasar akan menentukan pola distribusi barang dalam suatu masyarakat. Dengan menganggap pola pemilikan faktor produksi (*resource endowment*) dari suatu masyarakat pada suatu saat tertentu bentuknya, maka gerakan harga barang dan faktor produksi akan menentukan distribusi barang yang diproduksi kepada para warga masyarakat

4) Pasar berfungsi menyelenggarakan penjatahan (*rationing*)

Penjatahan adalah inti dari adanya harga, karena jumlah produksi yang tersedia dalam masyarakat untuk jangka waktu tertentu terbatas jumlahnya, maka jumlah tersebut haruslah dibagi-bagi

sehingga dapat “cukup” dalam jangka waktu tertentu . Barang yang jumlahnya relatif sedikit di dalam suatu perekonomian, maka tingkat harga barang tersebut di pasar tinggi. Tingginya tingkat harga barang tersebut akan membatasi tingkat konsumsi sekarang.

- 5) Pasar mempertahankan dan menyediakan barang dan jasa untuk yang akan datang

Tabungan (*saving*) dan investasi (*investment*) semuanya terjadi di pasar dan keduanya merupakan usaha mempertahankan dan mencapai kemajuan perekonomian. (Sudarman, 2013)

c. Jenis-Jenis Pasar

- 1) Jenis - jenis pasar menurut bentuk kegiatan

Jenis – jenis pasar berdasarkan bentuk kegiatan dibagi menjadi 2 yaitu sebagai berikut:

- a) Pasar Nyata

Pasar nyata merupakan sebuah pasar dimana terdapat berbagai jenis barang yang diperjualbelikan serta dapat dibeli oleh pembeli. Contoh dari pasar nyata ialah pasar swalayan dan pasar tradisional.

- b) Pasar Abstrak

Pasar abstrak merupakan sebuah pasar dimana terdapat para pedagang yang tidak menawarkan berbagai jenis barang yang dijual serta tidak membeli secara langsung, namun hanya menggunakan surat dagangan saja. Contoh dari pasar abstrak adalah pasar online, pasar modal, pasar valuta asing, dan pasar saham.

- 2) Jenis – jenis pasar menurut transaksi

Jenis – jenis pasar berdasarkan transaksi terbagi menjadi 2 bagian yaitu sebagai berikut:

- a) Pasar Tradisional

Pasar tradisional ialah pasar yang sifatnya tradisional dimana para pembeli dan penjual dapat saling tawar menawar secara

langsung. Berbagai jenis barang yang diperjualbelikan merupakan barang yang berupa barang kebutuhan pokok sehari-hari.

b) Pasar Modern

Pasar modern merupakan suatu pasar yang sifatnya modern dimana terdapat berbagai macam barang diperjual belikan dengan harga yang sudah pas dan dengan layanan sendiri. Tempat berlangsungnya pasar modern adalah di plaza, mal dan tempat-tempat yang lainnya.

3) Jenis - jenis pasar menurut jenis barang

Jenis – jenis pasar berdasarkan jenis barang terdiri dari 2 bagian yaitu sebagai berikut:

a) Pasar Barang

Konsumsi Pasar barang konsumsi merupakan suatu pasar yang memperjualbelikan berbagai jenis barang yang dapat dikonsumsi guna memenuhi kebutuhan hidup manusia.

b) Pasar Sumber Daya Produksi

Pasar sumber daya produksi merupakan suatu pasar yang memperjual belikan tentang faktor-faktor produksi, contohnya: tenaga kerja, mesin-mesin, tanah dan tenaga ahli.

4) Jenis – jenis pasar menurut waktu

Jenis – jenis pasar berdasarkan waktu terbagi menjadi beberapa bagian yaitu sebagai berikut:

a) Pasar Harian

Pasar harian ialah tempat pasar di mana merupakan pertemuan antara pembeli serta penjual yang dapat dilakukan setiap harinya. Pasar harian pada umumnya menjual berbagai jenis barang kebutuhan konsumsi, kebutuhan jasa, kebutuhan bahan-bahan mentah, dan kebutuhan produksi.

b) Pasar Mingguan

Pasar mingguan ialah pasar yang dilakukan setiap seminggu sekali. Biasanya pasar mingguan terdapat di daerah yang penduduknya masih, seperti di pedesaan.

c) Pasar Bulanan

Pasar bulanan ialah pasar yang dilakukan sebulan sekali, dan terdapat di daerah-daerah tertentu. Biasanya terdapat para pembeli di pasar tersebut yang membeli barang-barang tertentu dan kemudian dijual kembali, contoh pasar bulanan adalah pasar hewan.

d) Pasar Tahunan

Pasar tahunan ialah pasar yang diselenggarakan setiap satu tahun sekali. Pasar tahunan pada umumnya bersifat nasional serta diperuntukkan untuk promosi terhadap suatu produk baru. Contoh pasar tahunan : Pameran Pembangunan, Pekan Raya Jakarta dan lain sebagainya.

e) Pasar Temporer

Pasar temporer ialah pasar yang diselenggarakan pada waktu tertentu serta pasar temporer dapat terjadi secara tidak rutin. Pada umumnya, pasar temporer dibuka guna merayakan peristiwa tertentu. Contoh dari pasar temporer adalah Bazar.

5) Jenis – jenis pasar menurut jenis dagangannya

Jenis – jenis pasar berdasarkan dagangannya terdiri dari beberapa bagian diantaranya adalah:

a) Pasar umum

Merupakan pasar yang memperjual belikan barang-barang yang beraneka ragam. Adapun golongan jenis-jenis barang dagangan yang diperjualbelikan pada pasar umum adalah :

(1) Golongan A yaitu batu mulia, logam mulia, permata dan tekstil.

- (2) Golongan B yaitu batik, konveksi, pakaian tradisional, kerajinan, barang kelontong, barang pecah belah, plastik, obat-obatan, bahan - bahan kimia, bumbu - bumbu, bahan - bahan bangunan, daging dan ikan.
- (3) Golongan C yaitu beras, tepung terigu, ketan, jagung, gula pasir, teh, kopi, buah-buahan, minyak goreng, jahe, warung makan dan jajan pasar.
- (4) Golongan D yaitu kembang, anyam - anyaman, gerabah, barang - barang bekas (seperti sepatu, sandal, pakaian), barang - barang belas (seperti alat - alat elektronik) dan barang - barang bekas (bahan bangunan).

b) Pasar khusus

Merupakan pasar yang memperjualbelikan satu jenis barang dagangan saja, misalnya: pasar hewan, pasar rombongan, pasar bunga, pasar sepeda dan sebagainya. Adapun penggolongan jenis barang dagangan pada pasar khusus adalah :

- (1) Golongan A yaitu memperjual belikan kendaraan bermotor, ternak, sepeda.
- (2) Golongan B yaitu tanaman (bunga hias), bahan bangunan, hasil bumi dan furniture.

c) Pasar tempel

Merupakan jenis pasar umum yang secara formal tidak dikelola atau diakui oleh pemerintah daerah, akan tetapi secara fungsional telah berperan sebagai pasar dengan wilayah pelayanan tertentu. Pembagian jenis dagangan untuk penempatannya dalam golongan los-los, adalah:

- (1) Los Sayur : Sayur-sayuran, buah-buahan.
- (2) Los Pakaian : Tekstil, pakaian tradisional, batik, sepatu, tas, konveksi.
- (3) Los Kelontong : Kelontong, pecah - belah, barang - barang plastik.

- (4) Los Hasil Bumi : Beras, ketan, palawija, bahan kering - mentah.
- (5) Los Bumbon : Rempah-rempah, bumbu dapur, bahan jamu.
- (6) Los Daging : Macam - macam daging, hasil perikanan dan peternakan.
- (7) Los Campuran : Macam - macam dagangan termasuk makanan matang. (Belshaw Cyril S, 2017)

d. Pengertian Pasar Tradisional

Menurut Wicaksono & Nurvriasari pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan desaran yang terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Pasar tradisional cenderung menjual barang-barang lokal dan kurang ditemui barang impor, karena barang yang dijual dalam pasar tradisional cenderung sama dengan pasar modern, maka barang yang dijual pun kualitasnya relatif sama dengan pasar modern.

Pasar tradisional adalah sebuah tempat yang terbuka dimana terjadi proses transaksi jual beli yang dimungkinkan proses tawar-menawar. Pasar tradisional merupakan sektor perekonomian yang sangat penting bagi mayoritas penduduk Indonesia. Masyarakat miskin yang bergantung kehidupannya pada pasar tradisional tidak sedikit, menjadi pedagang dipasar tradisional merupakan alternatif pekerjaan ditengah banyaknya pengangguran diIndonesia. (Masitoh, 2013)

Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, swasta, koperasi atau swadaya masyarakat setempat dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda, dan sejenisnya, yang dimiliki dikelola oleh pedagang kecil menengah, dengan skala usaha kecil dan modal kecil, dengan proses jual beli melalui tawar menawar. (Permendagri, 2007)

e. Ciri – Ciri Pasar Tradisional

Ada beberapa ciri-ciri khusus mengenai pasar tradisional, dan ciri-ciri tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

- 1) Adanya sistem tawar menawar antara penjual dan pembeli. Tawar menawar ini adalah salah satu budaya yang terbentuk di dalam pasar.
- 2) Tempat usaha beragam dan menyatu dalam lokasi yang sama. Meskipun semua berada pada lokasi yang sama, barang dagangan setiap penjual menjual barang yang berbeda-beda. Adapun pengelompokan dagangan sesuai dengan jenis dagangannya seperti kelompok pedagang ikan, sayur, buah, bumbu, dan daging.
- 3) Sebagian besar barang dan jasa yang ditawarkan berbahan lokal. Barang dagangan yang dijual di pasar tradisional ini adalah hasil bumi yang dihasilkan oleh daerah tersebut.
- 4) letaknya yang strategis, dimana sebagian besar pasar tradisional terletak dekat wilayah pemukiman, biasanya komoditi yang diperdagangkan adalah komoditi kebutuhan hidup sehari-hari.
- 5) Pembayaran langsung kepada penjual, dalam pasar tradisional pedagang sibuk melayani pembeli, dan pembeli langsung melakukan pembayaran kontang kepada penjual.
- 6) Penataan barang-barang yang dijual masih kurang rapi dan sedikit berantakan. (Kurniawan, 2016)

f. Kelebihan dan Kelemahan Pasar Tradisional

- 1) Kelebihan Pasar Tradisional
 - a) Di pasar ini tidak terjadi monopoli pasar oleh produsen tertentu
 - b) Pendapatan para penjual cenderung merata, tergantung cara bernegosiasi dengan para pembeli
 - c) Kegiatan ekonomi pasar disini berlandaskan kejujuran

- d) Pemerintah tidak bisa melakukan intervensi terhadap operasional di pasar ini
 - e) Penjual dapat masuk dan keluar pasar dengan mudah
- 2) Kekurangan Pasar Tradisional
- a) Pertumbuhan ekonomi di pasar ini termasuk cukup lambat
 - b) Tidak ada inovasi didalam pasar sehingga kualitas produk dan layanan cenderung tidak berkembang
 - c) Jenis pasar ini sangat terikat dengan budaya setempat sehingga sulit untuk berubah
 - d) Produk yang dijual terbatas karena bergantung pada hasil kekayaan alam, misalnya sayuran, ternak, dan bahan baku makanan lainnya.
 - e) Nilai harga suatu barang pada pasar ini didasarkan pada proses tawar-menawar dan tidak ada standar bakunya.

g. Manfaat Pasar Tradisional

- 1) Pasar tradisional buka lebih awal dari pada tempat belanja lainnya aktifitasnya cukup unik. Ketika masih banyak tempat belanja lain yang masih tutup atau belum buka, pasar tradisional dibuka lebih awal. Biasanya pedagang pasar tradisional telah membuka warung mereka dari fajar. Kegiatan ini memudahkan pembeli yang ingin mencari bahan masakan atau bahan untuk dikulak. Seperti penjual bahan makanan yang membeli barang dagangan ke pasar tradisional sebelum matahari terbit dan setelah itu ia akan menjual barang dagangannya. Selain itu, pemilik tempat makan yang membutuhkan bahan untuk memasak lebih memilih pasar tradisional sebagai tempat yang tepat untuk berbelanja.

- 2) Harga jauh lebih murah.

Tidak hanya menguntungkan dari segi waktu ketika kita membutuhkannya. Tetapi juga tentang harga pasar tradisional sendiri, menyediakan barang dagangan dengan harga murah dibandingkan dengan tempat belanja lainnya.

- 3) Bisa menawar

Harga murah oleh penjual tetapi masih bisa dikurangi untuk lebih murah atau ditawar.

4) Bisa lebih akrab dengan penjual

Proses tawar-menawar dan transaksi di pasar tradisional membuat kita akrab dan dikenal oleh penjual dan sebaliknya.

5) Berbelanja di pasar tradisional berarti meningkatkan ekonomi rakyat kecil dan mencintai produsen lokal. Pasar tradisional dipenuhi dengan pedagang kecil. Karena banyaknya supermarket yang merajalela, terutama di kota-kota besar. (Angkasawati & Devi Milasari, 2021)

B. Kajian Penelitian Yang Relevan

1. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Aas Asmayawati, (2019) dalam penelitian yang berjudul **“Tingkat Pemahaman Masyarakat Kaligandu Kota Serang Banten Terhadap Asuransi Syariah (Studi Deskriptif Pada Masyarakat Kaligandu Kota Serang Banten)”**. Penelitian ini menggunakan metode berupa analisis, melalui kuesioner. Dan diolah dengan menggunakan tabulasi, yaitu penyusunan data ke dalam bentuk tabel. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang diuraikan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa responden sebanyak 362 orang rata-rata responden menjawab tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa kurang pengetahuannya dan pemahaman serta kesadaran masyarakat terhadap asuransi syariah. Ketidak pahaman masyarakat dikarenakan kurangnya perhatian dan edukasi yang mendalam mengenai asuransi syariah kepada masyarakat. Yang mana usaha jasa asuransi syariah adalah sarana proteksi perlindungan resiko untuk membantu dan melindungi seseorang dimasa mendatang yang penuh ketidakpastian.

Persamaan dengan penelitian sebelumnya sama–sama menggunakan metode kuantitatif dan instrumen likert, sedangkan perbedaannya terletak pada objek dan lokasi penelitian.

2. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurazizah Binti Lidali, (2022) dalam penelitian yang berjudul **“Analisis Tingkat Pemahaman Mahasiswa**

Program Studi Ekonomi Islam Terhadap Konsep Akad Ijarah Dalam Ekonomi Islam". Tujuan penelitian ini merupakan jenis penelitian bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui analisis tingkat pemahaman mahasiswa program studi ekonomi islam terhadap konsep ijarah dalam ekonomi Islam. Sampel ini diambil dari Prodi Ekonomi Islam. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang diperoleh dari kusioner yang dibagikan dengan masalah yang diteliti. Pengumpulan data dilakukan dengan pembagian kusioner. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup data primer dan data sekunder . instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode skala *Likert*. Berdasarkan hasil penelitian data dengan menggunakan perhitungan statistik melalui aplikasi *Statistic Package for the Social Science* (SPSS) versi 26 mengenai analisis tingkat pemahaman mahasiswa program studi ekonomi islam yang telah dibahas dari bab sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan penting yaitu konsep akad ijarah berpengaruh positif signifikan terhadap pemahaman mahasiswa program studi ekonomi islam terhadap konsep akad ijarah cukup tinggi.

Persamaan dengan penelitian sebelumnya sama-sama mengangkat tingkat pemahaman, sedangkan perbedaannya terletak pada objek dan lokasi penelitian.

3. Hasil penelitian yang dilakukan Diya Suzana, (2016) dengan judul skripsi **“Tingkat Pemahaman Masyarakat Nagari Pariangan Terhadap Baitul Maal wa Tamwil (BMT)”** Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field reseach*) yang bersifat deskriptif kuantitatif, sebagai fasilitator atau penunjang yaitu melihat seberapa besar tingkat pemahaman masyarakat Nagari Pariangan terhadap *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT). Data dikumpulkan dengan menggunakan kusioner yang dilakukan kepada responden. Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan di Nagari Pariangan, maka dapat disimpulkan bahwa Masyarakat Nagari Pariangan masih sedikit yang menjawab tahu bahwa *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT)

merupakan mitra bisnis dengan sistem bagi hasil sangat sedikit yaitu 15%. Sedangkan, masyarakat Nagari Pariangan yang tidak tahu BMT merupakan mitra bisnis dengan sistem bagi hasil cukup bantak yaitu 51%. Masyarakat Nagari Pariangan sudah cukup banyak yang menjawab tahu terhadap tujuan dan manfaat *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) yaitu sebanyak 43% dan masyarakat Nagari Pariangan yang masih ragu-ragu sangat sedikit yaitu sebanyak 15%. Sedangkan, masyarakat Nagari Parianagan yang tidak tahu terhadap tujuan dan manfaat BMT cukup banyak yaitu 42%.

Persamaan dengan penelitian sebelumnya sama-sama menggunakan metode kuantitatif, sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah (*fiel research*) atau penelitian lapangan yaitu jenis penelitian yang dilakukan pada pedagang pasar Sungayang. Adapun jenis metode penelitian yang peneliti gunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Penelitian kuantitatif dengan format deskriptif bertujuan untuk menjelaskan, meringkas, berbagai kondisi, berbagai situasi yang timbul di pedagang yang menjadi objek penelitian itu berdasarkan apa yang terjadi. Dalam penelitian ini penulis mengamati pemahaman pedagang di pasar Sungayang tentang transaksi bisnis berdasarkan etika bisnis Islam.

B. Latar dan Waktu Penelitian

Tempat dilakukan penelitian ini adalah Pasar Sungayang, Kecamatan Sungayang, Kabupaten Tanah Datar. Sedangkan waktu pra penelitian terhitung mulai bulan Desember 2022.

**Tabel 3. 1
Rancangan Waktu Penelitian**

Bulan Dan Tahun												
No	Uraian Kegiatan	No 22	De 22	Ja 23	Fe 23	Ma 23	Ap 23	Me 23	Jun 23	Jul 23	Ag 23	Se 23
1	Survei Awal											
2	Pembuatan Proposal Skripsi											
3	Bimbingan Proposal											

N: Jumlah Populasi

E : Nilai Kritis (Batas Ketelitian) yang diinginkan (persentase kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel)

Dalam hal ini peneliti mengambil batasan kesalahan yang terjadi dalam penelitian ini adalah 10%, sehingga jumlah sampel dari populasi diketahui dari perhitungan berikut ini:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ &= \frac{273}{1 + (273.10\%^2)} \\ &= \frac{273}{1+2,73} \\ &= 73,2 \\ &= 73 \text{ orang} \end{aligned}$$

Berdasarkan rumus tersebut didapatkan sampel sebanyak 73 orang dengan teknik pengambilan sampel dengan cara *sampling accidental* yaitu teknik pengambilan sampel secara kebetulan.

D. Pengembangan Instrumen

Intrumen yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan yang digunakan untuk memperoleh data dari responden dalam arti laporan tentang hal-hal yang perlu diketahui. Kemudian penulis menyusun instrumen itu dan dianalisis, sehingga diperoleh instrumen yang akurat (*valid*) dan andal (*realibel*). Selain itu intrumen juga diukur dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian atau gejala sosial.

Tabel 3. 2
Skor kusioner skala likert

No	Pilihan Jawaban	Nilai / Skor
1	Sangat Tidak Paham (STP)	1
2	Tidak Paham (TP)	2
3	Ragu- Ragu (R)	3
4	Paham(P)	4
5	Sangat Paham (SP)	5

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh data yang lengkap sehingga memberikan gambaran yang terkait dengan kegiatan penelitian yang dilakukan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket / kusioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kusioner sendiri digunakan untuk mengungkap pemahaman pedagang dipasar Sungayang berdasarkan etika bisnis Islam.

F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data dari tiap yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Untuk penelitian yang tidak merumuskan hipotesis, langkah terakhir tidak dilakukan.

Menurut Bhote (1996) tingkat pemahaman responden secara menyeluruh dapat dilihat dari kriteria kepuasan konsumen . adapun kriterianya sebagai berikut:

Tabel 3. 3
Interpretasi Pencapaian Responden

NO	Persentase	Interpretasi Responden
1	0,00 - 0,34	Tidak Paham
2	0,35 - 0,50	Kurang Paham
3	0,51 - 0,65	Cukup Paham
4	0,66 - 0,80	Paham
5	0,81 - 1,00	Sangat Paham

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Nagari Sungayang Kecamatan Sungayang Kabupaten Tanah Datar

1. Asal Usul Nagari Sungayang

Nama nagari sungayang berasal dari nama sebuah sungai yang selalu mengeluarkan suara mengiang-ngiang setiap malam. Karena selalu mengeluarkan suara yang mengiang-ngiang maka penduduk menamakan sungai ini dengan “Sungai Mangiang” dan daerah sekitarnya juga disebut Sungai Mangiang. Lama kelamaan istilah Sungai Mangiang berubah menjadi “*Sungayang*” sampai sekarang sungai kecil itu masih ada yang bernama Batang Ngoyang. Nagari Sungayang secara adat termasuk diantara nagari yang tertua didalam Minangkabau, pada awalnya bernama Nagari Tanjung Sungayang dengan daerah: Singkayang, Sawah Liek, Sungayang, Tanjung, Talago, Sungai Patai, Andaleh Baruh Bukit.

Pada tahun 1856 berdasarkan keputusan Regen Belanda di Batusangkar, Nagari Tanjung Sungayang dimekarkan menjadi nagari:

- a. Daerah Singkayan dan Sawah Liek masuk Nagari Minangkabau.
- b. Daerah Andaleh dan Baruh Bukit menjadi satu nagari yang bernama Andaleh Baruh Bukit.
- c. Daerah Talago dan Sungai Patai menjadi Sungai Patai.
- d. Daerah Sungayang dan Tanjung menjadi satu Nagari, yang namanya tetap Tanjung Sungayang.

Kemudian pada tahun 1896 berdasarkan keputusan Pemerintah Belanda, nagari Tanjung Sungayang dipecah menjadi 2 (dua) Nagari, yaitu Nagari Sungayang dan Nagari Tanjung. Semenjak itu Sungayang secara Pemerintahan menjadi Nagari Sungayang sampai saat ini.

2. Pembangunan Sarana di Nagari Sungayang

Pada tahun 1911, awal Pemerintahan Nagari Muhammad Nur Dt. Gadang Majo Lelo ditetapkan arah pembangunan Nagari Sungayang. Pada tahun tersebut diputuskan untuk membangun Mesjid Nagari, Balai Adat Nagari, Pasar, Kantor Kepala Nagari.

- a. Pembangunan mesjid diketuai oleh H. Abdul Halim, Kampung Mandahiling 8. Pembangunan mesjid selesai pada tahun 1916, diresmikan hari Jum'at tanggal 27 Desember 1916.
- b. Pembangunan Balai Adat dikoordinir oleh Datuak ka ampek suku, selesai dibangun pada tahun 1915.
- c. Pembangunan Pasar Balai Senin dikoordinir oleh Kepala Nagari, selesai pada tahun 1913.
- d. Pembangunan Kantor Kepala Nagari selesai pada tahun 1913, dibangun di lokasi Puskesmas sekarang ini.
- e. Lapangan didepan kantor Kepala Nagari dan Balai Adat dijadikan sebagai permainan sepak rago dan keramaian anak nagari, Lapangan ini diberi nama "Pamedanan Bungo Setangkai".

3. Kondisi Nagari

a. Luas Wilayah

Nagari Sungayang merupakan salah satu dari 5 Nagari yang ada di Kecamatan Sungayang dengan luas wilayah lebih kurang 905 Ha yang terdiri dari 5 (lima) Jorong sebagai berikut:

- 1) Jorong Taratak Indah
- 2) Jorong Galanggang Tengah
- 3) Jorong Balai Gadang
- 4) Jorong Balai Diateh
- 5) Jorong Sianau Indah

Berdasarkan ketinggian, Nagari Sungayang terletak pada ketinggian antara 600 s/d 800 meter diatas permukaan laut.

b. Batas-Batas Sungayang

Secara Administratif Nagari Sungayang bebatasan dengan:

- 1) Sebelah Utara dengan Sumanik dan Sungai Patai
- 2) Sebelah Selatan dengan Nagari Minangkabau
- 3) Sebelah Timur dengan Nagari Tanjung
- 4) Sebelah Barat dengan Nagari Sungai Tarab

4. Visi dan Misi Nagari Sungayang

a. Visi Nagari Sungayang

Visi adalah cara pandang jauh ke depan. Kemana dan bagaimana Nagari Sungayang harus dibawa dan berkarya agar tetap konsisten, antisipatif, inovatif dan produktif. Suatu gambaran keadaan masa depan yang diinginkan Nagari Sungayang dalam jangka panjang.

Visi Nagari Sungayang adalah ***“Terwujudnya Nagari Sungayang yang MULIA (Maju, Unggul, Lestari, Inovatif dan Agamis) dalam nilai-nilai luhur Adat Basandi Syara’, Syara’ Basandi Kitabullah”***.

b. Misi Nagari Sungayang

Misi merupakan pernyataan apa yang harus dicapai dan kegiatan-kegiatan spesifik yang harus dilaksanakan. Misi dipandang sebagai pemberi inspirasi sekaligus motivasi maka misi dipandang sebagai acuan dalam mengambil keputusan-keputusan manajemen.

Berdasarkan visi yang telah ditetapkan maka misi Nagari Sungayang sebagai berikut:

- 1) Menyelenggarakan tata pemerintah yang baik, bersih, transparan, dan profesional.
- 2) Memaksimalkan fungsi dan peranan Badan Usaha Milik Nagari (BUMNAG) dalam menghidupkan perekonomian masyarakat.
- 3) Peningkatan pembangunan infrastruktur yang berkelanjutan dan berwawasan lingkungan.
- 4) Peningkatan ekonomi masyarakat berbasis kerakyatan dengan mengoptimalkan sumber daya yang ada di Nagari.

- 5) Peningkatan Sumber Daya Manusia (SDM) serta pemahaman dan pengalaman norma-norma Agama dan Adat Istiadat.
- 6) Peningkatan peran masyarakat dan Generasi Muda serta Perantau untuk membangun dan memajukan Nagari.

B. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini tujuan yang ingin dicapai oleh penulis adalah melihat seberapa tingkat pemahaman pedagang dipasar Sungayang tentang transaksi bisnis berdasarkan etika bisnis Islam.

Dalam pelaksanaan penelitian ini yang penulis teliti pada pedagang di pasar Sungayang ditetapkan 73 orang responden, kusioner ini dibagikan langsung kepada nasabah dalam bentuk pertanyaan dan semuanya bisa diolah lebih lanjut.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 1
Jenis Kelamin

NO	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
1	Laki-Laki	30	41,10%
2	Perempuan	43	59,90%

Sumber :Data Primer diolah 2023

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat dilihat bahwa sebagianbesar responden berjenis kelamin perempuan yang berjumlah 43 orang (59,90%) selebihnya berjenis kelamin laki-laki dengan responden 30 orang (41,10%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas yang menjadi responden berjenis kelamin perempuan, yaitu sebanyak 43 orang (59.90%).

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Tabel 4. 2
Umur

NO	Umur	Jumlah Responden	Persentase
1	20 – 30	2	2,70%
2	31 – 40	10	13,70%
3	41 – 50	25	34,20%
4	51 – 60	22	30,10%
5	61 - 70	14	19,20%

Sumber :Data Primer diolah 2023

Berdasarkan tabel diatas menyatakan bahwa klasifikasi responden berdasarkan umur yaitu, umur 20-30 tahun, 31-40 tahun, umur 41-50 tahun, umur 51-60 tahun, 61-70 tahun. Dari hasil penyebaran kusioner diperoleh 20-30 tahun sebanyak 2 orang responden atau 2,70%, umur 31-40 tahun sebanyak 10 orang responden atau 13,70%, 41-50 tahun sebanyak 25 orang responden atau 34,20%, umur 51-60 tahun sebanyak 22 orang responden atau 30,10%, umur 61-70 tahun sebanyak 14 orang responden atau 19,20%.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4. 3
Pekerjaan

NO	Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
1	Pedagang Cabai	5	6,80%
2	Pedagang Daging	3	4,10%
3	Pedagang Santan	1	1,40%

4	Pedagang Kerupuk	3	4,10%
5	Pedagang Tapai	1	1,40%
6	Pedagang Kacang	1	1,40%
7	Pedagang Sayur	4	5,50%
8	Pedagang Ikan Asin	4	5,50%
9	Pedagang Layang-Layang	1	1,40%
10	Pedagang Ikan	4	5,50%
11	Pedagang Buah	4	5,50%
12	Pedagang Tahu Tempe	3	4,10%
13	Pedagang Ayam	4	5,50%
14	Pedagang Es	1	1,40%
15	Pedagang Mainan	5	6,80%
16	Pedagang Sate	3	4,10%
17	Pedagang Wajan	1	1,40%
18	Pedagang Martabak	1	1,40%
19	Pedagang Baju	2	2,70%
20	Pedagang Emas	1	1,40%
21	Pedagang Gorengan	1	1,40%
22	Pedagang Pempek	1	1,40%
23	Pedagang Jilbab	3	4,10%

24	Pedagang Speaker	1	1,40%
25	Pedagang Lontong	1	1,40%
26	Pedagang Gulai Kambing	1	1,40%
27	Pedagang Telur	1	1,40%
28	Pedagang Aksesoris Kecantikan	1	1,40%
29	Pedagang Jengkol	1	1,40%
30	Pedagang Peralatan Rumah Tangga	1	1,40%
31	Pedagang Kosmetik	1	1,40%
32	Pedagang Sembako	3	4,10%
33	Pedagang Bumbu dan Rempah	2	2,70%
34	Pedagang Sandal	1	1,40%
35	Pedagang Sosis	1	1,40%
36	Pedagang Kelapa	1	1,40%

Sumber :Data Primer diolah 2023

Berdasarkan persentase tabel 4.3, menyatakan bahwa klasifikasi responden berdasarkan pekerjaan responden diperoleh data pedagang cabai sebanyak 5 orang atau 6,80%, pedagang daging sebanyak 3 orang atau 4,10%, pedagang santan sebanyak 1 orang atau 1,40%, pedagang kerupuk sebanyak 3 orang atau 4,10%, pedagang tapai sebanyak 1 orang atau 1,40%, pedagang kacang sebanyak 1 orang atau

1,40%, pedagang sayur sebanyak 4 orang atau 5,50%, pedagang ikan asin sebanyak 4 orang atau 5,50%, pedagang layang-layang sebanyak 1 orang atau 1,40%, pedagang ikan sebanyak 4 orang atau 5,50%, pedagang buah sebanyak 4 orang atau 5,50%, pedagang tahu tempe sebanyak 3 orang atau 4,10%, pedagang ayam sebanyak 4 orang atau 5,50%, pedagang es sebanyak 1 orang atau 1,40%, pedagang mainan sebanyak 5 orang atau 6,80%, pedagang sate sebanyak 3 orang atau 4,10%, pedagang wajan sebanyak 1 orang atau 1,40%, pedagang martabak sebanyak 1 orang atau 1,40%, pedagang baju sebanyak 2 orang atau 2,70%, pedagang emas sebanyak 1 orang atau 1,40%, pedagang gorengan sebanyak 1 orang atau 1,40%, pedagang pempek sebanyak 1 orang atau 1,40%, pedagang jilbab sebanyak 3 orang atau 4,10%, pedagang speaker sebanyak 1 orang atau 1,40%, pedagang lontong sebanyak 1 orang atau 1,40%, pedagang gulai kambing sebanyak 1 orang atau 1,40%, pedagang telur sebanyak 1 orang atau 1,40%, pedagang aksesoris kecantikan sebanyak 1 orang atau 1,40%, pedagang jengkol sebanyak 1 orang atau 1,40%, pedagang peralatan rumah tangga sebanyak 1 orang atau 1,40%, pedagang kosmetik sebanyak 1 orang atau 1,40%, pedagang sembako sebanyak 3 orang atau 4,10%, pedagang bumbu dan rempah sebanyak 2 orang atau 2,70%, pedagang sandal sebanyak 1 orang atau 1,40%, pedagang sosis sebanyak 1 orang atau 1,40%, pedagang kelapa sebanyak 1 orang atau 1,40%.

2. Deskriptif Data

a. Pemahaman Tentang Bisnis

Tabel 4. 4
Pernyataan 1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 (Sangat Tidak Paham)	-	-	-	-
2 (Tidak Paham)	-	-	-	-
3 (Ragu - Ragu)	-	-	-	-
4 (Paham)	24	32,9	32,9	32,9
5 (Sangat Paham)	49	67,1	67,1	100
Total	73	100	100	

Sumber : Data Primer diolah 2023

Pernyataan pertama mengenai pemahaman bisnis / usaha yang dirintis, didapatkan hasil bahwa dari total 73 responden 24 pedagang (32,9%) menjawab “Paham”, dan 49 pedagang (67,1%) menjawab “Sangat Paham”. Dari total 73 responden pedagang di pasar Sungayang cukup banyak menjawab sangat paham, itu artinya pedagang di pasar Sungayang memahami tentang bisnis.

Tabel 4. 5
Pernyataan 2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 (Sangat Tidak Paham)	-	-	-	-
2 (Tidak Paham)	-	-	-	-
3 (Ragu - Ragu)	-	-	-	-
4 (Paham)	28	38,4	38,4	38,4
5 (Sangat Paham)	45	61,6	61,6	100
Total	73	100	100	

Sumber : Data Primer diolah 2023

Pernyataan kedua mengenai pemahaman produk yang diminati konsumen, didapatkan hasil bahwa dari total 73 responden 28 pedagang (38,4%) menjawab “Paham”, dan 45 pedagang (61,6%) menjawab “Sangat Paham”. Dari total 73 pedagang di pasar Sungayang cukup banyak menjawab sangat paham itu artinya pedagang mengetahui produk yang diminati konsumen.

Tabel 4. 6
Pernyataan 3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 (Sangat Tidak Paham)	-	-	-	-
2 (Tidak Paham)	-	-	-	-

3 (Ragu - Ragu)	-	-	-	-
4 (Paham)	37	50,7	50,7	50,7
5 (Sangat Paham)	36	49,3	49,3	100
Total	73	100	100	

Sumber : Data Primer diolah 2023

Pernyataan ketiga pengalaman dalam berbisnis didapatkan hasil 73 responden 37 pedagang (50,7%) menjawab “Paham” dan 36 pedagang (49,3%) menjawab “Sangat Paham”. Dari total 73 responden pedagang di pasar Sungayang cukup banyak menjawab paham itu artinya pedagang di pasar Sungayang memiliki pengalaman dalam berbisnis.

Tabel 4. 7
Pernyataan 4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 (Sangat Tidak Paham)	-	-	-	-
2 (Tidak Paham)	-	-	-	-
3 (Ragu - Ragu)	1	1,4	1,4	1,4
4 (Paham)	40	54,8	54,8	56,2
5 (Sangat Paham)	32	43,8	43,8	100
Total	73	100	100	

Sumber : Data Primer diolah 2023

Pernyataan keempat memahami cara mengelola bisnis, didapatkan hasil bahwa dari total 73 responden 1 pedagang (1,4%)

menjawab “Ragu-Ragu”, 40 pedagang (54,8%) menjawab “Paham”, 32 pedagang (43,8%) menjawab “ Sangat Paham”. Dari total 73 responden cukup banyak menjawab pahamitu artinya pedagang di pasar Sungayang mengetahui cara mengelola bisnis.

Tabel 4. 8
Pernyataan 5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 (Sangat Tidak Paham)	-	-	-	-
2 (Tidak Paham)	-	-	-	-
3 (Ragu - Ragu)	-	-	-	-
4 (Paham)	44	60,3	60,3	60,3
5 (Sangat Paham)	29	39,7	39,7	100
Total	73	100	100	

Sumber : Data Primer diolah 2023

Pernyataan kelima mengenai mengatasi kesulitan dalam berbisnis di pasar Sungayang, didapatkan hasil bahwa dari total 73 responden 44 pedagang (60,3%) menjawab “Paham”, dan 29 pedagang (39,7%) menjawab “Sangat Paham”. Dari total 73 responden pedagang di pasar Sungayang cukup banyak menjawab paham, artinya pedagang tersebut mampu mengatasi kesulitan dalam berbisnis.

Tabel 4. 9
Pernyataan 6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 (Sangat Tidak Paham)	-	-	-	-
2 (Tidak Paham)	-	-	-	-
3 (Ragu - Ragu)	2	2,7	2,7	2,7
4 (Paham)	39	53,4	53,4	56,2
5 (Sangat Paham)	32	43,8	43,8	100
Total	73	100	100	

Sumber : Data Primer diolah 2023

Pernyataan keenam mengenai keberanian pedagang di pasar Sungayang dalam mengambil sebuah resiko, didapatkan hasil dari total 73 responden 2 pedagang (2,7%) menjawab “Ragu-Ragu”, 39 pedagang (53,4%) menjawab “Paham”, dan 32 pedagang (43,8) menjawab “Sangat Paham”. Dari Total 73 responden pedagang di pasar Sungayang cukup banyak menjawab paham, artinya pedagang berani mengambil resiko dalam sebuah bisnis.

Tabel 4. 10
Pernyataan 7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 (Sangat Tidak Paham)	-	-	-	-
2 (Tidak Paham)	-	-	-	-

3 (Ragu - Ragu)	-	-	-	-
4 (Paham)	42	57,5	57,5	57,5
5 (Sangat Paham)	31	42,5	42,5	100
Total	73	100	100	

Sumber : Data Primer diolah 2023

Pernyataan ketujuh mengenai kemampuan pedagang dalam mengelola bisnisnya, didapatkan hasil bahwa dari total 73 responden 42 pedagang (57,5%) menjawab “Paham”, 31 pedagang (42,5%) menjawab “Sangat Paham”. Dari total 73 responden pedagang di pasar Sungayang banyak menjawab paham, artinya pedagang mampu mengelola bisnisnya sendiri.

Tabel 4. 11
Pernyataan 8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 (Sangat Tidak Paham)	1	1,4	1,4	1,4
2 (Tidak Paham)	10	13,7	13,7	15,1
3 (Ragu - Ragu)	18	24,7	24,7	39,7
4 (Paham)	35	47,9	47,9	87,7
5 (Sangat Paham)	9	12,3	12,3	100
Total	73	100	100	

Sumber : Data Primer diolah 2023

Pernyataan kedelapan mengenai keberanian pedagang menaruh harga lebih tinggi, didapatkan hasil bahwa dari total 73 responden 1

pedagang (1,4%) menjawab “ Sangat Tidak Paham”, 10 pedagang (13,7%) menjawab “Tidak Paham”, 18 pedagang (24,7%) menjawab “Ragu-Ragu”, 35 pedagang (47,9%) menjawab “Paham”, dan 9 pedagang (12,3%) menjawab “ Sangat Paham”. Dari total 73 responden cukup banyak yang menjawab paham, artinya pedagang berani menaruh harga lebih tinggi sesuai kualitas dagangannya.

Tabel 4. 12
Pernyataan 9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 (Sangat Tidak Paham)	-	-	-	-
2 (Tidak Paham)	2	2,7	2,7	2,7
3 (Ragu - Ragu)	1	1,4	1,4	4,1
4 (Paham)	56	76,7	76,7	80,8
5 (Sangat Paham)	14	19,2	19,2	100
Total	73	100	100	

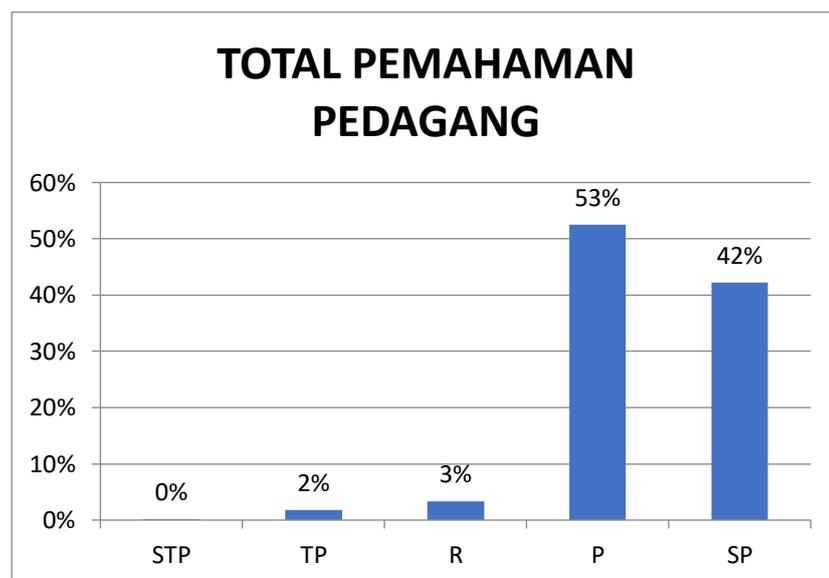
Sumber : Data Primer diolah 2023

Pernyataan kesembilan mengenai pedagang memanfaatkan peluang usaha yang ada, didapatkan hasil bahwa dari total 73 responden 2 pedagang (2,7%) menjawab “Tidak Paham”, 1 pedagang (1,4%) menjawab “Ragu-Ragu”, 56 pedagang (76,7%) menjawab “Paham”, 14 pedagang (19,2%) menjawab “Sangat Paham”. Dari total 73 responden pedagang banyak yang menjawab paham, artinya pedagang di pasar Sungayang memahami peluang usaha yang ada.

Tabel 4. 13
Total pemahaman pedagang tentang bisnis

Pernyataan	Jumlah	Persentase
STP	1	0,15
TP	12	1,83
R	22	3,35
P	345	52,51
SP	277	42,16
Jumlah	657	100

Berdasarkan tabel 5.0 dapat diketahui jawaban responden dari pernyataan kusioner pemahaman tentang bisnis adalah, sangat tidak paham 0,15%, tidak paham 1,83%, ragu-ragu 3,35%, paham 52,51%, sangat paham 42,16%. Maka dapat disimpulkan tingkat pemahaman pedagang berdasarkan pemahaman tentang bisnis yaitu 52,51% dengan kategori cukup puas.



Gambar 4. 1
Total tingkat pemahaman pedagang tentang bisnis

b. Pemahaman Tentang Etika Bisnis Islam

Tabel 4. 14
Pernyataan 1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 (Sangat Tidak Paham)	-	-	-	-
2 (Tidak Paham)	-	-	-	-
3 (Ragu - Ragu)	-	-	-	-
4 (Paham)	12	16,4	16,4	16,4
5 (Sangat Paham)	61	83,6	83,6	100
Total	73	100	100	

Sumber : Data Primer diolah 2023

Pernyataan pertama mengenai etika dalam berbisnis, didapatkan hasil bahwa dari total 73 responden 12 pedagang (16,4%) menjawab “Paham”, 61 pedagang (83,6) menjawab “Sangat Paham”. Dari total 73 responden pedagang cukup banyak menjawab sangat puas, artinya pedagang mengetahui etika dalam berbisnis.

Tabel 4. 15
Pernyataan 2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 (Sangat Tidak Paham)	-	-	-	-
2 (Tidak Paham)	-	-	-	-

3 (Ragu - Ragu)	-	-	-	-
4 (Paham)	18	24,7	24,7	24,7
5 (Sangat Paham)	55	75,3	75,3	100
Total	73	100	100	

Sumber : Data Primer diolah 2023

Pernyataan kedua mengenai bersikap amanah dalam menjalankan bisnis, didapatkan hasil bahwadari total 73 pedagang dipasar Sungayang 18 pedagang (24,7%) menjawab “Paham”, dan pedagang yang menjawab “Sangat Paham” 55 pedagang (75,3%). Dari total 73 respondenpedagang di pasar Sungayang cukup banyak menjawab sangat paham, artinya pedagang mengetahui bersikap amanah dalam menjalankan bisnis.

Tabel 4. 16
Pernyataan 3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 (Sangat Tidak Paham)	-	-	-	-
2 (Tidak Paham)	-	-	-	-
3 (Ragu - Ragu)	-	-	-	-
4 (Paham)	24	32,9	32,9	32,9
5 (Sangat Paham)	49	67,1	67,1	100
Total	73	100	100	

Sumber : Data Primer diolah 2023

Pernyataan ketiga mengenai persaingan bisnis yang sehat, didapatkan hasil bahwa dari 73 responden 24 pedagang (32,9%) menjawab “Paham”, dan pedagang yang menjawab “Sangat Paham” ada 49 pedagang (67,1%). Dari total 73 responden pedagang di pasar Sungayang cukup banyak yang menjawab sangat paham, artinya pedagang mengetahui bagaimana melakukan persaingan bisnis dengan sehat.

Tabel 4. 17
Pernyataan 4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 (Sangat Tidak Paham)	-	-	-	-
2 (Tidak Paham)	-	-	-	-
3 (Ragu - Ragu)	1	1,4	1,4	1,4
4 (Paham)	39	53,4	53,4	54,8
5 (Sangat Paham)	33	45,2	45,2	100
Total	73	100	100	

Sumber : Data Primer diolah 2023

Pernyataan keempat mengenai berbisnis untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT, didapatkan hasil bahwa dari total 73 responden 1 pedagang menjawab “Ragu-Ragu”, 39 pedagang (53,4%) menjawab “Paham”, dan pedagang yang menjawab “Sangat Paham” 33 pedagang (45,2%). Dari total 73 responden pedagang di pasar Sungayang cukup banyak yang menjawab paham, artinya pedagang memahami berbisnis semata-mata mendekatkan diri kepada Allah SWT.

Tabel 4. 18
Pernyataan 5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 (Sangat Tidak Paham)	-	-	-	-
2 (Tidak Paham)	-	-	-	-
3 (Ragu - Ragu)	-	-	-	-
4 (Paham)	44	60,3	60,3	60,3
5 (Sangat Paham)	29	39,7	39,7	100
Total	73	100	100	

Sumber : Data Primer diolah 2023

Pernyataan kelima mengenai perlakuan pedagang terhadap konsumen, didapatkan hasil bahwa dari total 73 responden 44 pedagang (60,3%) menjawab “Paham”, dan 29 pedagang (39,7) menjawab “Sangat Paham”. Dari total 73responden pedagang di pasar Sungayang banyak menjawab paham, artinya pedagang mengetahui memperlakukan konsumen secara adil.

Tabel 4. 19
Pernyataan 6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 (Sangat Tidak Paham)	-	-	-	-
2 (Tidak Paham)	-	-	-	-

3 (Ragu - Ragu)	-	-	-	-
4 (Paham)	39	53,4	53,4	53,4
5 (Sangat Paham)	34	46,6	46,6	100
Total	73	100	100	

Sumber : Data Primer diolah 2023

Pernyataan keenam mengenai kejujuran sangat penting dalam menjalankan bisnis, didapatkan hasil bahwa dari total responden 73 pedagang 39 pedagang (53,4%) menjawab “Paham”, dan 34 pedagang (46,6%) menjawab “Sangat Paham”. Dari total 73 responden pedagang di pasar Sungayang banyak menjawab paham, artinya pedagang mengetahui kejujuran sangat penting dalam menjalankan bisnis.

Tabel 4. 20
Pernyataan 7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 (Sangat Tidak Paham)	-	-	-	-
2 (Tidak Paham)	-	-	-	-
3 (Ragu - Ragu)	-	-	-	-
4 (Paham)	37	50,7	50,7	50,7
5 (Sangat Paham)	36	49,3	49,3	100
Total	73	100	100	

Sumber : Data Primer diolah 2023

Pernyataan ketujuh mengenai tanggung jawab dalam menjalankan bisnis, didapatkan hasil bahwa dari total 73 responden 37 pedagang menjawab “Paham”, dan pedagang yang menjawab “Sangat Paham” 36 pedagang (49,3). Dari total 73 responden pedagang banyak menjawab paham, artinya pedagang mengetahui dalam berbisnis harus bertanggung jawab.

Tabel 4. 21
Pernyataan 8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 (Sangat Tidak Paham)	-	-	-	-
2 (Tidak Paham)	-	-	-	-
3 (Ragu - Ragu)	-	-	-	-
4 (Paham)	39	53,4	53,4	53,4
5 (Sangat Paham)	34	46,6	46,6	100
Total	73	100	100	

Sumber : Data Primer diolah 2023

Pernyataan kedelapan mengenai margin keuntungan yang diambil dalam berbisnis, didapatkan hasil bahwa total 73 responden 39 pedagang (53,4%) menjawab “Paham”, dan 34 pedagang (46,6%) menjawab “ Sangat Paham”. Dari total 73 responden pedagang di pasarSungayang banyak yang menjawab paham, artinya pedagang mengetahui keuntungan yang diambil sesuai dengan biaya yang dikeluarkan.

Tabel 4. 22
Pernyataan 9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 (Sangat Tidak Paham)	40	54,8	54,8	54,8
2 (Tidak Paham)	29	39,7	39,7	94,5
3 (Ragu - Ragu)	2	2,7	2,7	97,3
4 (Paham)	1	1,4	1,4	98,6
5 (Sangat Paham)	1	1,4	1,4	100
Total	73	100	100	

Sumber : Data Primer diolah 2023

Pernyataan ke sembilan mengenai mengutamakan latar belakang dalam menjalankan bisnis, didapatkan hasil bahwa total 73 responden 40 pedagang (54,8%) menjawab “Sangat Tidak Paham”, 29 pedagang (39,7%) menjawab “Tidak Paham”, 2 pedagang (2,7%) menjawab “Ragu-Ragu”, 1 pedagang (1,4%) menjawab “Paham”, dan 1 pedagang (1,4%) menjawab “Sangat Paham”. Dari total 73 responden pedagang di pasar Sungayang cukup banyak menjawab sangat tidak paham, artinya pedagang tidak mengutamakan latar belakang dalam transaksi jual beli.

Tabel 4. 23
Pernyataan 10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 (Sangat Tidak Paham)	43	58,9	58,9	58,9

2 (Tidak Paham)	27	37	37	95,9
3 (Ragu - Ragu)	2	2,7	2,7	98,6
4 (Paham)	1	1,4	1,4	100
5 (Sangat Paham)				
Total	73	100	100	

Sumber : Data Primer diolah 2023

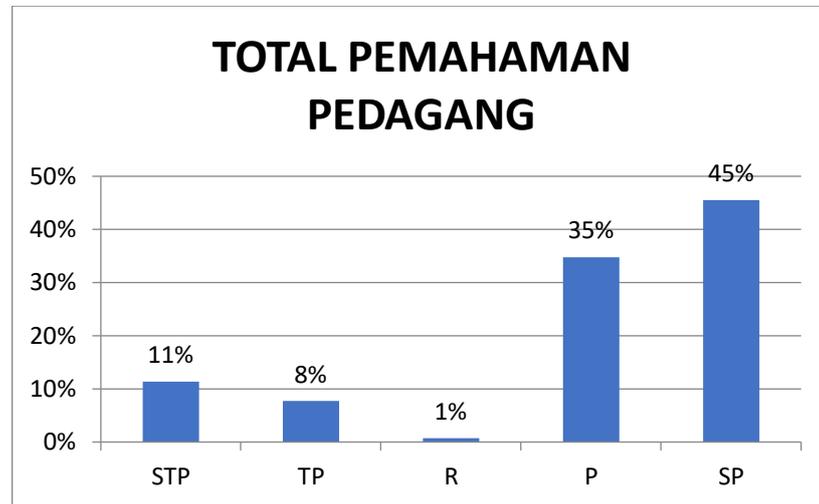
Pernyataan kesepuluh mengenai tidak menaati peraturan yang ada dipasar tersebut, didapatkan hasil bahwa dari total 73 responden 43 pedagang (58,9%) menjawab “Sangat Tidak Paham”, 27 pedagang (37%) menjawab Tidak Paham, 2 pedagang menjawab “Ragu-Ragu”, dan 1 pedagang (1,4%) menjawab “Paham”. Dari total 73 responden cukup banyak yang menjawab sangat tidak setuju, artinya selalu menaati peraturan yang ada di pasar.

Tabel 4. 24
Total pemahaman pedagang tentang etika bisnis Islam

Pernyataan	Jumlah	Persentase
STP	83	11,37
TP	56	7,67
R	5	0,68
P	254	34,79
SP	332	45,48
Jumlah	730	99,99

Berdasarkan tabel 4.24 dapat diketahui jawaban responden dari pernyataan kusioner pemahaman tentang etika bisnis Islam adalah, sangat tidak paham 11,37%, tidak paham 7,67%, ragu-ragu 0,68%, paham 34,79%, sangat paham 45,48%. Maka dapat disimpulkan tingkat

pemahaman pedagang berdasarkan pemahaman tentang etika bisnis Islam yaitu 45,48% dengan kategori kurang puas.



Gambar 4. 2

Total tingkat pemahaman pedagang tentang etika bisnis Islam

3. Pembahasan

a. Pemahaman Tentang Bisnis

Tabel 4. 25
Total Rekapitulasi Jawaban Kusiner Tingkat Pemahaman
Pedagang Tentang Bisnis

Jawaban	Skor (s)	Frekuensi (f)	(s) x(f)
Sangat Tidak Paham	1	1	1
Tidak Paham	2	12	24
Ragu-Ragu	3	22	66
Paham	4	345	1.380
Sangat Paham	5	277	1.385
			2.856

Berdasarkan tabel 4.25 jumlah skor yang diperoleh dari pemahaman tentang bisnis adalah 2.856, berdasarkan skor tersebut tingkat pemahaman pedagang $(2.856/3.285) \times 100\% = 86,94\%$ atau 0,87, maka dapat disimpulkan tingkat pemahaman pedagang di pasar Sungayang tentang bisnis 86,94% dalam kategori Sangat Paham (81% - 100%.)

b. Pemahaman Tentang Etika Bisnis Islam

Tabel 4. 26
Total Rekapitulasi Jawaban Kusioner Tingkat Pemahaman
Etika Bisnis Islam

Jawaban	Skor (s)	Frekuensi (f)	(s) x(f)
Sangat Tidak Paham	1	83	83
Tidak Paham	2	56	112
Ragu-Ragu	3	5	15
Paham	4	254	1.016
Sangat Paham	5	332	1.660
			2.886

Berdasarkan tabel 4.26 jumlah skor yang diperoleh dari tingkat pemahaman tentang etika bisnis Islam adalah 2.886, berdasarkan skor tersebut tingkat pemahaman pedagang adalah $(2.886 / 3.650) \times 100\% = 79,07\%$ atau 0,79, maka dapat disimpulkan tingkat pemahaman pedagang di pasar Sungayang tentang etika bisnis Islam memperoleh hasil akhir 79,07% atau 0,79 dalam kategori Paham.

c. Pemahaman pedagang di pasar tradisional tentang transaksi bisnis berdasarkan etika bisnis Islam

Dalam bekerja dan berbisnis wajib bagi setiap manusia untuk memahami bagaimana bertransaksi agar tidak terjerumus dalam keharaman karena ketidaktahuan. Seorang pedagang harus menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam berdagang sekaligus menempatkan diri sebagai pedagang yang melakukan praktek kejujuran dan berusaha menghindari memperoleh kekayaan dengan cara yang tidak adil agar menjadi pebisnis yang berpegang teguh dengan etika bisnis Islam karena dengan begitu usaha yang dijalani akan sukses dan maju, dan menjadi orang yang shaleh dalam melakukan semua amal perbuatan sebagai khalifah dimuka bumi ini.

Pada prinsip kesatuan mengajarkan untuk selalu melibatkan Allah SWT dalam melakukan sesuatu hal, sehingga para pedagang sudah cukup memahami prinsip ini, namun para pedagang di pasar Sungayang hanya melakukan tujuan jual beli yaitu mencari keuntungan semata.

Ditinjau dari prinsip tanggung jawab menurut penulis para pedagang di pasar Sungayang sudah memahami prinsip ini, dimana para pedagang sudah amanah atau dapat dipercaya dalam melakukan transaksi jual beli.

Pada dasarnya prinsip kejujuran sudah diterapkan oleh pedagang di pasar Sungayang. Para pedagang sudah berusaha untuk menerapkan prinsip kejujuran dalam transaksi jual belinya. Karena prinsip kejujuran ini menjadi salah satu faktor penting untuk menentukan keberhasilan dalam melakukan transaksi jual beli, jika saat pedagang tidak jujur kepada pelanggannya akan membuat pandangan pelanggan tidak baik terhadapnya. Hal-hal demikianlah yang biasanya membuat pedagang kesulitan untuk mendapatkan pelanggan tetap jika tidak jujur dalam bertransaksi, namun jika pedagang jujur dan berperilaku baik akan menciptakan pelanggan tetap dengan kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh pedagang tersebut.

Para pedagang di pasar Sungayang sudah memahami prinsip keadilan, namun belum diterapkan dengan baik dan benar terutama dalam bertindak membeda - bedakan pembeli. Pedagang memberikan harga yang berbeda kepada pelanggan lama dan pelanggan baru, dimana seharusnya pedagang tersebut tidak boleh membeda - bedakan pelanggannya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dari tujuh puluh tiga responden yang diteliti diperoleh data yaitu terkait pemahaman pedagang di pasar tradisional tentang bisnis berdasarkan etika bisnis Islam, maka dapat disimpulkan:

1. Tingkat pemahaman pedagang di pasar Sungayang mengenai pemahaman tentang bisnis adalah 86,94%, dikategorikan Sangat Paham.
2. Tingkat pemahaman pedagang di pasar Sungayang mengenai pemahaman tentang etika bisnis Islam adalah 79,07%, dikategorikan Paham.

B. SARAN

Saran yang dapat penulis berikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis selanjutnya

Karena dalam penelitian ini hanya meneliti dari segi pemahaman pedagang, diharapkan untuk peneliti selanjutnya menambahkan variabel-variabel yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dengan pengukuran yang berbeda.

2. Bagi lembaga dan pengelola di pasar Sungayang

Diharapkan dalam menjalankan bisnis atau berdagang tetap memegang teguh nilai-nilai atau aturan yang telah ditetapkan oleh syari'at Islam. Sebaiknya pedagang diharapkan jujur dan terbuka dalam menjelaskan kelemahan atau kelebihan barang yang dijual, mempertanggungjawabkan kualitas produk, memberikan takaran yang pas, menepati kesepakatan yang telah ditentukan dan lebih bersikap ramah kepada pembeli. Hal tersebut dikarenakan, bisnis yang didasari dengan etika bisnis Islam tidak hanya mendatangkan keuntungan berupa materi namun juga memperoleh barokah atas rizki yang telah didapatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abago, P. Y., & Rondonuwu, D. M. (2015). Persepsi Pedagang Pribumi Terhadap Pedagang Pendatang Di Pasar Kajase Kabupaten Sorong Selatan, Papua Barat. *Spasial*, 2(3), 142–151.
- Absor, M. (2021). *Analisis Perilaku Pedagang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pasar Tradisional Empat Enam Kelurahan Sijenjang Kecamatan Jambi Timur Kota Jambi) Universitas Islam Negeri Jambi*.
- Adolf, H. (2010). *PERDAGANGAN DALAM ISLAM Oleh : Windari , SE ., MA*. 195.
- Amalia, F. (2014). Etika Bisnis Islam : Konsep Dan. *Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil*, 6(1), 116–125. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/30987>
- Angkasawati, & Devi Milasari. (2021). Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Di Pasar Tradisional Boyolangu Kec. Boyolangu Tulungagung. *Publiciana*, 14(1), 169–187. <https://doi.org/10.36563/publiciana.v14i1.296>
- Belshaw Cyril S. (2017). Tinjauan Umum Pasar. *Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 112, 112*, 3. <http://e-journal.uajy.ac.id/11423/3/TA142382.pdf>
- Bintoro, R. W. (2010). Aspek Hukum Zonasi Pasar Tradisional Dan Pasar Modern. *Jurnal Dinamika Hukum*, 10(3), 360–374. <https://doi.org/10.20884/1.jdh.2010.10.3.105>
- Darmawati. (2018). Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam : Eksplorasi Prinsip Etis Al-Qur'an Dan Sunnah. *Jurnal Pemikiran Hukum Islam*, 11(1), 58–68.
- Iwan Aprianto, D. (2020). *ETIKA & KONSEP MANAJEMEN BISNIS ISLAM*. (Group Penerbitan CV BUDI UTAMA).
- Kurniawan, M. (2016). Analisis Perbandingan Perilaku Konsumen yang Berbelanja Bahan Makan Harian di pasar Modern dan Pasar Tradisional (Studi Kasus : Di Pasar Modern Hypermart dan Pasar Tradisional Tavip, Kota Binjai Provinsi Sumatera Utara). *Pemasaran*, 9–21.
- Kusmawati, L., & Ginanjar S, G. (2016). Peningkatan Kemampuan Pemahaman Konsep Perkalian Melalui Pendekatan Pembelajaran Konstruktivisme Pembelajaran Matematika Di Kelas 3 Sdn Cibaduyut 4. *Didaktik : Jurnal Ilmiah PGSD STKIP Subang*, 1(2), 262–271. <https://doi.org/10.36989/didaktik.v1i2.32>
- Muzaiyin, A. M. (2018). Perilaku Pedagang Muslim Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam. *Jurnal Qawanin*, 2(1), 75.
- Nawatmi, S. (2010). Etika Bisnis dalam Perspektif Islam [Business Ethics in Islamic Perspective]. *Iqtishodiyah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 9(1), 50–59.
- Pratama, R., & Sahnun, M. (2019). Analisis Ketimpangan Distribusi Pendapatan Pedagang di Kecamatan Tanjung Morawa-Deli Serdang. *Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Kebijakan Publik*, 1(1), 51–55.
- Rianti, R. (2021). Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Pada Marketplace Lazada. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 1(1), 1–13. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v1i1.57>

- Rofiah, N. H. (2018). Penerapan Etika Jual Beli Pedagang Pasar Wage Tulungagung dalam Pandangan Islam. *Skripsi*, 11, 14–58.
- S. (2015). Ibrahim Jones dan Sewu Lindawaty, Hukum Bisnis Dalam Persepsi Manusia Modern, (Bandung:PT Refika Aditama, 2007), hal. 25 18 13. *Ibrahim Jonhannes & Sewu Lindawaty*, 13–56.
- Saprida, S., Umari, Z. F., & Umari, Z. F. (2022). Sosialisasi Jual Beli Online Dalam Tinjauan Hukum Islam Di Masjid Al-Muchtar Gotong Royong Iv Kelurahan Suka Maju Kecamatan Sako Palembang. *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, 3(1), 53–64. <https://doi.org/10.36908/akm.v3i1.449>
- Shobirin, S. (2016). Jual Beli Dalam Pandangan Islam. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 3(2), 239. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v3i2.1494>
- Srihartati, E. (2015). Pengaruh Penggunaan Strategi Pembelajaran Pemerolehan Konsep Terhadap Pemahaman Siswa Pada Materi Pelajaran. *Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru*, 9–26.
- Sudarman, A. (2013). Teori Ekonomi Mikro 1. *Pasar Bebas*, 1(fungsi pasar bebas), 20–21.
- Suretno, S. (2018). Jual Beli Dalam Perspektif Al-Qur'an. *Ad Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(01), 93. <https://doi.org/10.30868/ad.v2i01.240>
- Susiawati, W. (2017). Jual Beli dan dalam Konteks Kekinian. *Jurnal Ekonomi Islam*, 8(2), 171–184.
- Yovita, I., & Indrawati, T. (2014). Analisis Sumber Modal Pedagang Pasar Tradisional Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi*, 22(01), 1–8.
- Yunus, M., Hamdani, F. F. R. S., & Shofia, G. K. (2018). Tinjauan Fikih Muamalah Terhadap Akad Jual Beli Dalam Transaksi Online Pada Aplikasi Go-Food. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 2(1), 135–146. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v2i1.3363>
- Yusuf, M., & Iswandi, I. (2021). Praktik Jual Beli Jahe Menurut Hukum Islam; Studi Kasus Di Usaha Dagang Areba Jahe, Jakarta Timur. *Mizan: Journal of Islamic Law*, 5(1), 57. <https://doi.org/10.32507/mizan.v5i1.946>
- Zainuddin, Z. (2020). Tafsir Al-Qur'an tentang Jual Beli. *Jurnal Ilmiah Al-Mu'ashirah*, 17(2). <https://doi.org/10.22373/jim.v17i2.9240>
- Zaroni, A. N. (2007). BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Telaah Aspek Keagamaan dalam Kehidupan Ekonomi) Oleh: Akhmad Nur Zaroni □. *Mazahib*, IV(2), 172–184.

L

A

M

P

I

R

A

N

1. Lampiran 1 (Surat Tugas Skripsi)

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAHMUD YUNUS BATUSANGKAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
A. Sudirman 131 Lina Kalia Batusangkar Telp. (0752) 71180
Website: www.uinbatusangkar.ac.id e-mail: info@uinbatusangkar.ac.id

SURAT TUGAS
Nomor B. Pk-F/Un-25/P/009/12/2022

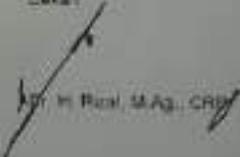
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dengan ini mengangkat Eschitra

Nama / NIP	Pangkat / Gol	Jabatan	Keterangan
Rahmat Fidaus, M.E., Sy 201801015004	Penata, IIIc	Lektor	Pembimbing

sebagai Pembimbing Proposal Skripsi Pra Semester mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada semester GANUL Tahun Akademik 2022/2023, atas nama:

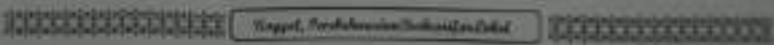
Nama : Yuli Seta Sari
NIM : 1930404133
Jurusan : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Proposal : Perilaku Pedagang Cabai Di Pasar Tradisional Berdasarkan Konsep Duka Janda Isam (Studi Kasus Pedagang Cabai Di Pasar Tradisional Sungayang)

Dengan surat tugas ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya

Batusangkar, 24 Desember 2022
Dekan

Dr. H. Rizal, M.Ag., CRP

Diketahui
Apabila Disetujui akan bersedia untuk ditandatangani kepada Ketua Jurusan dengan mengembalikannya surat tugas, setelah mengisi blanko di bawah ini:

NAMA	ALASAN	TANDA TANGAN

Stamp: 



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAHMOED YUNUS BATUANGKAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Sudirman No. 117 Lingsi Negeri Batusangkar, Telp. (0753) 71118, 574331,
Website : www.uinmahyobatusangkar.ac.id e-mail : info@uinmahyobatusangkar.ac.id

SURAT TUGAS

R- 85.d /Un 25F/NIPP.00.902/2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dengan ini menugaskan Saudara

Nama / NIP	Pangkat / Gol	Jabatan	Keterangan
Rahmat Firdaus, M.E.Sy 201501011034	Penata, III/c	Lektor	Ketua
Dr. H. Syukri Iska, M.Ag 19631019 198303 1 504	Pembina Tk I, IV/b	Lektor Kepala	Anggota

sebagai Tim Pengaji Seminar Proposal Skripsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada semester GANJIL Tahun Akademik 2022/2023 atas nama

Nama Mahasiswa : Yulia Sinda Sari
NIM : 1530404132
Jurusan : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Proposal : "Perilaku Pedagang Cabai Di Pasar Tradisional Di Lingsi Dan Persepsi Etnik Gank Islam (Siswa Pedagang Di Pasar Sumpayang)"
Hari/Tanggal : Senin 13 Februari 2023
Pukul : 09.00 WIB
Tempat : Ruang Seminar

Demikian surat ini diberikan kepada yang bersangkutan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya



Batusangkar, 06 Februari 2023

Dr. H. Iska, M.Ag, CRP

Catatan

1. Apabila Bapak/Ibu tidak bersedia harap memberitahukan kepada Ketua Jurusan dengan mengemukakan surat tugas, sesuai mengisi blanko di bawah ini

NAMA	ALASAN	TANDA TANGAN

2. Apabila terjadi perubahan jadwal pelaksanaan seminar proposal, mohon konfirmasi paling lambat 1 (satu) hari sebelum pelaksanaan jadwal tertulis dalam surat tugas ini

2. Lampiran 2 (Surat Izin Penelitian)

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAHMUD YUNUS BATUSANGKAR
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Jl. Sudirman No. 127 Lingsi Kam. Batusangkar Telp. (0752) 71150
Website: www.uinmahmur.com E-mail: info@uinmahmur.com

Nomor: B-254 b/Uh.25/L.VFL.00/06/2023
Sifat: Biasa
Lamp: 1 Rangkap
Perihal: **Mohon Izin Penelitian** 12 Juni 2023

Yth. Wali Negeri Sungayang

Assalamu'alaikum Wr. Wb,
Dengan hormat,
Dengan ini disampaikan kepada Bapak/Ibu/Sdr bahwa mahasiswa yang tersebut di bawah ini:

Nama/NIM	: Yulia Sinta Sari / 1930404132
Tempat/Tanggal Lahir	: Batusangkar / 04 Juli 2000
Kartu Identitas	: 1472025512000041
Fakultas	: Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi	: Manajemen Bisnis Syariah
Alamat	: Rumah Baru Jorong Bala Gedang Sungayang

akan melakukan pengumpulan data untuk proses penulisan laporan hasil penelitiannya sebagai berikut:

Judul Penelitian	: Pemahaman Pedagang Di Pasar Tradisional Tentang Transaksi Bisnis Berdasarkan Etika Bisnis Islam
Lokasi	: Pasar Sungayang
Waktu	: 12 Juni 2023 s.d 12 Agustus 2023
Dosen Pembimbing 1	: Rahmat Firdaus, M.E.Sy
Dosen Pembimbing 2	:

untuk itu, diharapkan kepada Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian mahasiswa yang bersangkutan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
Demikian disampaikan, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Keras,

Dr. M. Haniz, M.Si

Tersedia!
1 Revisi UIN Mahmud Yunus Batusangkar (sebagai Lampiran)
2 Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (sebagai Lampiran)
3 Kepala Kantor Cabang/Kantor Wilayah Yang Dituju

3. Lampiran 3 (Kusioner / angket)

KUSIONER PENELITIAN

Kepada Yth.

Bapak/ Ibu/ Sdr/ i

Di Tempat

Dengan Hormat,

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yulia Sinta Sari

Nim : 1930404132

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Universitas : Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar

Dalam rangka penelitian skripsi yang berjudul **“Pemahaman Pedagang Di Pasar Tradisional Tentang Transaksi Bisnis Berdasarkan Etika Bisnis Islam”**, dengan ini memohon kesediaan Bapak/ Ibu/ Sdr/i untuk mengisi kusioner yang sudah dilampirkan. Kusioner ini bertujuan untuk kepentingan akademik, sehingga jawaban yang Bapak/ Ibu/ Sdr/i berikan sangat membantu dalam menyelesaikan penelitian ini dan kusioner hanya dapat digunakan apabila sudah terisi.

Perlu diinformasikan bahwa seluruh informasi maupun data yang diperoleh dari kusioner hanya digunakan untuk kepentingan penelitian dan data akan dijaga kerahasiaannya. Atas bantuan dan kesediaan dari Bapak/ Ibu/ Sdr/i dalam mengisi kusioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Sungayang, Mei 2023

Hormat Saya,

Yulia Sinta Sari

IDENTITAS RESPONDEN

A. Identitas Responden

Nama :

Umur :

Alamat :

Pekerjaan :

B. Jawablah Pertanyaan dibawah ini dengan memberikan tanda (x) pada jawaban yang dipilih dengan keterangan:

STP : Sangat Tidak Paham

TP : Tidak Paham

R : Ragu - Ragu

P : Paham

SP : Sangat Paham

Pemahaman Tentang Bisnis

No	Pernyataan	Jawaban Responden				
		STP	TP	R	P	SP
1	Saya memahami bisnis / usaha yang saya rintis					
2	Saya memahami produk yang diminati konsumen					
3	Pengalaman yang saya miliki membuat saya berkeinginan untuk berbisnis					
4	Saya memahami cara mengelola bisnis					
5	Saya mampu mengatasi kesulitan dalam mengembangkan bisnis					
6	Saya berani mengambil resiko untuk sebuah bisnis					
7	Saya mampu mengelola usaha yang saya miliki					
8	Saya berani menaruh harga lebih tinggi sesuai dengan kualitas dagangan saya					
9	Saya akan memanfaatkan peluang usaha yang ada					

Pemahaman Tentang Etika Binsis Islam

No	Pernyataan	Jawaban Responden				
		ST P	T P	R	P	S P
1	Etika dalam berbisnis berfungsi untuk meningkatkan moral dan perilaku bagi para pelaku bisnis untuk berbisnis secara baik					
2	Saya bersikap amanah dalam menjalankan bisnis					
3	Saya melakukan persaingan bisnis dengan sehat					
4	Berbisnis semata-mata untuk mendekatkan diri kepada Tuhan Yang Maha Esa					
5	Saya memperlakukan konsumen sama rata					
6	Kejujuran sangat penting dilakukan bagi masing-masing pihak dalam menjalankan bisnis					
7	Tanggung jawab moral juga tertuju kepada semua pihak dalam menjalankan bisnis					
8	Saya mengambil margin keuntungan sesuai dengan biaya-biaya yang dikeluarkan					
9	saya mengutamakan latar belakang konsumen dalam transaksi jual beli					
10	saya tidak selalu menaati peraturan yang ada dipasar tersebut					

4. Lampiran 4 (Data Tabulasi)

DATA JAWABAN RESPONDEN																		
B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9	EB1	EB2	EB3	EB4	EB5	EB6	EB7	EB8	EB9	EB10
5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	1	1
5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	1	1
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	1	1
5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	2
5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	2	1
5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	2	2
5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	2	2
5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	2	1
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	1	1
5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	1	1
5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	1	2
5	5	4	4	4	5	5	2	2	5	5	5	4	4	4	5	4	1	1
5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	1	1
5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	2	2
5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	1	1
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1
5	4	5	5	4	4	4	2	5	4	4	4	5	4	4	4	4	2	1
5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1
5	4	4	5	4	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4	4	5	1	2

5	5	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	1	2
5	5	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	1
5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5	5	5	4	5	2	2
5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	1	2
5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	2	2
5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	1	1
5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	2	2
5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	2	2
5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	2	1
4	4	4	5	5	5	4	3	4	5	5	5	4	4	5	4	4	1	1
4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	2	1
5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	1	1
5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	2	2
4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	1	1
4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	1	1
5	5	4	4	4	5	5	3	4	5	4	4	4	5	5	5	5	2	2
4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	3	4	5	5	4	5	4
4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	1	1
5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	2	1
4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2
4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2
4	4	4	4	4	4	4	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1
4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	1	1
4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	2	2

4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	1	1	
5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	1	1	
5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	1	1	
5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	1	1	
5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	1	1	
5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	1	2	
5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	2	1	
5	5	4	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	2	2	
5	5	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	1	1	
5	5	4	4	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	
4	4	4	4	4	4	4	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	
4	4	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	1	2	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	2	2	
5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	1	2	
5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	
4	4	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	1	2
4	4	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	2	1	
4	4	4	5	5	4	4	2	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	2	1
5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2
4	4	4	5	5	5	5	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1
4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1
4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	1	1
4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	1	1
5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	1	1

5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	2	2
5	5	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	2	2
4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	1
4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	1	1

5. Lampiran 5 (pengolahan data)

a. Pernyataan 1

B1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Paham	24	32,9	32,9	32,9
	Sangat Paham	49	67,1	67,1	100
	Total	73	100	100	

b. Pernyataan 2

B2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Paham	28	38,4	38,4	38,4
	Sangat Paham	45	61,6	61,6	100
	Total	73	100	100	

c. Pernyataan 3

B3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Paham	37	50,7	50,7	50,7
	Sangat Paham	36	49,3	49,3	100
	Total	73	100	100	

d. Pernyataan 4

B4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu - Ragu	1	1,4	1,4	1,4
	Paham	40	54,8	54,8	56,2

	Sangat Paham	32	43,8	43,8	100
	Total	73	100	100	

e. Pernyataan 5

B5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Paham	44	60,3	60,3	60,3
	Sangat Paham	29	39,7	39,7	100
	Total	73	100	100	

f. Pernyataan 6

B6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu - Ragu	2	2,7	2,7	2,7
	Paham	39	53,4	53,4	56,2
	Sangat Paham	32	43,8	43,8	100
	Total	73	100	100	

g. Pernyataan 7

B7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Paham	42	57,5	57,5	57,5
	Sangat Paham	31	42,5	42,5	100
	Total	73	100	100	

h. Pernyataan 8

B8					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Paham	1	1,4	1,4	1,4
	Tidak Paham	10	13,7	13,7	15,1
	Ragu - Ragu	18	24,7	24,7	39,7
	Paham	35	47,9	47,9	87,7
	Sangat Paham	9	12,3	12,3	100
	Total	73	100	100	

i. Pernyataan 9

B9					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Paham	2	2,7	2,7	2,7
	Ragu - Ragu	1	1,4	1,4	4,1
	Paham	56	76,7	76,7	80,8
	Sangat Paham	14	19,2	19,2	100
	Total	73	100	100	

j. Pernyataan 1

EB1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Paham	12	16,4	16,4	16,4
	Sangat Paham	61	83,6	83,6	100

	Total	73	100	100	
--	-------	----	-----	-----	--

k. Pernyataan 2

EB2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Paham	18	24,7	24,7	24,7
	Sangat Paham	55	75,3	75,3	100
	Total	73	100	100	

l. Pernyataan 3

EB3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Paham	24	32,9	32,9	32,9
	Sangat Paham	49	67,1	67,1	100
	Total	73	100	100	

m. Pernyataan 4

EB4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu – Ragu	1	1,4	1,4	1,4
	Paham	39	53,4	53,4	54,8
	Sangat Paham	33	45,2	45,2	100
	Total	73	100	100	

n. Pernyataan 5

EB5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Paham	44	60,3	60,3	60,3
	Sangat Paham	29	39,7	39,7	100
	Total	73	100	100	

o. Pernyataan 6

EB6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Paham	39	53,4	53,4	53,4
	Sangat Paham	34	46,6	46,6	100
	Total	73	100	100	

p. Pernyataan 7

EB7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Paham	37	50,7	50,7	50,7
	Sangat Paham	36	49,3	49,3	100
	Total	73	100	100	

q. Pernyataan 8

EB8					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Paham	39	53,4	53,4	53,4

	Sangat Paham	34	46,6	46,6	100
	Total	73	100	100	

r. Pernyataan 9

EB9					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Paham	40	54,8	54,8	54,8
	Tidak Paham	29	39,7	39,7	94,5
	Ragu – Ragu	2	2,7	2,7	97,3
	Paham	1	1,4	1,4	98,6
	Sangat Paham	1	1,4	1,4	100
	Total	73	100	100	

s. Pernyataan 10

EB10					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Paham	43	58,9	58,9	58,9
	Tidak Paham	27	37	37	95,9
	Ragu – Ragu	2	2,7	2,7	98,6
	Paham	1	1,4	1,4	100
	Total	73	100	100	

6. Lampiran 6 (Dokumentasi dan Penyebaran Kusioner)



