

**PERILAKU PEDAGANG MASJID TEGALSARI PONOROGO
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**



Oleh:

Muhammad Husni Mubarak

NIM : 17913010

Pembimbing:

Dr. Drs. Yusdani., M.Ag

T E S I S

Diajukan kepada
PROGRAM STUDI ILMU AGAMA ISLAM PROGRAM MAGISTER
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
Untuk memenuhi salah satu syarat guna
Memperoleh Gelar Magister Ekonomi

YOGYAKARTA

2021

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Husni Mubarak

NIM : 17913010

Konsentrasi : Ekonomi Islam

Judul Tesis : **Perilaku Pedagang Masjid Tegalsari Ponorogo
Perspektif Etika Bisnis Islam**

Menyatakan bahwa tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa tesis ini adalah hasil plagiasi, maka saya siap untuk dicabut gelar keserjanaan yang dianugerahkan dan mendapatkan sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Ponorogo, 3 Juni 2021

Yang menyatakan,



Muhammad Husni Mubarak



PENGESAHAN

Nomor: 2083/PS-IAIPM/Peng./III/2021

TESIS berjudul : **PERILAKU PEDAGANG MASJID TEGALSARI
PONOROGO PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**

Ditulis oleh : Muhammad Husni Mubarak

N. I. M. : 17913010

Konsentrasi : Ekonomi Islam

Telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister Ekonomi.

Yogyakarta, 25 Juni 2021

Ketua,

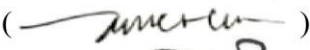


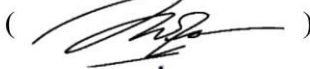
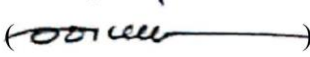


Dr. Dra. Junānah, MIS



TIM PENGUJI UJIAN TESIS

Nama : Muhammad Husni Mubarak
Tempat/tgl lahir : Jakarta, 04 Agustus 1992
N. I. M. : 17913010
Konsentrasi : Ekonomi Islam
Judul Tesis : **PERILAKU PEDAGANG MASJID TEGALSARI
PONOROGO PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**

Ketua : Dr. Siti Achiria, SE., MM. ()
Sekretaris : Dr. Dra. Junanah, MIS. ()
Pembimbing : Dr. Drs. YUSDANI, M.Ag.. ()
Penguji : Dr. Anton Priyo Nugroho, SE., MM. ()
Penguji : Dr. Drs. Asmuni Mth., MA. ()

Diuji di Yogyakarta pada Jum'at, 18 Juni 2021

Pukul : 17.00 – 18.00

Hasil : **Lulus**

Mengetahui
Ketua Program Studi
Ilmu Agama Islam Program Magister FIAI UUI


Dr. Dra. Junanah, MIS



NOTA DINAS

No.: 2026/PS-IAIPM/ND/VI/2021

TESIS berjudul : **PERILAKU PEDAGANG MASJID TEGALSARI
PONOROGO PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**

Ditulis oleh : Muhammad Husni Mubarak

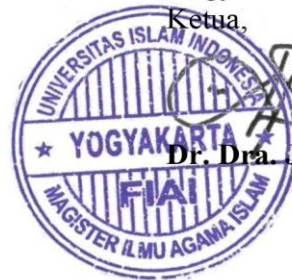
NIM : 17913010

Konsentrasi : Ekonomi Islam

Telah dapat diujikan di depan Dewan Penguji Tesis Program Studi Magister Ilmu Agama Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 07 Juni 2021

Ketua,



Dr. Dra. Junanah, MIS.

PERSETUJUAN

Judul : **Perilaku Pedagang Masjid Tegalsari Ponorogo Perspektif
Etika Bisnis Islam**

Nama : Muhammad Husni Mubarak

NIM : 17913010

Konsentrasi : Ekonomi Islam

Disetujui untuk diuji oleh Tim Penguji Tesis Program Studi Magister Ilmu Agama
Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 03 Juni 2021

Pembimbing,



Dr. Drs. Yusdani., M.Ag.

PERSEMBAHAN

Sujud syukurku kupersembahkan kepadaMu ya Allah, Tuhan Yang Maha Agung dan Maha Tinggi. Atas takdirMu saya bisa menjadi pribadi yang berpikir, berilmu, beriman dan bersabar. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal untuk masa depanku dalam meraih cita-cita.

Dengan ini saya persembahkan karya tulis ini untuk, ayahanda, ibunda, istri dan anak, serta adik-adikku tercinta.

Teruntuk ayahandaku Payung Hasibuan, S.H. M.M. dan Ibundaku Suharnati, terima kasih sebesar-besarnya atas kasih sayang yang berlimpah dari mulai ananda lahir, hingga saat ini. Terima kasih juga atas limpahan do'a dan dukungan yang tiada henti untuk ananda. Serta segala hal yang telah ayahanda dan ibunda lakukan untuk ananda.

Terima kasih selanjutnya untuk istriku tercinta Anita Rahman serta anakku tersayang Fatma Aaleya Hasibuan yang selalu mendukung ayah melalui semangat serta do'a yang tiada henti.

Serta adik-adikku yang luar biasa, dalam memberi dukungan dan do'anya. Siti Rochimah, Alm. Solahuddin Al-Ayubi, dan Lutfia Rahma yang selama ini sudah menjadi adik sekaligus sahabat bagi abang. Kalian adik-adik abang yang luar biasa.

Terima kasih juga yang tak terhingga untuk dosen pembimbing, Dr. Drs. Yusdani., M.Ag yang dengan sabar membimbing saya selama proses penyusunan karya ilmiah ini. Terima kasih juga untuk semua pihak yang mendukung keberhasilan tesis saya yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.

Ucapan terima kasih juga saya persembahkan untuk seluruh rekan-rekan saya di Fakultas Ekonomi Islam angkatan 2017 (Demangers). Terima kasih untuk memori yang kita rajut setiap harinya, atas tawa yang setiap hari kita miliki, serta solidaritas yang luar biasa. Sehingga masa kuliah selama 2 tahun itu menjadi sangat berarti. Semoga saat-saat itu akan selalu menjadi kenangan yang indah dibenak kita semua.

Untuk semua pihak yang belum bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih juga atas semuanya. Semoga Tuhan senantiasa membalas setiap kebaikan kalian. Serta kehidupan kalian semua juga dimudahkan dan diberkahi selalu oleh Allah SWT.

Aamiin...

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۝^{٢٩} وَمَنْ
يَفْعَلْ ذَلِكَ عُدْوَانًا وَظُلْمًا فَسَوْفَ نُصَلِّيهِ نَارًا وَكَانَ ذَلِكَ عَلَى اللَّهِ يَسِيرًا ۝^{٣٠}

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. Dan barangsiapa berbuat demikian dengan cara melanggar hukum dan zalim, akan Kami masukkan dia ke dalam neraka. Yang demikian itu mudah bagi Allah.

(An-Nisa': 29-30)¹

¹ Thoha Husein, *Mushaf Al-Kamil Al-Quran dan Terjemahan*, (Jakarta: Darus Sunnah, 2002), hlm. 84.

PENDOMAN TRANSLITERASI

ARAB-LATIN

Transliterasi kata Arab-Latin yang dipakai pada penyusunan tesis ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI, Menteri Pendidikan dan Menteri Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987 tertanggal 22 Januari 1988.

I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Bā'	<i>b</i>	-
ت	Tā	<i>t</i>	-
ث	Sā	<i>ṣ</i>	s (dengan titik di atas)
ج	Jīm	<i>j</i>	-
ح	Hā'	<i>ḥa'</i>	h (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	<i>kh</i>	-
د	Dāl	<i>d</i>	-
ذ	Zāl	<i>ẓ</i>	z (dengan titik di atas)
ر	Rā'	<i>r</i>	-
ز	Zā'	<i>z</i>	-
س	Sīm	<i>s</i>	-
ش	Syīn	<i>sy</i>	-
ص	Sād	<i>ṣ</i>	s (dengan titik di bawah)

ض	Dād	<i>ḍ</i>	d (dengan titik di bawah)
ط	Tā'	<i>ṭ</i>	t (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	<i>ẓ</i>	z (dengan titik di bawah)
ع	'Aīn	'	koma terbalik ke atas
غ	Gāīn	<i>g</i>	-
ف	Fā'	<i>f</i>	-
ق	Qāf	<i>q</i>	-
ك	Kāf	<i>k</i>	-
ل	Lām	<i>l</i>	-
م	Mīm	<i>m</i>	-
ن	Nūn	<i>n</i>	-
و	Wāwu	<i>w</i>	-
هـ	hā'	<i>h</i>	-
ء	Hamza h	'	apostrof
ي	yā'	<i>y</i>	-

II. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* ditulis rangkap

متعددة	ditulis	<i>muta'addidah</i>
عدة	ditulis	<i>'iddah</i>

III. *Ta' Marbūṭah* di akhir kata

a. Bila dimatikan tulis *h*

حكمة	ditulis	<i>ḥikmah</i>
جزية	ditulis	<i>jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan, bila kata-kata arab yang sudah terserap kedalam bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

b. Bila *ta' marbūṭah* diikuti dengan kata sandang “*al*” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*

كرامة الاولياء	ditulis	<i>karāmah al-auliyā'</i>
----------------	---------	---------------------------

c. Bila *ta' marbūṭah* hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dammah ditulis *t*

زكاة الفطر	ditulis	<i>zākat al-ḥiṭr</i>
------------	---------	----------------------

IV. Vocal Pendek

ـَ	<i>faṭḥah</i>	ditulis	a
ـِ	<i>Kasrah</i>	ditulis	i
ـُ	<i>ḍammah</i>	ditulis	u

V. Vocal Panjang

1	<i>Faṭḥah + alif</i>	ditulis	<i>ā</i>
	جاهلية	ditulis	<i>jāhiliyah</i>
2	<i>Faṭḥah + ya' mati</i>	ditulis	<i>ā</i>

	تنسى	ditulis	<i>tansā</i>
3	<i>Kasrah + ya' mati</i>	ditulis	<i>ī</i>
	كريم	ditulis	<i>karīm</i>
4	<i>ḍammah + wawumati</i>	ditulis	<i>ū</i>
	فروض	ditulis	<i>furūḍ</i>

VI. Vocal Rangkap

1	<i>Faṭḥah + ya' mati</i>	ditulis	<i>ai</i>
	بينكم	ditulis	<i>bainakum</i>
2	<i>Faṭḥah + wawumati</i>	ditulis	<i>au</i>
	قول	ditulis	<i>qaul</i>

VII. Vocal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أنتم	ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	ditulis	<i>la'insyakartum</i>

VIII. Kata Sandang Alif + Lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l* (el)-nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

IX. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

نوي الفروض	Ditulis	<i>Zawi al-furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-Sunnah</i>



ABSTRAK
PERILAKU PEDAGANG MASJID TEGALSARI PONOROGO
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

Muhammad Husni Mubarak

NIM. 17913010

Aktivitas bisnis saat ini tidak dapat dilepaskan dari aspek etika. Etika bisnis merupakan pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis. Dalam berbisnis, setiap orang ingin mendatangkan banyak keuntungan dengan cara meningkatkan kualitas barang dan atau pelayanan kepada konsumen. Namun ada pula yang berlaku curang dengan menghalalkan segala cara dan tidak mengindahkan etika bisnis untuk memenangkan persaingan pasar. Masjid Tegalsari merupakan salah satu masjid bersejarah yang sarat akan nuansa religi karena terdapat makam Kyai Ageng Mohammad Besari dan ramai oleh peziarah setiap harinya. Selain digunakan untuk beribadah dan berziarah, Masjid Tegalsari juga digunakan sebagian masyarakat untuk tempat mencari rezeki dengan cara berdagang di sekitaran masjid.

Jenis Penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, kemudian pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan normatif sosiologis. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, dokumentasi, dan triangulasi dengan penentuan informan melalui purposive yang bertujuan untuk mengetahui perilaku pedagang Masjid Tegalsari Ponorogo perspektif etika bisnis Islam.

Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa, dalam melakukan praktik perdagangan sebagian besar pedagang di sekitar Masjid Tegalsari Ponorogo sudah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang meliputi; prinsip kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebajikan.

Kata kunci: *Etika Bisnis, Masjid Tegalsari, Perilaku Pedagang*

ABSTRACT
THE BEHAVIOR OF VENDORS IN TEGALSARI MOSQUE PONOROGO
IN THE PERSPECTIVE OF ISLAMIC BUSINESS ETHICS

Muhammad Husni Mubarak
NIM. 17913010

Business activities nowadays cannot be apart from the ethical aspect. Business ethics means a thought or reflection on morality in economics and business. In doing business, everyone wishes to bring in more profit through the improvement of goods and service quality to consumers. However, there are some who do cheating by justifying all ways and ignoring business ethics to gain market competition. Tegalsari Mosque is one of the historical mosques rich of religious nuances in which it has the tomb of Kyai Ageng Mohammad Besari and it is everyday crowded with the pilgrims. This mosque is not only for worship and pilgrimage, but also for a place to work for living by being vendors around the mosque.

This is a qualitative-descriptive research using normative-sociological approach. The technique in collecting the data was through interview, documentation and triangulation with the informant determination through purposive aimed to observe the behavior of vendors in Tegalsari mosque Ponorogo in the perspective of Islamic business ethics.

The results of the research showed that in doing the trade practice most of vendors around Tegalsari Mosque Ponorogo have implemented the principles of Islamic business ethics including: unity, balance, free will, responsibility, and virtue.

Keywords: Business Ethics, Tegalsari Mosque, Vendor Behavior

June 04, 2021
TRANSLATOR STATEMENT The information appearing herein has been translated by a Center for International Language and Cultural Studies of Islamic University of Indonesia CILACS UII Jl. DEMANGAN BARU NO 24 YOGYAKARTA, INDONESIA. Phone/Fax: 0274 540 255

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله رب العالمين أشهد أن لا إله إلا الله وحده لا شريك له و أشهد أن محمدا عبده ورسوله والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين, أما بعد.

Puji syukur kehadirat Allah SWT tidak henti-hentinya penyusun haturkan, karena tidak terhitung banyaknya limpahan rahmat, nikmat, serta hidayah yang diberikan sehingga tesis ini dapat terselesaikan secara baik. Šalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, tidak lupa pula kepada seluruh keluarga, sahabat, serta *tabiin* dan seluruh umat muslim yang selalu istiqamah untuk mengamalkan ajaran suci yang beliau bawa.

Dalam penyusunan tesis yang berjudul “Perilaku Pedagang Masjid Tegalsari Perspektif Etika Bisnis Islam” ini, penyusun menyadari adanya banyak hambatan. Namun berkat dorongan dan bantuan dari banyak pihak akhirnya penyusun dapat menyelesaikannya. Untuk itu, perkenankanlah penyusun menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang tulus kepada:

1. Prof. Fathul Wahid, ST., M.Sc., Ph.D, selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Dr. H. Tamyiz Mukharrom, MA., selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Dr. Rahmani Timorita Y, M.Ag selaku Ketua Jurusan Studi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
4. Dr. Junanah, MIS. selaku Ketua Program Magister Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
5. Dr. Drs. Yusdani, M.Ag selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan yang begitu bermanfaat selama penyusunan tesis ini, serta semua ilmu yang diberikan selama masa perkuliahan di Program Pascasarjana Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
6. Bapak/Ibu Dosen Program Pascasarjana Magister Ilmu Agama Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia, yang telah memberikan ilmu setulus hati selama perkuliahan, semoga diberi keberkahan oleh Allah SWT.

7. Seluruh staff dan karyawan khususnya dibagian Tata Usaha dan Perpustakaan Program Pascasarjana Magister Ilmu Agama Islam, yang telah membantu penulis dalam urusan administrasi dan literasi.
8. Seluruh Pengurus Yayasan Masjid Tegalsari Ponorogo yang telah memberikan izin kepada penyusun untuk melakukan penelitian dan memberikan informasi serta bantuan dengan baik.
9. Ayahanda Bapak Payung Hasibuan dan Ibunda Ibu Suharnati yang telah memberikan kasih sayang, do'a serta dukungan yang tiada henti.
10. Istriku Anita Rahman dan Anakku Fatma Aaleya Hasibuan yang selalu memberikan dukungan dan do'anya.
11. Adik-adikku tersayang, Siti Rochimah, Alm. Sholahuddin Al-Ayubi dan Lutfiah Rahma, kalian luar biasa.
12. Rekan-rekan di Program Magister Ilmu Agama Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
13. Serta pihak-pihak lain yang turut serta membantu dalam penyelesaian penyusunan tesis ini.

Penulis hanya dapat mendoakan semoga Allah SWT selalu menyayangi, meridhoi dan membalas kebaikan mereka semua. Penulis menyadari tesis ini tidak luput dari kekurangan, namun besar harapan agar tes ini dapat bermanfaat untuk semua orang khususnya untuk kemajuan Ekonomi Islam, *Aamiin Ya Robbal 'Aalamin.*

Ponorogo, 27 Mei 2021

Penulis,



(Muhammad Husni Mubarak)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN	iii
TIM PENGUJI	iv
NOTA DINAS	v
PERSETUJUAN	vi
PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI	ix
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
KATA PENGANTAR	xvi
DAFTAR ISI	xviii
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian	11
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
D. Sistematika Pembahasan	13
BAB II. KAJIAN PENELITIAN TERDAHULU DAN KERANGKA	
TEORI	15
A. Kajian Penelitian Terdahulu	15
B. Kerangka Teori	31

1. Perilaku Pedagang	31
2. Etika Bisnis	37
3. Etika Bisnis Islam	46
BAB III. METODE PENELITIAN	56
A. Jenis Penelitian	56
B. Pendekatan Penelitian	57
C. Lokasi Penelitian	57
D. Informan Penelitian	58
E. Teknik Penentuan Informan	58
F. Instrumen Penelitian	58
G. Teknik Pengumpulan Data	60
H. Keabsahan Data	61
I. Teknik Analisis Data	62
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
A. Gambaran Umum Masjid Tegalsari Ponorogo.....	64
1. Sejarah Masjid Tegalsari	64
2. Struktur Organisasi Masjid Tegalsari.....	69
3. Visi dan Misi Masjid Tegalsari	74
4. Kegiatan Masjid Tegalsari	74
5. Fasilitas Masjid Tegalsari	76
6. Perilaku Pedagang Masjid Tegalsari.....	76
B. Perilaku Pedagang Masjid Tegalsari Perspektif Etika Bisnis Islam	86
1. Prinsip Kesatuan (Tauhid)	86
2. Prinsip Keseimbangan (<i>Equilibrium</i>)	89
3. Prinsip Kehendak Bebas (<i>Ikhtiar/Free Will</i>)	91
4. Prinsip Tanggung Jawab (<i>Responsibility</i>)	92
5. Prinsip Kebenaran, Kebajikan dan Kejujuran	94
BAB V. PENUTUP	99
A. Kesimpulan	99
B. Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	101

DAFTAR TABEL

Tabel 1: Jurnal Terkait Penelitian	15
Tabel 2: Indikator Penelitian	59
Tabel 3: Kegiatan Masjid Tegalsari	75
Tabel 4: Responden Berdasarkan Para Pedagang	77
Tabel 5: Karakteristik Pedagang Berdasarkan Lama Berjualan	78
Tabel 6: Karakteristik Pedagang Berdasarkan Domisili	79
Tabel 7: Karakteristik Pedagang Berdasarkan Jenis Lapak	79
Tabel 8: Responden Berdasarkan Pembeli.....	80
Tabel 9: Keterkaitan antara Realita Perilaku Pedagang Masjid Tegalsari dengan Etika Bisnis Islam.....	96



DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1 : Model Analisa Data Interaktif Miles Dan Huberman62
Gambar 2 : Susunan Pengurus Yayasan Masjid Tegalsari Jetis Ponorogo...73



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I : Surat Izin Pelaksanaan Penelitian	2
Lampiran II : Surat Keterangan Pelaksanaan Penelitian	3
Lampiran III: Pedoman Wawancara	4
Lampiran IV: Transkrip Verbatim Hasil Wawancara	6
Lampiran V : Dokumentasi Penelitian	22
Lampiran VI: Surat Keterangan Cek Plagiasi	26
Lampiran VII: CV Peneliti	30



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis di Indonesia pada era saat ini sudah kian banyak, dari yang berskala mikro sampai yang makro sehingga persaingan bisnis semakin kompleks. Begitu pula persaingan dalam perdagangan produk maupun jasa semakin menjamur dalam masyarakat. Dalam pengertiannya, bisnis adalah suatu kegiatan yang dilakukan secara terus-menerus mulai dari pengadaan bahan baku, proses produksi, pemasaran dan distribusi kepada konsumen dalam bentuk barang maupun jasa dengan tujuan mendapatkan keuntungan dan kemanfaatan.¹

Dalam menjalankan suatu bisnis, produk maupun jasa yang dijual harus memiliki kualitas yang baik atau sesuai dengan harga yang ditawarkan. Agar suatu usaha dapat bertahan dalam menghadapi persaingan, terutama persaingan dari segi kualitas, pelaku usaha perlu terus meningkatkan kualitas produk atau jasanya. Karena peningkatan kualitas produk dapat membuat konsumen merasa puas terhadap produk atau jasa yang mereka beli, dan akan memengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Kualitas dan peningkatan produk merupakan bagian yang penting dalam strategi pemasaran. Agar dapat bersaing, pedagang harus

¹ Kwat Ismanto, *Manajemen Syari'ah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000), hlm. 21.

dapat memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli (konsumen) dengan berbagai cara, misalnya menyediakan berbagai macam jenis barang kebutuhan sehari-hari, harga yang terjangkau dan barang yang ditawarkan berkualitas baik serta pelayanan yang ramah.²

Jika dilihat dari fenomena yang ada, banyak dijumpai pelaku bisnis yang bersikap curang di tengah persaingannya. Tujuannya adalah untuk memenangkan persaingan dengan maksud untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya, dalam arti tidak ada aspek etika yang terlibat di dalamnya. Dengan demikian, pelaku bisnis bebas meraih keuntungan sebesar-besarnya dengan cara apapun tanpa memedulikan kepentingan pihak lain.³

Dalam dunia bisnis, etika memiliki peran penting bagi perjalanan suatu lembaga usaha. Menurut Rafik Issa Beekun etika bisnis adalah seperangkat prinsip moral yang membedakan antara yang baik dan yang buruk. Etika bisnis juga berperan penting sebagai penentu apa yang harus dilakukan dan tidak dilakukan oleh seorang individu artinya bahwa etika bisnis merupakan bidang ilmu yang bersifat normatif.⁴

Bisnis merupakan aktivitas yang memerlukan tanggung jawab moral dalam pelaksanaannya, sehingga etika dalam praktik bisnis memiliki hubungan yang erat. Bisnis tanpa etika akan membuat praktik bisnis

² Syaeful Amri, *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kebersihan dan Kenyamanan di Pasar Tradisional Terhadap Perpindahan Berbelanja dari Pasar Tradisional ke Pasar Modern di Kota Semarang*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2012), hlm. 24.

³ Muhammad Djakfar, *Anatomi Perilaku Bisnis: Dialektika Etika dengan Realitas*, (Malang: UIN Malang Press, 2009), hlm. 133.

⁴ Rafik Issa Beekun, *Islamic Business Ethics*, (Virginia: The International Institute of Islamic Thought, 1997), hlm. 10.

menjadi tidak terkendali dan justru merugikan tujuan utama dari bisnis itu sendiri. Etika dilaksanakan sesuai dengan tuntutan kebutuhan dunia bisnis. Etika menuntut agar seseorang melakukan ajaran moral tertentu karena ia sadar bahwa hal itu memang bermanfaat dan baik bagi dirinya dan orang lain.⁵ Semua aktivitas bisnis dapat dianggap sebagai profesi karena dalam setiap bisnis dituntut untuk selalu bersikap profesional dan beretika. Setiap aktivitas yang dilakukan oleh manusia, selalu diikuti oleh norma-norma dan etika yang harus dipenuhi agar tidak mengganggu dan merugikan orang lain.

Etika bisnis adalah perwujudan dari nilai-nilai moral. Hal ini disadari oleh sebagian besar pelaku usaha, karena mereka akan berhasil dalam usaha bisnisnya jika menjalankan prinsip-prinsip etika bisnis. Jadi penegakan etika bisnis penting artinya dalam menegakkan persaingan usaha sehat yang kondusif.

Di Indonesia, penegakan etika bisnis dalam persaingan bisnis semakin berat. Kondisi ini terjadi karena banyaknya pelanggaran terhadap etika bisnis oleh para pelaku bisnis itu sendiri, sedangkan pelanggaran etika bisnis tersebut tidak dapat diselesaikan melalui hukum karena sifatnya yang tidak terikat menurut hukum.

Persaingan usaha yang sehat akan menjamin keseimbangan antara hak produsen dan konsumen. Indikator dari persaingan yang sehat adalah tersedianya banyak produsen, harga pasar yang terbentuk antara permintaan

⁵ A. Sonny Keraf, *Etika Bisnis, Tuntunan dan Relevansinya*, (Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 1998), hlm. 17.

dan penawaran pasar, dan peluang yang sama dari setiap usaha dalam bidang industri dan perdagangan. Adanya persaingan yang sehat akan menguntungkan semua pihak termasuk konsumen dan pengusaha kecil serta produsen itu sendiri, karena akan menghindari terjadinya konsentrasi kekuatan pada satu atau beberapa usaha tertentu.

Terdapat hubungan yang erat antara etika bisnis dan persaingan usaha. Hal ini mengakibatkan adanya pengaruh aspek hukum dan aspek etika bisnis yang sangat menentukan terwujudnya persaingan yang sehat. Dalam bisnis, terdapat persaingan yang ketat, yang kadang menyebabkan pelaku bisnis menghalalkan segala cara untuk memperoleh keuntungan usaha dan memenangkan persaingan.

Etika bisnis merupakan suatu bidang ilmu ekonomi yang dapat memahami suatu bisnis persaingan, bagaimana bersikap ataupun berperilaku. Bagaimana era global ini dituntut untuk menciptakan suatu persaingan yang kompetitif sehingga dapat terselesaikan tujuannya dengan baik. Kolusi, korupsi, mengandalkan koneksi, menjadi suatu hal yang biasa dalam tatanan kehidupan bisnis, yang mana prinsip menguasai dan menghalalkan segala cara untuk memenangkan persaingan menjadi suatu hal yang lumrah, padahal etikanya tidak begitu.

Salah satu masjid tertua di Jawa Timur yaitu Masjid Tegalsari, terletak di kawasan Pesantren Tegalsari di Desa Tegalsari Kecamatan Jetis Kabupaten Ponorogo. Pesantren Tegalsari merupakan salah satu lembaga

pendidikan keagamaan yang paling berpengaruh di Jawa abad 18-19.⁶ Masjid yang didirikan sekitar abad ke-18 tersebut awalnya berupa hutan yang dibuka oleh dua saudara yaitu Pangeran Sumende dan Kyai Donopuro untuk membangun masjid dan pesantren.

Salah satu santri yang belajar saat itu bernama Muhammad Besari dari Caruban yang terkenal sangat pandai. Lalu ia dijadikan menantu oleh Kyai Nursalim dari Mantub Ngasinan. Kemudian Muhammad Besari diberi tanah oleh kyai Donopuro di sebelah timur Dusun Setono yang selanjutnya didirikan Masjid sekaligus Pesantren Tegalsari.⁷

Bagi masyarakat Desa Tegalsari sendiri, pada tahun itu perekonomian yang dikembangkan sedang mengalami pertumbuhan yang pesat. Desa Tegalsari terkenal sebagai daerah penghasil dluwang (kertas tradisional) berkualitas tinggi yang diekspor ke berbagai daerah.

Di sisi yang lain, abad 18-19 sendiri merupakan masa yang penuh dengan gejolak, baik secara sosial maupun politik. Beberapa peristiwa seperti geger pacina (1742), Perang Suksesi Jawa III (1746-1755), Perang Jawa (1825-1830), dan kebijakan tanam paksa (1830-1917) merupakan momen-momen krusial dalam perjalanan sejarah Indonesia, khususnya di Pulau Jawa.⁸

⁶ Saifuddin Alif Nurdianto, Hermanu Joebagio, Djono, *Kajian Poskolonial Gerakan Pemikiran dan Sikap Ulama Pesantren Tegalsari dalam Pusaran Konflik Multidimensional di Jawa (1742-1862)*, (Semarang, Jurnal THEOLOGIA, Vol.29, No. 1, 2018), hlm. 189.

⁷ Hadi Kusnanto, Yudi Hartono, *Masjid Tegalsari Jetis Ponorogo (Makna Simbolik dan Potensinya Sebagai Sumber Pembelajaran Sejarah Lokal)*, (Madiun, Gulawentah: Jurnal Studi Sosial, Vol. 2, No. 1, 2017), hlm. 43.

⁸ Saifuddin Alif Nurdianto, Hermanu Joebagio, Djono, *Kajian Poskolonial Gerakan Pemikiran dan Sikap Ulama Pesantren Tegalsari dalam Pusaran Konflik Multidimensional di Jawa (1742-1862)*,... hlm. 189.

Masjid yang berdiri beberapa abad silam ini dulunya merupakan pusat penyiaran agama Islam terbesar di wilayah Kabupaten Ponorogo pada masa itu. Di masjid itu pula didirikan Pesantren Tegalsari yang amat tersohor dan mempunyai ribuan santri, berasal dari seluruh tanah Jawa dan sekitarnya. Di antara santri-santrinya yang terkenal adalah Raden Ngabehi Ronggowarsito seorang Pujangga Jawa yang masyhur dan tokoh Pergerakan Nasional H.O.S. Cokroaminoto.

Di sekitaran Masjid Tegalsari terdapat desa yang tertata rapi karena rumah-rumah penduduk telah tertata dan para penduduk memagari rumahnya dengan dinding-dinding dari batu bata dan bebatuan.⁹ Dawam menunjukkan bahwa Pesantren Tegalsari didirikan oleh Kiai Ageng Mohamad Besari yang berasal dari keturunan Brawijaya V dan Sunan Ampel. Darah dari dua tokoh besar tanah Jawa yang mengalir dalam diri Kiai Ageng Mohamad Besari dan keturunan-keturunannya menyebabkan pesantren yang mereka pimpin, secara sosiologis, mendapatkan legitimasi yang kuat dari masyarakat. Beberapa pesantren yang didirikan oleh keturunan dari Kiai Ageng Mohamad Besari antara lain Pondok Modern Darussalam Gontor, Pesantren Coper, Pesantren Darul Hikam Joresan, dan Pesantren Darul Huda Mayak.¹⁰

⁹ F. Fokkens, *De Priesterschool Te Tegalsari*, (Indian, Taal-, Land- En Volkenkunde, 1877), hlm. 334.

¹⁰ Dawam Multazam, *The Dynamics of Tegalsari (Santri and Descendants of Pesantren Tegalsari Ponorogo Kiai's in 19-20th)*, (Ponorogo, Qalamuna 9, no. 1, 2017), hlm. 91–110.

Dilihat dari topografinya, wilayah Desa Tegalsari dikategorikan sebagai daerah datar dan landai. Sebelum dibuka oleh Kiai Ageng Mohamad Besari, sesuai dengan namanya, wilayah Desa Tegalsari merupakan tanah tegal.¹¹ Dalam perjalanannya, tanah tegal ini secara bertahap berubah fungsi menjadi tanah pertanian.

Sebagian besar masyarakat Desa Tegalsari pada abad ke-18-19 bermata pencaharian sebagai petani, sebagaimana layaknya kehidupan masyarakat Jawa pada umumnya. Komoditas pertanian yang paling banyak ditanam adalah padi dan kedelai. Kegiatan perekonomian mulai berkembang ke sektor lain seiring dengan perkembangan Pesantren Tegalsari. Kegiatan literasi yang dilakukan di Pesantren Tegalsari menyebabkan masyarakat sekitar berusaha memenuhi kebutuhan tersebut. Salah satu yang paling dibutuhkan dalam kegiatan literasi adalah kertas, sehingga masyarakat berusaha memproduksi kertas guna menunjang aktifitas literasi di pesantren.

Abad ke-18, kertas dari Cina yang berbahan dasar bambu sudah dikenal oleh masyarakat Jawa. Tetapi entah karena alasan apa, kertas dari Cina ini kurang diminati oleh masyarakat Jawa. Masyarakat Jawa lebih menyukai penggunaan *dluwang* yang berbahan dasar kulit pohon kelapa (*glugu*) sebagai media untuk menulis. Oleh karena itu *dluwang* sering

¹¹ Tanah tegal adalah daerah lahan kering yang bergantung pada pengairan air hujan dan ditanami tanaman non-musiman (palawija). Peter H. Lindert, *Shifting Ground: The Changing Agricultural Soils of China and Indonesia* (London: The MIT Press, 2000), hlm. 166.

disebut oleh kaum kolonial dengan istilah *Javanese paper*.¹² *Dluwang*, dalam perkembangannya, tidak hanya digunakan untuk kebutuhan pesantren, tetapi juga dijual ke daerah lain. Oleh sebab itu, masyarakat Tegalsari kemudian memproduksi *dluwang* dalam jumlah besar. Dari perdagangan *dluwang* inilah masyarakat Desa Tegalsari menggantungkan hidupnya di samping dari sektor pertanian.

Memasuki abad ke-19, produksi *dluwang* di Jawa mengalami penurunan yang signifikan karena masyarakat beralih ke kertas buatan Eropa dengan kualitas yang lebih baik. Pada abad ke-19, Tegalsari menjadi salah satu dari sedikit daerah yang masih memproduksi *dluwang*. Oleh karena itu, pada abad ke-19 *dluwang* juga sering disebut dengan istilah *Ponorogo paper*.¹³ Kegiatan perekonomian masyarakat Tegalsari yang dinamis menjadikan desa ini menjadi salah satu daerah paling ramai di Kota Ponorogo. Fokkens mencatat, di akhir abad ke-19 jumlah penduduk Desa Tegalsari mencapai 1.679 jiwa, jumlah yang cukup besar untuk ukuran desa di abad ke-19.¹⁴

Berkaitan dengan hubungan antara agama dan semangat kapitalisme atau etos kerja, Max Weber menyatakan di dalam tesisnya bahwa semangat kapitalisme komunitas Islam tidak bisa tumbuh akibat Kultur Patrimonialisme di dalam tubuh Islam.¹⁵ Dalam kasus masyarakat Tegalsari

¹² R. Teygeler, *Dluwang, a Near-Paper from Indonesia*, dalam IPH Congress Book 1996, vol. 11 (Marburg: International Association of Paperhistorians, 1996), hlm. 134 - 45.

¹³ Claude Guillot, *Le Dluwang ou: Papier Javanais*, (Archipel 26, 1983), hlm. 105.

¹⁴ Fokkens, *De Priesterschool te Tegalsari*,... Hlm. 325.

¹⁵ Radjasa Mu'tasim, Timbul Haryono, dan St. Sunardi, *Agama dan Pariwisata*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), hlm. 4.

di atas, tampaknya tesis dari Weber tidak relevan dengan fakta yang ada. Kasus di Tegalsari menunjukkan bahwa Kultur Patrimonialisme yang menempatkan kiai sebagai patron dan masyarakat sebagai klien ternyata justru dapat meningkatkan semangat kapitalisme masyarakat Tegalsari dengan produksi *dluwang*. Kasus di Tegalsari pada abad 18-19 juga membantah pernyataan Weber bahwa agama Islam, Katolik, dan Budha adalah agama-agama yang tidak mendukung proses produksi, sebagai prasyarat munculnya kapitalisme awal, karena ketiganya dianggap agama yang menyebarkan paham asketik dan hidup membiara, serta agama prajurit, bukan agama kapital.¹⁶

Setelah sekian abad berlalu, sekitar tahun 1970 pesantren ini mulai sepi. Namun, karena memiliki nilai sejarah maka masyarakat setempat tetap menjaga dan melestarikan wilayah masjid Tegalsari tersebut. Ditambah lagi banyak pondok pesantren turunan Tegalsari yang berdiri di wilayah Ponorogo seperti yang disebutkan di atas.

Kini masyarakat sekitar menjadikan masjid dan makam Kyai Ageng Mohammad Besari Tegalsari Ponorogo sebagai tempat wisata religi, yang mana tidak hanya sekedar wisata yang sekedar didatangi para pengunjung, akan tetapi juga bermuatan pendidikan Islam melalui berbagai kegiatan wisata, yakni ziarah kubur, *istighatsah*, *i'tikaf*, shalat sunnah, serta memfasilitasi santri mukim guna terjadi internalisasi nilai-nilai pendidikan

¹⁶ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta: Penebar Plus, 2012), hlm. 91.

Islam dengan beragam bentuk dan metode, baik secara langsung maupun tidak langsung. Peziarah banyak yang datang ke makam Kyai Ageng Mohammad Besari pada bulan Syaban, Ramadhan, hari khaul dan pada hari-hari tertentu. Sejarah kebesaran Tegalsari bermula dari prestasi pendidikan Islam yang pernah ditorehkannya, hingga sejarah mencatatnya sebagai pondok pesantren terbesar di Indonesia. Keunikan Tegalsari dalam konteks ini adalah bekas kebesarannya di bidang pendidikan Islam, pasca kesurutannya, hingga kini seolah tidak berbekas, tetapi yang menonjol justru aspek wisata religiusnya, dan lebih sempit berkisar pada obyek wisata ziarah kubur.

Saat ini di sekitar masjid telah dibangun lapak untuk para pedagang disana, baik lapak tetap yang berupa bangunan permanen maupun yang tidak. Hampir setiap hari selalu ada tamu yang berkunjung, itu yang menjadikan para pedagang meminati wilayah sekitar masjid sebagai lapak yang menguntungkan bagi mereka.

Umumnya masjid akan ramai pada setiap malam jum'at atau kamis malam, di malam ini banyak peziarah yang mengunjungi makam. Karena intensitas pengunjung yang tinggi, maka di malam ini juga biasanya banyak pedagang jauh yang menjajakan dagangannya. Mulai dari perlengkapan sholat seperti sarung, sajadah, al-qur'an, peci, hingga souvenir dengan berbagai macam bentuk.

Semangat wirausaha inilah yang kemudian menjadi salah satu faktor penting dalam berkembangnya masjid Tegalsari, dengan kata lain, Islam

sangat menganjurkan umatnya untuk mencari harta atau nafkah dalam rangka mencukupi kebutuhan pribadi dan keluarganya. Mencari harta atau nafkah bagi orang Islam adalah merupakan perbuatan yang sangat mulia, bahkan dianggap sebagai perbuatan yang bernilai ibadah.

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Penelitian ini berfokus kepada para pedagang sekitar tempat penelitian yaitu Masjid Tegalsari Ponorogo. Fenomena ini sangat menarik jika dikaji dengan perspektif etika bisnis Islam. Hal inilah yang menjadi faktor pendorong utama penelitian ini, karenanya peneliti memfokuskan objek penelitiannya kepada para pedagang yang menjajakan dagangannya di sekitar Masjid Tegalsari Kecamatan Jetis Ponorogo. Pertanyaan peneliti lahir dari hasil observasi di lapangan terkait mekanisme penjualan dan penerapan Etika Bisnis Islam yang diterapkan oleh para pedagang.

Bagaimana Perilaku Pedagang di Sekitar Masjid Tegalsari Ponorogo
Ditinjau Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini merujuk kepada masalah yang telah dirumuskan yaitu untuk mengetahui, meninjau, serta menggali secara mendalam mengenai perilaku pedagang yang ada di sekitar masjid Tegalsari Ponorogo, yang kemudian dijelaskan terhadap

perspektif etika bisnis Islam. Secara lebih jelas, tujuan penelitian dijelaskan dalam poin berikut:

Menganalisa dan Mendeskripsikan Lebih Dalam Tentang Perilaku Pedagang di Sekitar Masjid Tegalsari, Jetis, Ponorogo Melalui Perspektif Etika Bisnis Islam.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang terpusat di masjid Tegalsari Kecamatan Jetis Ponorogo ini menyangkut beberapa hal, yaitu:

- a. Manfaat teoritis penelitian ini yaitu memberikan sumbangsih pemikiran dalam khazanah keilmuan ekonomi Islam dalam hal perilaku pedagang perspektif etika bisnis Islam.
- b. Manfaat praktis dalam penelitian ini yaitu memicu berkembangnya proses ekonomi para pedagang dan meningkatkan semangat dalam melakukan aktivitas perdagangan khususnya di area sekitar Masjid Tegalsari Jetis Ponorogo, serta memberikan pengertian terhadap masyarakat tentang pentingnya etika bisnis Islam dalam menjalankan usahanya, baik dari sisi pedagang itu sendiri maupun konsumen. Hal yang tidak kalah penting yaitu agar para pedagang kedepannya dapat meningkatkan serta menumbuhkan semangat berwirausaha/ berdagang bagi diri sendiri maupun masyarakat lain.

D. Sistematika Pembahasan

Dengan tujuan agar penelitian ini mudah untuk dimengerti, serta untuk menunjukkan bahwa penelitian ini merupakan kajian yang lengkap dan komprehensif maka dibuatlah sistematika pembahasan sebagai berikut:

Bab pertama memuat latar belakang masalah, pertanyaan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian. Pada latar belakang masalah, dikemukakan alasan-alasan, atau faktor-faktor yang mendukung tentang masalah yang diangkat dalam penelitian, pada bagian ini pula dipaparkan secara mendalam mengenai hal-hal yang menjadi urgensi dalam penelitian. Kemudian pertanyaan penelitian digunakan untuk memperjelas masalah-masalah yang ingin dipecahkan sekaligus sebagai alat untuk memfokuskan pikiran peneliti pada hasil atau pada jawaban yang dicari. Selanjutnya dipaparkan pula tujuan dan manfaat penelitian secara teoritis dan praktis.

Bab kedua berisi tentang kajian penelitian terdahulu, yakni penjelasan mendalam terkait dengan literatur-literatur, berbentuk buku maupun karya ilmiah lainnya yang sesuai dengan topik penelitian. Fungsinya adalah untuk menghindari plagiasi dan kebaruan dari penelitian yang dilakukan. Dalam bab ini juga terdapat kerangka teori yang diperlukan sebagai alat untuk mengkritisi masalah yang dikupas dalam penelitian. Teori dalam penelitian ini memuat pembahasan mengenai bentuk perilaku pedagang dalam perspektif etika bisnis Islam baik secara etimologi maupun terminologi. Landasan tentang perilaku pedagang dan etika bisnis Islam serta teori-teori pendukung lainnya.

Bab ketiga berisi tentang metode penelitian yang termasuk di dalamnya jenis penelitian, subyek dan obyek penelitian, lokasi penelitian, sampel hingga tehnik pengumpulan data.

Bab keempat pada tesis ini memuat tentang hasil dan pembahasan penelitian yang menguraikan secara mendalam mengenai pola perilaku pedagang dalam perspektif etika bisnis Islam di Masjid Tegalsari Kecamatan Jetis, Ponorogo.

Bab terakhir, yang juga merupakan bab kelima terdiri dari penutup, termasuk di dalamnya juga yakni kesimpulan dari keseluruhan informasi-informasi yang ada dalam bab sebelumnya dan saran terkait dengan hal tersebut.

BAB II

KAJIAN PENELITIAN TERDAHULU DAN KERANGKA TEORI

A. Kajian Penelitian terdahulu

Dalam upaya untuk mendukung penelitian ini, maka peneliti berusaha mencari pembahasan sejenis yang terkait dengan tema penelitian, dilakukan melalui jurnal dan buku dengan tema perilaku pedagang ditinjau menurut perspektif etika bisnis Islam untuk mendapat konsep, teori, atau model-model yang dielaborasi ke dalam penelitian sebagai penyempurna. Dapat juga digunakan sebagai kajian untuk menghindari duplikasi. Disini, peneliti menyajikan 15 jurnal terkait perilaku pedagang perspektif etika bisnis Islam.

Tabel 1: Jurnal Terkait Penelitian

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Al-Bara, 2016	ANALISIS PENGARUH PERILAKU PEDAGANG TERHADAP INFLASI	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berapa besar pengaruh perilaku pedagang terhadap kenaikan inflasi.	Desain penelitian yang digunakan yaitu desain penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda didukung	Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa secara simultan variabel penimbunan barang, isue beredar, kelangkaan barang dan kenaikan harga jual

				dengan uji model dan uji statistik dengan menggunakan bantuan program Eviews versi 8.	berpengaruh terhadap inflasi. Studi ini menunjukkan, bahwa penimbunan barang, isu beredar, kelangkaan barang dan kenaikan harga secara simultan mempengaruhi tingkat inflasi di kota Medan. ¹
2	Mirna Wati & Bambang Sudiby, 2016	PENGARUH PENDIDIKAN ETIKA BISNIS DAN RELIGIUSITAS TERHADAP PERSEPSI ETIS MAHASISWA AKUNTANSI	Penelitian ini bertujuan melihat hubungan antara pendidikan etika, gender, religiusitas, dan performa akademik terhadap persepsi etis mahasiswa.	Pengambilan sampel menggunakan metode <i>purposive sampling</i> . Dengan metode <i>purposive sampling</i> diharapkan kriteria sampel yang diperoleh benar-benar sesuai dengan tujuan penelitian, dan jenis metode <i>purposive sampling</i>	Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat perbedaan persepsi etis yang signifikan antara mahasiswa/i yang sudah atau sedang mengambil mata kuliah etika bisnis dengan mahasiswa/i yang belum dan antara mahasiswa

¹ Al-Bara, "Analisis Pengaruh Perilaku Pedagang Terhadap Inflasi", *Analytica Islamica*, (Vol. 5, No. 2, 2016), hlm. 242.

				yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode <i>quota sampling</i> .	laki-laki dan mahasiswa perempuan. Hal ini dibuktikan dengan hasil <i>Levene's Test</i> dengan probabilitas masing-masing sebesar 0,004 dan 0,016 kurang dari 0,05 dan terdapat perbedaan rata-rata nilai dari hasil uji beda <i>independent t-test</i> antara mahasiswa/i yang sudah atau sedang mengambil mata kuliah etika bisnis dengan mahasiswa/i yang belum dan antara mahasiswa perempuan dan laki-laki. ²
3	Rita Indah Mustikowati & Sri Wilujeng, 2016	RELIGIUSITAS DAN KEWIRAUSAHAAN; FAKTOR KRITIS DALAM MENCAPAI KINERJA	Tujuan penelitian ini adalah mengetahui sejauh mana tingkat	Pengambilan sampel dilakukan dengan metode <i>probability sampling</i> ,	Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa semua faktor yang ada pada

² Mirna Wati, Bambang Sudibyo, "Pengaruh Pendidikan Etika Bisnis dan Religiusitas Terhadap Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi", Jurnal *Economia*, (Vol. 12, No. 2, 2016), hlm. 197.

		BISNIS PADA UKM DI KABUPATEN MALANG	religiusitas yang dimiliki oleh seseorang akan mempengaruhi pencapaian kinerja perusahaan, termasuk UKM.	dengan teknik <i>Proportional Random Sampling</i> . Metode analisis data yang digunakan adalah Regresi Berganda.	konsep religiusitas, meliputi kejujuran, etika, moral dan sikap saling menghargai berpengaruh terhadap peningkatan kinerja bisnis. Dengan demikian, agar kinerja bisnis yang dicapai dapat meningkat, maka para pengusaha UKM di Kabupaten Malang harus meningkatkan tingkat religiusitas yang dimiliki. ³
4	Akrim Ashal Lubis, 2017	ANALISIS ASPEK RELIGIUSITAS TERHADAP ETIKA BISNIS PEDAGANG PASAR MUSLIM PUSAT PASAR KOTA MEDAN	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis aspek religiusitas terhadap etika bisnis pedagang pasar pengusaha muslim	Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dengan pendekatan kajian pustaka dan studi lapangan di pusat pasar	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa aspek religi berkontribusi dalam meningkatkan etika bisnis pedagang pusat pasar kota Medan. Maka,

³ Rita Indah Mustikowati, Sri Wilujeng, "Religiusitas dan Kewirausahaan; Faktor Kritis dalam Mencapai Kinerja Bisnis pada UKM di Kabupaten Malang", Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis, (Vol. 3, No. 2, 2016), hlm. 102.

			pusat pasar kota Medan.	kota Medan dengan populasi berjumlah 490 responden dengan teknik sampling sejumlah 97 responden.	semakin tinggi tingkat religiusitas pedagang pasar akan semakin meningkat pula etikanya dalam berbisnis. ⁴
5	Galuh Anggraeny, 2017	PEMBELAJARAN DAN IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM STUDI PADA MAHASISWA AKUNTANSI SYARIAH IAIN SURAKARTA	Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi praktik pembelajaran etika bisnis Islam, serta implementasinya di kalangan mahasiswa akuntansi syariah IAIN Surakarta.	Metode yang dilakukan didasarkan pada penelitian dengan pendekatan deskriptif kualitatif mengenai proses pembelajaran dan implementasi etika bisnis Islam di kalangan mahasiswa IAIN Surakarta.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik pembelajaran etika bisnis Islam sudah bisa diterima dengan baik oleh mahasiswa. Etika bisnis Islam juga sudah mulai diterapkan dalam praktik bisnis oleh mahasiswa, seperti menghindari transaksi yang dilarang, tidak mengurangi timbangan, dan tidak mengambil keuntungan yang terlalu tinggi. Narasumber

⁴ Akrim Ashal Lubis, "Analisis Aspek Religiusitas Terhadap Etika Bisnis Pedagang Pasar Muslim Pusat Pasar Kota Medan", *Dusturiyah*, (Vol. VII, No. 1, 2017), hlm. 3.

					juga menyadari pentingnya etika dalam berbisnis, sehingga etika bisnis Islam perlu untuk disosialisasikan kepada masyarakat luas, agar etika bisnis Islam dapat diimplementasikan di seluruh kegiatan bisnis. ⁵
6	Bustami, 2017	PERILAKU PEDAGANG KERAJINAN DALAM MENAIKKAN DAN MENDISKRIMINASI HARGA PASAR DITINJAU MENURUT HUKUM EKONOMI SYARI'AH (STUDI KASUS DI PASAR BERINGHARJO)	Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan kejelasan pembahasan sebagai berikut: 1) bagaimana praktek jual beli para pedagang kerajinan di pasar Beringharjo Yogyakarta, dan 2) bagaimana pandangan hukum Islam	Penelitian ini adalah penelitian lapangan di mana penyusunan menggunakan field research yang mencari sumber data secara langsung di lapangan atau kepada penjual kerajinan di pasar Beringharjo Yogyakarta. Metode pengumpulan data	Adapun temuan penelitian sebagai berikut: kenaikan harga dan diskrimansi harga yang dilakukan oleh pedagang kerajinan yang ada di pasar Beringharjo merupakan kebiasaan masyarakat setempat yang berlangsung secara terus menerus dilakukan. Sehingga

⁵ Galuh Anggraeny, "Pembelajaran dan Implementasi Etika Bisnis Islam Studi pada Mahasiswa Akuntansi Syariah IAIN Surakarta", *Academica*, (Vol. 1, No. 2, 2017), hlm. 231.

			terhadap transaksi para pedagang kerajinan di pasar Beringharjo Yogyakarta .	menggunakan: observasi penelitian, interview atau wawancara dan dokumentasi.	dapat dikategorikan sebagai adat istiadat masyarakat yang jika dinilai sudah sesuai berdasarkan pada konsepsi hukum Islam (konsep adat atau <i>al-'Urf</i>), selama hal tersebut tidak bertentangan dengan al-Qur'an dan al-Hadis. ⁶
7	Muhammad Reza Ardianto, 2017	PERILAKU SOSIAL PEDAGANG HANDPHONE/ GADGET DI PASAR TRADISIONAL KLITIKAN PAKUNCEN DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku sosial pedagang handphone/ gadget di Pasar Tradisional Klitikan Pakuncen Daerah Istimewa Yogyakarta, yaitu pada perilaku sosial,	Desain dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, teknik pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi, dan Guna menjamin validitas data, peneliti menggunakan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku sosial pedagang di Pasar Klitikan Pakuncen dapat dilihat dari interaksinya dengan sesama pedagang handphone/gadget di pasar adalah baik dan ada kerjasamanya, karena setiap manusia dalam kehidupan

⁶ Bustami, "Perilaku Pedagang Kerajinan dalam Menaikkan dan Mendiskriminasi Harga Pasar Ditinjau Menurut Hukum Ekonomi Syari'ah (Studi Kasus di Pasar Beringharjo)", Al-Qisthu, (Vol. 15, No. 2, 2017), hlm. 49.

			interaksi sosial.	n teknik triangulasi sumber.	sosial akan membutuhkan dan berhubungan satu dengan yang lainnya. Kemudian dari hal tersebut mereka akan berhubungan melalui kontak maupun komunikasi. Komunikasi yang dilakukan secara dua arah lebih membantu mereka dalam mendapatkan informasi secara sempurna. Interaksi pedagang dengan konsumen/pe mbeli yang berada di pasar berjalan dengan baik dan ramah serta senang hati melayani konsumen. ⁷
8	Safaah Restuning Hayati, 2017	STRATEGI PENGUATAN BMT BERDASARKAN PERILAKU PEDAGANG	Penelitian ini bertujuan untuk	Penelitian dengan menggunakan metode	Hasil olah data menemukan 3 <i>segmen/cluster</i> , di mana

⁷ Muhammad Reza Ardianto, "Perilaku Sosial Pedagang Handphone/gadget di Pasar Tradisional Klitikan Pakuncen Daerah Istimewa Yogyakarta", Jurnal Pendidikan Luar Sekolah, (Vol. VI, No. 02, 2017), hlm. 187.

		DI PASAR TRADISIONAL	menemukan strategi penguatan BMT melalui segmentasi pasar.	kuantitatif-deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih, tanpa menghubungkannya dengan variabel lain, dan jenis data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan dengan instrumen kuesioner.	masing-masing segmen memiliki faktor pertimbangan berbeda dalam memutuskan untuk mengajukan pembiayaan di BMT. Strategi utama yang harus dilakukan BMT adalah meningkatkan literasi keuangan syariah bagi pedagang di pasar tradisional dan membuat inovasi produk pembiayaan yang sesuai dengan kondisi pedagang yang <i>unbankable</i> . ⁸
9	Devi Faradiska & Rinda Asytuti, 2019	PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM, RELIGIUSITAS, DAN KREATIVITAS TERHADAP KEUNTUNGAN PENGUSAHA KONFEKSI	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh etika bisnis Islam dan religiusitas terhadap keuntungan	Penelitian ini menggunakan <i>non probability sampling</i> dengan teknik <i>convenience sampling</i> menggunakan 60	Hasil Penelitian mendukung dugaan bahwa etika bisnis Islam dan religiusitas merupakan dua komponen penting yang mempengaruhi

⁸ Saafah Restuning Hayati, "Strategi Penguatan BMT Berdasarkan Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional", Masharif Al-Syariah, (Vol. 2, No. 2, 2017), hlm. 1.

			pengusaha konfeksi di Desa Pucung Tirto Pekalongan .	responden yang kemudian data dianalisis dengan regresi liner berganda.	keuntungan pengusaha. ⁹
10	Ali Wardhana, 2019	PENGARUH RELIGIUSITAS TERHADAP ETIKA KONSUMEN PADA GENERASI MILENIAL	Tujuan penelitian ini hendak melihat pengaruh religiusitas terhadap etika konsumen pada generasi milenial.	Penelitian ini menggunakan data primer dan instrumen penelitian berupa kuisisioner, dan desain metodologi yang digunakan berupa <i>cross sectional</i> , mengingat informasi akan diperoleh dengan menggunakan sampel pada satu titik waktu tertentu.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa intrinsic religiosity berpengaruh negatif pada penilaian etika sedangkan extrinsic religiosity memberi pengaruh positif pada penilaian etika. ¹⁰
11	Imam Hidayat & Fattah Hidayat, 2019	PERSPEKTIF PSIKOLOGI EKONOMI TERHADAP PERILAKU PEDAGANG CABE DI JAWA	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perpektif psikologi ekonomi	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Alat analisis yang digunakan	Penelitian ini menunjukkan bahwa salah satu tujuan penting dari perdagangan cabe adalah untuk

⁹ Devi Faradiska, Rinda Asytuti, “Penerapan Etika Bisnis Islam, Religiusitas, dan Kreativitas Terhadap Keuntungan Pengusaha Konfeksi”, Serambi, (Vol. 1, No. 3, 2019), hlm. 81.

¹⁰ Ali Wardana, “Pengaruh Religiusitas Terhadap Etika Konsumen pada Generasi Milenial”, Capital, (Vol. 2, No. 2, 2019), hlm. 175.

			terhadap perilaku pedagang cabe di Jawa.	adalah <i>literature study</i> yaitu mengkomparasikan kajian teori dari berbagai sumber.	meningkatkan indeks rendah perdagangan cabe para pedagang, petani, jasa transportasi, rumah makan dan konsumen pribadi dan keluarga. ¹¹
12	Kataruddin Tiakoly, Abdul Wahab & Syaharuddin, 2019	PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA USAHA PEDAGANG BARANG CAMPURAN DI PASAR TRADISIONAL GAMALAMA	Penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana konsep penerapan etika bisnis Islam dan bagaimana bentuk penerapan etika bisnis Islam yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW pada usaha pedagang barang campuran di pasar tradisional Gamalama Kota Ternate.	Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini dikelompokkan sebagai penelitian diskriptif kualitatif.	Terdapat dua kesimpulan didalam penelitian ini, yaitu: Pertama, mayoritas pedagang barang campuran di pasar Gamalama Kota Ternate telah memahami etika bisnis Islam dan menerapkan konsep etika bisnis Islam sebagaimana yang dicontohkan oleh Rasulullah dalam berdagang. Kedua, berdasarkan pemahaman dan penerapan konsep etika bisnis Islam

¹¹ Imam Hidayat, Fattah Hidayat, “*Perspektif Psikologi Ekonomi Terhadap Perilaku Pedagang Cabe di Jawa*”, Referensi; Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi, (Vol. 7, No. 1, 2019), hlm. 22.

					yang telah dipahami dan diterapkan oleh sebagian pedagang di pasar Gamalama Kota Ternate sebagaimana yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW, maka penerapan etika bisnis Islam dapat membentuk sikap kejujuran, keadilan, serta suka sama-sama suka dalam berdagang. ¹²
13	M. Rasyid Hidayat & Amelia Rahmaniah, 2019	PERILAKU PEDAGANG DI PASAR TRADISIONAL SENTRA ANTASARI BANJARMASIN DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM	Penelitian ini membahas tentang etika bisnis Islam dalam berdagang di Pasar Sentra Antasari, Banjarmasin, Kalimantan Selatan.	Penelitian ini bersifat lapangan (<i>field research</i>) dengan metode kualitatif yang dilakukan secara deskriptif analisis.	Hasil penelitian menemukan bahwa para pedagang di pasar tradisional Sentra Antasari Banjarmasin sebagian telah menerapkan etika bisnis Islam ketika mereka

¹² Kataruddin Tiakoly, Abdul Wahab & Syaharuddin, "Penerapan Etika Bisnis Islam pada Usaha Pedagang Barang Campuran di Pasar Tradisional Gamalama", Jurnal Iqtisaduna, (Vol 5 No. 1, 2019), hlm. 122.

					berdagang, hal ini dilihat bahwa mereka tidak menyembunyikan cacat, adil dalam timbangan, tidak memaksa pembeli untuk membeli, tidak melarang pedagang lain berjualan yang sama di samping mereka, menepati janji dan bertanggungjawab atas kualitas barang dagangannya, serta memberikan kelonggaran waktu bagi pelanggan yang berhutang. ¹³
14	Komari, 2020	ANALISIS PERILAKU PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DALAM ETIKA BISNIS ISLAM	Penelitian ini membahas perilaku pedagang di Pasar Tradisional Ngentrong Tulungagung dalam	Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari delapan unsur perilaku pedagang Pasar Tradisional Ngentrong,

¹³ M. Rasyid Hidayat, Amelia Rahmaniah, "Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Sentra Antasari Banjarmasin dalam Perspektif Etika Bisnis Islam", *Journal of Islamic and Law Studies* (Vol. 3, No. 2, 2019), hlm. 92.

			etika bisnis Islam, yang bertujuan untuk menunjukkan kejujuran, ketelitian, serta keramahan dalam perdagangan.		yang di antaranya ialah; takaran, kualitas produk, keramahan, penepatan janji, pelayanan, empati, persaingan dan pencatatan transaksi ada beberapa pedagang yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam. Namun disisi lain juga terdapat perilaku pedagang yang sesuai dengan etika bisnis Islam. ¹⁴
15	Syarifah Gustiawati Mukri, Suyud Arif & Ahmad Mukri Aji, 2020	SURVEI EXISTING PERILAKU PEDAGANG PASAR TRADISIONAL TERHADAP PRAKTIK BISNIS ISLAM DI KABUPATEN BOGOR	Permasalahan yang dianalisis dalam penelitian ini terkait sejauh mana tingkat kejujuran pedagang dalam menjajaki barang dagangann	Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode penelitian survei.	Berdasarkan hasil survei di lapangan ditemukan hasil timbangan yang belum sesuai dengan yang sebenarnya, dan dapat menyebabkan kerugian dan kezaliman di pihak

¹⁴ Komari, "Analisis Perilaku Pedagang Pasar Tradisional dalam Etika Bisnis Islam", At-Tujjar, (Vol. 08, No. 01, 2020), hlm. 15.

			ya, sehingga tercipta pasar yang ramah, menyejahterakan serta membawa kemaslahatan.		pelanggan maupun di pihak pedagang. ¹⁵
--	--	--	---	--	---

Sebagaimana yang telah dipaparkan tabel di atas bahwa, penelitian ini berbeda dengan 15 penelitian terdahulu. Adapun secara sekilas terlihat secara garis besar masalah akademiknya mengarah kepada perilaku pedagang dan etika bisnis Islam. Demikian itu mungkin sedikit menunjukkan adanya persamaan dengan apa yang digambarkan pada penelitian terdahulu. Tetapi jika dilihat dari sisi kerangka teori, dapat diketahui perbedaan yang spesifik ditunjukkan dalam penelitian ini yaitu berawal dari judul pembahasan yang diangkat oleh penulis yakni memakai tempat meneliti yang berbeda dari sebelumnya yaitu di Masjid Tegalsari Kecamatan Jetis Ponorogo.

Bisa dilihat bahwa penelitian ini secara akademik belum ada di penelitian terdahulu. Demikian pula dengan perilaku pedagang memakai perspektif etika bisnis Islam, inilah yang menjadi tolak ukur penulis dalam mengkaji dan membimbing alur penelitian ini sehingga pembahasan yang dikaji lebih spesifik lagi dalam rangka pencapaian tujuan penelitian.

¹⁵ Syarifah Gustiawati Mukri, Suyud Arif, Ahmad Mukri Aji, “*Survei Existing Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Terhadap Praktik Bisnis Islam di Kabupaten Bogor*”, SALAM; Jurnal Sosial & Budaya Syar-i, (Vol. 7, No. 1, 2020), hlm. 75.

Adapun analisis yang digunakan dalam penelitian ini dengan 15 penelitian terdahulu menunjukkan perbedaan yang signifikan. Hasil yang ditemukan di tempat penelitian yaitu di Masjid Tegalsari, Kecamatan Jetis, Ponorogo terkait dengan perilaku pedagang sekitar Masjid Tegalsari. Dalam penelitian ini secara spesifik, pembahasan dimulai dari bagaimana perilaku para pedagang dalam bermuamalah hingga religiusitas menggunakan perspektif etika bisnis Islam.

Hasil yang ditunjukkan penelitian ini sangatlah berbeda dengan 15 penelitian terdahulu yang disebutkan di atas. Sebagaimana diketahui, melalui penelitian yang penulis paparkan merupakan pembahasan tentang perilaku pedagang yang menggambarkan bagaimana mekanisme perdagangan atau jual beli yang berlangsung antara pedagang dan pembeli. Adapun di bidang religiusitas, letak lapak para pedagang yang menjadi target penelitian ini ialah sekitar masjid, yaitu Masjid Tegalsari Kecamatan Jetis, Ponorogo, yang mana diharapkan memiliki dampak terhadap masyarakat khususnya para pedagang sekitar masjid dalam ranah religiusitas. Poin penting lainnya pada penelitian ini yaitu, dalam penarikan kesimpulan penulis mengkaji secara mendalam mulai dari awal sampai akhir penelitian yang ada di lapangan serta mensinergikan fenomena tersebut melalui perspektif etika bisnis Islam, sehingga nantinya dapat menghasilkan sebuah tujuan yang menjadi kesimpulan akhir terkait sudah atau belum optimalnya perilaku para pedagang menurut etika bisnis dalam Islam yang ada di Masjid Tegalsari, Kecamatan Jetis, Ponorogo.

B. Kerangka Teori

1. Perilaku Pedagang

Pengertian perilaku pedagang tersusun dari dua kata, yaitu kata perilaku dan pedagang. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan.¹⁶ Sejalan dengan itu Purwanto menyebutkan di dalam bukunya yang dikutip oleh Zakiyah dan Bintang Wirawan bahwasannya perilaku adalah segala tindakan atau perbuatan manusia yang kelihatan atau tidak kelihatan yang disadari maupun tidak disadari termasuk di dalamnya cara berbicara, cara melakukan sesuatu dan bereaksi terhadap segala sesuatu yang datangnya dari luar maupun dari dalam dirinya.¹⁷

Para ahli memiliki pandangan masing-masing tentang pengertian perilaku ini. Petty Cocopio mengartikan perilaku adalah evaluasi umum yang dibuat manusia terhadap dirinya sendiri, objek atau isu. Adapun faktor-faktor yang memengaruhi perilaku manusia, di antaranya adalah faktor personal dan situasional.¹⁸

Dan menurut Skinner seorang ahli psikologi, merumuskan bahwa perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap rangsangan dari luar. Skinner membedakan perilaku tersebut menjadi dua jenis proses, yang

¹⁶ KBBI, 2020. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). [Online] dikutip dari: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/perilaku>, diakses pada hari sabtu tanggal 7 maret 2020 jam 11.07 WIB.

¹⁷ Zakiyah dan Bintang Wirawan, *Pemahaman Nilai-Nilai Syari'ah Terhadap Perilaku Berdagang (Studi pada Pedagang di Pasar Bambu Kuning Bandar Lampung)*, (Jurnal Sociologie, Vol. 1, No. 4, 2013), hlm. 331.

¹⁸ Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005), hlm. 32.

pertama yaitu *Respondent Respon* atau *Reflexive*. Stimulus semacam ini disebut *Electing Stimulaton* karena menimbulkan respon yang relatif tetap. Sedangkan proses yang kedua ialah *Operant Respon* atau *Instrumental Respon*, yakni respon yang timbul dan berkembang disebabkan oleh stimulus atau rangsangan tertentu.¹⁹

Perilaku memiliki pengertian yang cukup luas, sehingga mencakup segenap pernyataan atau ungkapan, artinya bukan hanya sekedar perbuatan melainkan juga kata-kata, ungkapan tertulis dan gerak gerik.²⁰ Yang dimaksud perilaku dalam penelitian ini adalah segala tingkah laku yang diterapkan oleh pedagang di sekitar tempat penelitian yaitu Masjid Tegalsari dalam menjalankan aktivitas berdagang.

Sedangkan pengertian pedagang secara etimologi adalah orang yang berdagang atau bisa disebut saudagar. Pedagang adalah perorangan atau badan usaha yang melakukan kegiatan perniagaan/perdagangan secara terus-menerus dengan tujuan memperoleh laba.²¹ Pedagang dapat dikategorikan menjadi:

- 1) Pedagang Menengah/ Agen/ Grosir yaitu pedagang yang membeli atau mendapatkan barang dagangannya dari distributor atau agen tunggal yang biasanya mempunyai area pemasaran tertentu yang lebih kecil dari daerah kekuasaan distributor.

¹⁹ Anies, *Waspada Ancaman Penyakit Tidak Menular Solusi Pencegahan dari Aspek Perilaku & Lingkungan*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2006), hlm. 11-12

²⁰ Devos, *Pengantar Etika*, (Yogyakarta: Tiara Wacana, 1987), hlm. 27.

²¹ Kepmenperindag No.23 Tahun 1998 tentang Lembaga-lembaga Usaha Perdagangan Pasal 1 ayat (2)

- 2) Pedagang Eceran/ Pengecer adalah pedagang yang menjual barang dagangan langsung ke tangan pemakai atau konsumen dengan jumlah satuan atau eceran.²²

Menurut Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor: 23/MPP/Kep/1/1998 Tentang Lembaga-lembaga Usaha Perdagangan, lembaga perdagangan adalah suatu institusi/badan yang dapat berbentuk perorangan atau badan usaha baik sebagai Eksportir, Importir, Pedagang Besar, Pedagang Pengecer, ataupun lembaga-lembaga perdagangan lain yang sejenis, yang di dalam tatanan pemasaran barang dan/atau jasa baik langsung ataupun tidak langsung dari produsen sampai pada konsumen.

Dari beberapa keterangan di atas, dapat dipahami bahwa yang dimaksud perilaku pedagang adalah suatu tanggapan atau reaksi pedagang terhadap rangsangan atau lingkungan yang ada di sekitar. Perilaku pedagang juga merupakan sifat yang dimiliki oleh setiap individu pedagang untuk menangkap reaksi yang diberikan oleh lingkungan terhadap situasi yang terjadi.²³

Banyaknya perilaku pedagang, mengakibatkan juga beragamnya tanggapan tentang apa yang terjadi. Perilaku pedagang juga akan memengaruhi harga yang ada pada pasar, terkait dengan apa yang telah disajikan oleh pemerintah atau isu yang telah berkembang. Semisal, adanya isu tentang kenaikan BBM. Adanya isu tersebut, mengakibatkan reaksi

²² Al Bara, *Pengaruh Perilaku Pedagang...*, hal. 248.

²³ Al Bara, *Analisis Pengaruh Perilaku Pedagang...* hlm. 248.

pedagang untuk menaikkan harga barang dagangannya sebelum ada pengumuman resmi dari pemerintah tentang kenaikan harga BBM. Hal tersebut yang dinamakan reaksi pedagang dalam mengambil keputusan.

Ada beberapa faktor yang dapat memengaruhi perilaku pedagang di antaranya ialah:

1) Takaran Timbangan

Takaran adalah ukuran yang tetap dan selalu digunakan untuk suatu pekerjaan yang tidak boleh ditambah atau dikurangi. Menyempurnakan takaran dan timbangan merupakan ketentuan yang mutlak dipatuhi oleh setiap individu pedagang.²⁴

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.²⁵

²⁴ Sophar Simanjuntak Ompu Manuturi, Fuklor Batak Toba, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor, 2015), hal. 23.

²⁵ Nirma Kurriawati, *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen*, Jurnal (Bangkalan: Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo, 2015), hal. 48.

3) Keramahan

Secara Bahasa, ramah adalah manis tutur kata dan sikapnya. Dalam pengertian serupa, ramah juga dimaknai sebagai baik hati dan menarik budi bahasanya atau suka bergaul dan menyenangkan dalam pergaulan, baik ucapan maupun perilakunya di hadapan orang lain. Hal ini wajib kiranya dimiliki oleh setiap pedagang guna melayani konsumen dengan baik.²⁶

4) Menepati Janji

Seseorang akan dipercaya karena kebenaran ucapannya. Pembeli akan percaya kepada pedagang apabila ia mampu merealisasikan apa yang diucapkannya, salah satunya dengan menepati janji. Pedagang yang memiliki integritas tinggi berarti ia mampu memenuhi janji yang diucapkannya kepada pelanggan.²⁷

5) Pelayanan yang Baik

Melayani secara baik adalah sebuah keharusan bagi pedagang agar pelanggan merasa puas.²⁸ Hal ini akan berpengaruh pada kesan pembeli terhadap pedagang sehingga lebih nyaman untuk membeli barang-barang yang dibutuhkan.

²⁶ Zaim Uchrowi, *Karakter Pancasila Membangun Pribadi dan Bangsa Bermartabat*, (Jakarta: PT Balai Pustaka(Persero), 2012), Hal. 68.

²⁷ Jenu Widjadja Tandjung, *Spiritual Selling How To Get And Keep Your Customers*, (Jakarta : Elex Media Komputindo 2008), hal. 44.

²⁸ Jenu Widjadja Tandjung, *Spiritual Selling How To Get And Keep Your Customers*,...hal.

6) Persaingan Sesama Pedagang

Persaingan bisnis adalah persetujuan antarpelaku bisnis untuk mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik pula, agar para konsumen membelanjakan atau membeli suatu barang dagangan.²⁹

7) 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 membuat pembukuan pada setiap transaksi yang dilakukan.³⁰

Pedagang harus mengetahui hal-hal yang memuaskan kebutuhan dan keinginan pembeli melalui proses pertukaran. Proses pertukaran melibatkan kinerja penjualan, mencari pembeli, menemukan dan memenuhi kebutuhan pembeli, merancang produksi, menentukan, menyiapkan, mempromosikan produk, serta negosiasi dan sebagainya. Semua kegiatan ini dilakukan untuk memperoleh hasil yang maksimal dari penjualannya.

Prinsip ekonomi Islam bertujuan untuk mengembangkan kebajikan semua pihak sebagaimana yang dinyatakan oleh konsep *falah* yang terdapat

²⁹ Al Bara, *Pengaruh Perilaku Pedagang...*, hal. 248.

³⁰ Waluyo, *Akuntansi Pajak*, Jakarta: Salemba Empat, 2008, hal. 5.

dalam Al Qur'an. Prinsip ini menghubungkan prinsip ekonomi dengan nilai moral secara langsung. Untuk mencapai *falah*, aktivitas ekonomi harus mengandung dasar-dasar moral. Dalam membuat keputusan yang berkaitan dengan ekonomi, nilai etika sepatutnya dijadikan sebagai norma, dan selanjutnya yang berkaitan dengan hal tersebut haruslah dianggap sebagai hubungan moral.³¹

2. Etika Bisnis

a. Pengertian Etika

Secara etimologi (bahasa) “etika” berasal dari Bahasa Yunani yaitu *ethos*. Dalam bentuk tunggal, “*ethos*” berarti tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, akhlak, perasan, cara berpikir. Dalam bentuk jamak, *ta'etha* berarti adat kebiasaan. Dalam istilah filsafat, etika berarti ilmu tentang apa yang biasa dilakukan atau ilmu tentang kebiasaan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, etika adalah ilmu pengetahuan tentang asas-asas akhlak.³²

Dalam Al-Quran etika berasal dari kata *khuluq* yang berarti kebiasaan atau perangai. Etika menurut terminologi merupakan studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik,

³¹ Muhammad Nejatullah Siddiqi, *Kegiatan Ekonomi dalam Islam*, (Jakarta : Bumi Aksara, 1996), hlm. 5.

³² Muhammad Mufid, *Etika dan Filsafat Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), hlm. 173.

buruk, harus, benar, salah dan lain sebagainya, serta prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikan atas apa saja. Di sini etika dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan di saat bersamaan juga sebagai filsufnya dalam berperilaku.³³ Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh seorang individu.³⁴

Secara umum etika dapat didefinisikan sebagai satu usaha sistematis, dengan menggunakan akal untuk memaknai individu atau sosial, pengalaman moral, di mana dengan cara itu dapat menentukan peran yang akan mengatur tindakan manusia dan nilai yang bermanfaat dalam kehidupan. Seperti yang disebutkan tadi, kadang kala etika disinonimkan dengan moralitas sebuah tindakan, yang secara moral dianggap benar disebut tindakan yang etis.

Kode moralitas disebut dengan kode etik.

b. Pengertian Bisnis

Kata “bisnis” dalam Bahasa Indonesia diserap dari kata “*business*” dari Bahasa Inggris yang berarti kesibukan.

Dalam kamus Bahasa Indonesia, bisnis diartikan sebagai

4. ³³ Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2006), hlm.

³⁴ Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hlm. 3.

usaha dagang, usaha komersial di dunia perdagangan dan bidang usaha.³⁵ Kata bisnis dalam Al-Quran biasanya yang digunakan *at-tijarah*, *al-bai'*. Tetapi yang seringkali digunakan yaitu *at-tijarah* yang bermakna berdagang atau berniaga yang artinya pertukaran sesuatu dengan sesuatu. Ia merupakan sebuah nama yang mencakup pengertian terhadap kebalikannya yakni *as-syira'* (membeli). Demikianlah *al-bai'* sering diterjemahkan dengan “jual beli”.³⁶

Menurut Heri Suhendi jual beli adalah perjanjian tukar menukar barang yang mempunyai nilai secara suka rela di antara kedua belah pihak, yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian yang dibenarkan “*syara*” dan disepakati.³⁷ Terdapat dua pengertian pokok mengenai bisnis, pertama, bisnis merupakan kegiatan-kegiatan. Dan kedua, bisnis merupakan sebuah perusahaan. Para ahli pun mendefinisikan bisnis dengan cara berbeda.

³⁵ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*,... hlm. 20.

³⁶ Heri Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 68.

³⁷ Ghufron A. Mas'adi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), hlm. 119.

Definisi Raymond E. Gos seperti yang dikutip Husein Umar, dianggap memiliki cakupan yang paling luas, yakni:

*“Bisnis merupakan seluruh kegiatan yang diorganisasikan oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang perniagaan dan industri yang menyediakan barang dan jasa untuk kebutuhan mempertahankan dan memperbaiki standar serta kualitas hidup mereka...”*³⁸

Menurut Skinner sebagaimana dikutip oleh Johan Arifin bisnis adalah pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan dan memberi manfaat.³⁹

Menurut Buchari Alma, bisnis adalah sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa dan pemerintah, yang bergerak dalam bidang membuat dan memasarkan barang dan jasa kepada konsumen.⁴⁰

Berbisnis merupakan salah satu jenis pekerjaan yang saat ini sedang marak menjadi perbincangan. Bisnis tidak bisa lepas dari kegiatan manusia untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Jadi dapat disimpulkan, bisnis merupakan tindakan individu atau sekelompok orang yang menciptakan nilai melalui penciptaan barang dan jasa untuk memenuhi

³⁸ Husein Umar, *Business an Introduction*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), hlm. 3.

³⁹ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*,... hlm. 20.

⁴⁰ Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, (Bandung: Alfa Beta, 1993), hlm. 3.

kebutuhan masyarakat serta memperoleh keuntungan melalui transaksi.

c. Pengertian Etika Bisnis

Etika bisnis adalah sebuah aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengolahan barang (produksi) guna memaksimalkan nilai keuntungan.

Etika bisnis terkadang disebut pula sebagai etika manajemen, yaitu penerapan standar moral ke dalam kegiatan bisnis.⁴¹ Etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain, etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma di mana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai “daratan” atau tujuan bisnisnya dengan selamat.⁴²

Secara sederhana mempelajari etika dalam berbisnis berarti mempelajari tentang mana yang baik/buruk, benar/salah dalam dunia bisnis berdasarkan kepada prinsip-

⁴¹ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (ALFABETA, Bandung, 2009), hlm. 202.

⁴² Faisal Badroen, et al, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta, Kencana Prenada Group, 2006), hlm. 15.

prinsip moralitas. Etika bisnis dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis.⁴³

d. Teori-teori Etika bisnis

1) Teori Deontologi

Deontologi berasal dari Bahasa Yunani, *deon* yang berarti kewajiban (*duty*). Etika Deontologi menekankan kewajiban manusia untuk bertindak secara baik.⁴⁴

Pada teori ini jelas melihat pada kewajiban yang harus dilakukan oleh seseorang sebagai bentuk tanggung jawab yang telah diperintahkan kepadanya. Dalam dunia bisnis jika kewajiban dibebankan pada seseorang, maka yang bersangkutan mempunyai kewajiban untuk mengerjakannya, terutama jika tidak ingin mengecewakan pihak konsumen. Karena konsumen selalu menginginkan kepuasan pada saat berhubungan dengan suatu produk.⁴⁵

2) Teori Teologi

Teologi berasal dari Bahasa Yunani, yaitu *telos* artinya tujuan. Teori teologi yaitu etika yang mengukur baik buruknya suatu tindakan berdasarkan tujuan yang hendak dicapai dengan tindakan, atau berdasarkan akibat yang

⁴³ Faisal Badroen, et al, *Etika Bisnis dalam Islam*,... hlm. 70.

⁴⁴ Irham Fahmi, *Etika Bisnis (Teori, Kasus, dan Solusi)*, (Bandung, Alfabeta, 2014), hlm.

⁴⁵ Irham Fahmi, *Etika Bisnis (Teori, Kasus, dan Solusi)*,... hlm. 16.

ditimbulkan atas tindakan yang dilakukan. Suatu tindakan dinilai baik jika bertujuan untuk mencapai sesuatu yang baik atau akibat yang ditimbulkannya baik dan bermanfaat.⁴⁶

3) Teori Hak Asasi

Dalam teori ini dibahas tentang sesuatu yang menjadi hak seseorang dan bagaimana hak tersebut harus dihargai. Dalam realita penafsiran hak ini menjadi bersifat subjektif, terutama untuk melihat mana yang menjadi hak dan yang tidak menjadi hak.

Secara realita disebutkan bahwa setiap manusia yang lahir di atas muka bumi ini memiliki hak. Dan hak tersebut layak untuk diperoleh dan diperjuangkan. Hak yang harus diperjuangkan adalah hak untuk mendapatkan penghidupan yang layak, seperti mendapat pendidikan, kesejahteraan, pelayanan kesehatan, hukum, dan lain sebagainya. Ketika seseorang diperlakukan secara tidak wajar oleh sebuah perusahaan atau dirugikan maka ia layak untuk menuntut haknya, baik itu secara jalur formal atau nonformal.⁴⁷

⁴⁶ Agus Arijanto, *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis*,... hlm. 10

⁴⁷ Irham Fahmi, *ETIKA BISNIS (Teori, Kasus, dan Solusi)*,... hlm. 17-18.

4) Teori Keutamaan

Pada teori ini konsep kepuasan menjadi dominan untuk dibahas, karena setiap orang merasa ingin diutamakan dalam memenuhi kepentingan yang diinginkan.

5) Teori Relatif

Teori ini berpendapat bahwa etika itu bersifat relatif. Jika kita menyimak teori relatif ini maka jelas jika pandangan dan pendapat seseorang bersifat sangat subjektif, artinya jika si A berfikir ini yang terbaik belum tentu si B berpendapat sama, dan begitu pula seterusnya. Ini dikarenakan pandangan dan pemikiran setiap orang bisa berbeda-beda.⁴⁸

e. Prinsip Etika Bisnis⁴⁹

1) Prinsip Otonomi

Prinsip otonomi adalah sikap dan kemampuan manusia untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadarannya tentang apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan.⁵⁰ Seorang pelaku bisnis yang otonom adalah orang yang sadar sepenuhnya akan apa yang menjadi kewajibannya dalam dunia bisnis.

⁴⁸ Irham Fahmi, *Etika Bisnis (Teori, Kasus, dan Solusi)*,... hlm. 18-19.

⁴⁹ Budi Untung, *Hukum dan Etika Bisnis Edisi I*, (Yogyakarta, Andi Offset, 2012), hlm. 66.

⁵⁰ Agus Arijanto, *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis*,... hlm. 17.

2) Prinsip Kejujuran

Pada prinsip kejujuran terdapat tiga lingkup kegiatan bisnis yang bisa ditunjukkan secara jelas bahwa bisnis tidak akan bisa bertahan lama dan berhasil jika tidak didasari atas kejujuran.

Pertama, jujur dalam pemenuhan syarat-syarat perjanjian dan kontrak. Kedua, kejujuran dalam penawaran barang atau jasa dengan mutu dan harga yang sebanding. Ketiga, jujur dalam hubungan kerja internal dalam suatu perusahaan.⁵¹

3) Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan sesuai kriteria yang rasional objektif, serta dapat dipertanggungjawabkan.⁵²

4) Prinsip Saling Menguntungkan

Prinsip saling menguntungkan menuntut agar bisnis dijalankan sedemikian rupa, sehingga menguntungkan semua pihak.⁵³

⁵¹ Agus Arijanto, *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis*,... hlm. 17.

⁵² Agus Arijanto, *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis*,... hlm. 17.

⁵³ Agus Arijanto, *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis*,... hlm. 17.

5) Prinsip Integritas Moral

Prinsip integritas moral terutama dihayati sebagai tuntutan internal dalam diri pelaku bisnis atau perusahaan, agar menjalankan bisnis dengan tetap menjaga nama baik pimpinan maupun perusahaannya.⁵⁴

f. Tujuan Etika Bisnis⁵⁵

- 1) Untuk mendapatkan konsep yang sama mengenai penilaian baik dan buruknya perilaku atau tindakan manusia dalam ruang dan waktu tertentu serta mengarahkan perkembangan masyarakat menuju suasana yang harmonis, tertib, teratur, damai dan sejahtera.
- 2) Mengajak orang bersikap kritis dan rasional dalam mengambil keputusan secara otonom.

3. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis dalam perspektif Islam adalah penerapan prinsip-prinsip ajaran Islam yang bersumber dari Al-quran dan Sunnah Nabi dalam dunia bisnis. Tuntunan Al-quran dalam berbisnis dapat ditemukan dalam prinsip umum yang memuat nilai-nilai dasar yang dalam aktualisasinya disesuaikan

⁵⁴ Budi Untung, *Hukum dan Etika Bisnis Edisi I*,... hlm. 18.

⁵⁵ Faisal Badroen, et al, *Etika Bisnis dalam Islam*,... hlm. 22-23.

dengan perkembangan zaman, dengan mempertimbangkan ruang dan waktu.⁵⁶

Etika bisnis dalam syariat agama Islam merupakan akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai suatu yang baik dan benar.⁵⁷

Etika bisnis Islam juga merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang berkenaan dengan produk dan pelayanan pelaku usaha dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan usaha/bisnis. Mempelajari kualitas moral kebijaksanaan organisasi, konsep umum dan standar untuk perilaku moral dalam bisnis, berperilaku penuh tanggung jawab dan bermoral. Artinya etika bisnis Islami merupakan suatu kebiasaan atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis suatu perusahaan.⁵⁸

Hal yang membedakan antara sistem Islam dengan sistem agama lain adalah bahwa mereka memandang kode moral sebagai sesuatu yang bersifat sementara dan kabur, dan seringkali mereka menekankan pada nilai-nilai yang mengabaikan eksistensi manusia di dunia ini. Sementara kode moral yang diajarkan dalam etika Islam menekankan pada hubungan manusia dan penciptannya.

⁵⁶ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta, Gema Insani Press, 1997), hlm. 173.

⁵⁷ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah*, Cet I, (Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2009), hlm. 171.

⁵⁸ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*,... hlm. 35.

Dari uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, salah dan halal haram dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariah.

a. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

1) Prinsip *Unity* (Tauhid)

Menurut Syed Nawab Naqwi di dalam bukunya R. Lukman Fauroni, kesatuan di sini adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik dan sosial menjadi suatu *homogeneous whole* atau keseluruhan homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh.⁵⁹

Konsep tauhid (dimensi vertikal) berarti Allah sebagai Tuhan Yang Maha Esa menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya.⁶⁰

Penerapan konsep ini, maka pengusaha muslim dalam melakukan aktivitas bisnisnya tidak akan melakukan

⁵⁹ R. Lukman Fauroni, *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*, (Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2006), hlm. 144.

⁶⁰ Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*,... hlm. 89.

paling tidak tiga hal sebagai berikut:⁶¹ *Pertama*, menghindari adanya diskriminasi terhadap pekerja, pemasok, pembeli atau siapa pun atas dasar pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin, atau agama. *Kedua*, menghindari terjadinya praktek-praktek kotor bisnis, hal ini dimaksudkan agar para pelaku bisnis senantiasa takut akan segala larangan yang telah digariskan. *Ketiga*, menghindari praktek menimbun kekayaan atau harta benda.

2) Prinsip Keseimbangan (keadilan/*Equilibrium*)

Keseimbangan adalah menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam, dan berhubungan dengan harmoni segala sesuatu di alam semesta.⁶² Prinsip kedua ini lebih menggambarkan dimensi kehidupan pribadi yang bersifat horizontal. Hal itu disebabkan karena lebih banyak berhubungan dengan sesama. Prinsip keseimbangan (*Equilibrium*) yang berisikan ajaran keadilan merupakan salah satu prinsip dasar yang harus dipegang oleh siapapun dalam kehidupannya. Tatanan ini pula yang dikenal dengan *sunnatullah*.⁶³

Sifat keseimbangan atau keadilan bukan hanya sekedar karakteristik alami, melainkan merupakan

⁶¹ Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islami*,... hlm. 15-16.

⁶² Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004), hlm. 55.

⁶³ R. Lukman Fauroni, *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*,... hlm. 146.

karakteristik dinamis yang harus diperjuangkan oleh setiap Muslim dalam kehidupannya. Kebutuhan akan sikap keseimbangan atau keadilan ini ditekankan oleh Allah SWT dengan menyebut umat Islam sebagai *ummatan wasatan*.⁶⁴

Untuk menjaga keseimbangan antara mereka yang berpunya dan mereka yang tak berpunya, Allah SWT menekankan arti penting sikap saling memberi dan mengutuk tindakan mengkonsumsi yang berlebih-lebihan.

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta dan hak Allah dan Rasulnya berlaku sebagai *stakeholder* dari perilaku adil seseorang. Semua hak-hak tersebut harus ditempatkan sebagaimana mestinya (sesuai aturan syariah). Tidak mengakomodir salah satu hak di atas, dapat menempatkan seseorang tersebut pada kezaliman. Karenanya orang yang adil akan lebih dekat kepada ketakwaan.⁶⁵

⁶⁴ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*,... hlm. 147.

⁶⁵ Muhammad, *Etika Bisnis Islami*,... hlm. 56.

3) Prinsip Kehendak Bebas (*Ikhtiar/Free Will*)

Manusia diberikan kehendak bebas untuk mengendalikan kehidupannya sendiri, dengan tanpa mengabaikan kenyataan bahwa ia sepenuhnya dituntun oleh hukum yang diciptakan Allah SWT. Ia diberikan kemampuan untuk berpikir dan membuat keputusan, untuk memilih apapun jalan hidup yang ia inginkan, dan yang paling penting, untuk bertindak berdasarkan aturan apapun yang ia pilih. Tidak seperti halnya ciptaan Allah SWT yang lain di alam semesta, ia dapat memilih perilaku etis ataupun tidak etis yang akan ia jalankan.

Konsep ini dalam aktivitas ekonomi mengarahkan kepada kebaikan setiap kepentingan untuk seluruh komunitas Islam. Dengan adanya larangan terbentuknya monopoli, kecurangan, dan praktik riba merupakan jaminan terhadap terciptanya suatu mekanisme pasar yang sehat dan persamaan peluang untuk berusaha tanpa adanya keistimewaan pada pihak tertentu.

Manusia sebagai khalifah dimuka bumi ini memang dibekali potensi kehendak bebas dalam melakukan apa saja demi mencapai tujuannya lebih dari itu potensi kebebasan yang telah dianugerahkan Allah hendaknya dijadikan sebagai sarana untuk mengarahkan serta membimbing manusia

menuju kehidupan yang lebih baik sesuai aturan-aturan syari'ah. Berdasarkan hal tersebut, kemudian berkehendak atau berlaku bebas dapat diterapkan pada semua aspek kehidupan ini, tak terkecuali dalam dunia perekonomian khususnya bisnis.

4) Prinsip Pertanggungjawaban (*Responsibility*)

Dalam dunia bisnis pertanggungjawaban juga sangat berlaku. Setelah melaksanakan segala aktifitas bisnis dengan berbagai bentuk kebebasan, perlu adanya pertanggungjawaban atas apa yang telah pebisnis lakukan, baik itu pertanggungjawaban ketika ia bertransaksi, memproduksi barang, melakukan jual beli, melakukan perjanjian dan lain sebagainya, semuanya harus dipertanggungjawabkan sesuai dengan aturan yang berlaku.⁶⁶

Tanggung jawab merupakan suatu prinsip dinamis yang berhubungan dengan perilaku manusia. Bahkan merupakan kekuatan individu yang dapat menciptakan suatu kehidupan yang dinamis dalam masyarakat.

5) Prinsip Kebajikan (*Ihsan*)

Ihsan (kebajikan) artinya melaksanakan perbuatan baik yang memberikan manfaat kepada orang lain, tanpa

⁶⁶ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*,... hlm. 144.

adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut, atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu yakinlah bahwa Allah melihat.

b. Fungsi Etika Bisnis Islam⁶⁷

Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis Islami. *Pertama*, etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyerasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.

Kedua, etika bisnis juga mempunyai peran senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis Islami, caranya dengan memberikan suatu pemahaman serta pandangan baru tentang pentingnya bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk yang bernama etika bisnis.

Ketiga, etika bisnis terutama etika bisnis Islami juga bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang kian jauh dari nilai-nilai etika. Dalam arti bahwa bisnis yang beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu *Al-quran* dan *As-sunnah*.

c. Tujuan Etika Bisnis dalam Islam

Sesuai dengan pola hidup yang diajarkan Islam, bahwa seluruh kegiatan hidup, harta, kematian semata-mata dipersembahkan kepada Allah SWT. Ucapan yang selalu dinyatakan dalam do'a *iftitah* shalat, merupakan

⁶⁷ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*,... hlm. 76.

bukti nyata bahwa tujuan yang tertinggi dari segala tingkah laku menurut pandangan etika Islam adalah mendapatkan ridha Allah SWT.

Seorang Muslim mencari rezeki bukan sekedar untuk mengisi perut bagi diri sendiri dan keluarganya. Pada hakikatnya dia mempunyai tujuan yang lebih tinggi atau tujuan filosofis rezeki untuk memenuhi hajat hidupnya, itu baru tujuan yang dekat dan masih ada tujuan yang lebih tinggi lagi. Dia mencari rezeki untuk mendapatkan makanan guna membina kesehatan rohani dan jasmani, sedangkan tujuan membina kesehatan itu adalah supaya kuat beribadah dan beramal, yang dengan amal ibadah itulah ia dapat mencapai tujuan yang terakhir, yakni ridha Allah SWT, agar menjadi insan yang mendapatkan ridha Ilahi. Tegasnya segala niat gerak gerik batin dan tindakan lahir dalam etika Islam, haruslah selalu terarah kepada Allah, dan jalan taqwa yang ditempuhnya itulah jalan yang lurus (*shiratal mustaqim*).

Ridha Allah SWT itulah yang menjadi kunci kebahagiaan yang kekal dan abadi yang dijanjikan Allah dan dirindukan oleh setiap manusia beriman. Tanpa ridha Allah maka kebahagiaan abadi dan sejati (surga) tidak akan dapat diraih. Seruan ini dikemukakan dalam *Al- qur'an* Surat *Al- Fajr* ayat 27-30, yang berbunyi:⁶⁸

⁶⁸ Al-Qur'an dan Terjemah, (Pustaka Al-Mubin, Jakarta), hlm. 593.

يَأْتِيهَا النَّفْسُ الْمُطْمَئِنَّةُ ٢٧ أَرْجِعِي إِلَىٰ رَبِّكِ رَاضِيَةً مَّرْضِيَّةً ٢٨

فَادْخُلِي فِي عِبَادِي ٢٩ وَادْخُلِي جَنَّتِي ٣٠

Artinya: *Hai jiwa yang tenang. Kembalilah kepada Tuhanmu dengan hati yang puas lagi diridhai-Nya. Maka masuklah ke dalam jama'ah hamba-hamba-Ku. Masuklah ke dalam surga-Ku. (Q.S Al-Fajr: 27-30)*

d. Karakteristik standart etika bisnis Islam antara lain:⁶⁹

- 1) Harus memperhatikan tingkah laku dari konsekuensi serius untuk kesejahteraan manusia.
- 2) Memperhatikan validitas yang cukup tinggi dari bantuan atau keadilan.
- 3) Kegiatan bisnis tidak hanya bertujuan untuk profit saja, namun perlu mempertimbangkan nilai-nilai manusiawi.
- 4) Pengambilan keputusan, kegiatan dan tindak tunduk manusia dalam berhubungan (bisnis) satu dengan yang lainnya harus berpedoman dan berorientasi pada etika.
- 5) Dalam persaingan bisnis, orang yang bersaing dengan tetap memperhatikan norma-norma etis pada iklim yang semakin profesional justru akan menang.

⁶⁹ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*,... hlm. 36.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang bersifat deskriptif kualitatif, maksud dari penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk memahami sebuah fenomena subjek yang diteliti seperti perilaku, persepsi, tindakan dan lain sebagainya secara keseluruhan dengan mendeskripsikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa secara natural.¹ Sumber data dari penelitian ini didapatkan langsung dari meneliti ke lapangan yaitu di Masjid Tegalsari yang bertempat di Kecamatan Jetis, Kabupaten Ponorogo.

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat deskriptif, yang mana dilakukan guna menjelaskan, menggambarkan dan menganalisis lebih dalam mengenai perilaku para pedagang yang ada di sekitar tempat penelitian yaitu Masjid Tegalsari. Yang artinya, mendeskripsikan tentang para pedagang yang berada di lingkungan masjid tersebut serta mengetahui bagaimana perilaku yang diterapkan oleh para pedagang tersebut kepada konsumen yang ada di Masjid Tegalsari, Kecamatan Jetis, Ponorogo, yang kemudian ditelaah lagi secara mendalam terkait dengan perilaku tersebut sudah sesuai atau tidaknya dengan perspektif etika bisnis Islam.

¹ Lexy J. Moleong, *Motodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007), hlm 6.

B. Pendekatan Penelitian

Untuk menganalisis data penelitian ini, penyusun menggunakan beberapa pendekatan yaitu:

1. Pendekatan normatif, diartikan oleh Khoirudin Nasution sebagai studi yang menggunakan pendekatan yaitu untuk menjelaskan masalah yang dikaji dengan norma atau hukum melalui teks-teks Al-quran, hadis dan kaidah-kaidah fiqh, dengan pendekatan masalah perilaku pedagang dari perspektif etika bisnis Islam yang terdiri kemaslahatan primer (*al-masalih ad-daruriyyat*), kemaslahatan sekunder (*al-hajiyyat*), kemaslahatan tersier (*al-masalih at-tahsiniyyat*).
2. Pendekatan sosiologis, yaitu dalam penelitian ini digunakan untuk memaknai realita. Soerjono Soekarno mendefinisikan sosiologi sebagai suatu ilmu yang dinilai membatasi diri terhadap penilaian. Sosiologi tidak menetapkan ke arah mana sesuatu seharusnya berkembang dalam arti memberi petunjuk-petunjuk yang menyangkut kebijaksanaan kemasyarakatan dari proses kehidupan bersama tersebut. Di dalam ilmu ini juga dibahas tentang proses-proses sosial.²

C. Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini yaitu Masjid Tegalsari yang beralamat di Jl. Imam Besari, Tegalsari, Kecamatan Jetis, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur, 63473.

² Soedjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2001), hlm. 14.

D. Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini yaitu pedagang sekitar masjid, pengunjung, dan kepala yayasan Masjid Tegalsari

E. Teknik Penentuan Informan

Pada penelitian ini, penggalian sumber data pada orang yang diwawancarai dilakukan secara *purposive*, yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu.³ Pertimbangan tertentu dalam memilih informan sesuai dengan kebutuhan atau kriteria pada penelitian ini yaitu informan yang dianggap menguasai permasalahan dalam penelitian ini, serta mampu menjawab dan menjelaskan mengenai permasalahan yang dikaji peneliti, sehingga memudahkan untuk mendapatkan data terkait penelitian, di antaranya pedagang sekitar masjid, pengunjung, dan kepala yayasan Masjid Tegalsari. Informan yang disebutkan ini dianggap mampu mewakili serta memberikan informasi yang ingin diketahui melalui pertanyaan penelitian.

F. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kualitatif peneliti merupakan instrument utama dalam mengumpulkan data dan menginterpretasikan data dengan dibimbing oleh pedoman wawancara. Dengan mengadakan wawancara mendalam dapat memahami makna interaksi sosial, mendalami perasaan dan nilai-nilai yang tergambar dalam ucapan dan perilaku responden.

³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2013), hlm. 183.

Agar penelitian ini terarah, peneliti terlebih dahulu menyusun kisi-kisi instrumen penelitian yang selanjutnya dijadikan acuan untuk membuat pedoman wawancara. Adapun kisi-kisi untuk pedoman wawancara adalah sebagai berikut:

Tabel 2: Indikator Penelitian

No	Prinsip Etika Bisnis Islam	Indikator	Pertanyaan
1	Prinsip Kesatuan	a. Melaksanakan shalat berjamaah dan menghentikan transaksi jual beli. b. Bersedekah/mengisi kotak amal.	a. Jika masuk waktu shalat Apakah transaksi berhenti untuk ikut shalat berjamaah? b. Apakah pernah bersedekah/mengisi kotak amal?
2	Prinsip Keseimbangan	Bermuamalah dengan baik sesama pedagang.	Apakah sesama pedagang saling menghormati?
3	Prinsip Kehendak Bebas	Penjual memiliki kebebasan dalam berdagang.	Apakah bebas berdagang di sekitar Masjid Tegalsari?
4	Prinsip Tanggung Jawab	Menjual barang-barang yang halal dan berkualitas baik.	Barang apa saja yang diperjualbelikan?

5	Prinsip Kebenaran, Kebajikan dan Kejujuran	Bersikap jujur dan benar dalam melakukan setiap transaksi.	Apakah selalu bersikap jujur dan benar dalam melakukan setiap transaksi?
---	--	--	--

G. Teknik Pengumpulan Data

Untuk validitas data yang diperoleh, maka penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab yang dikerjakan dengan sistematis dan berlandaskan pada masalah dan tujuan penelitian.⁴ Metode ini digunakan sebagai metode pokok dalam memperoleh data dari lokasi penelitian.

Adapun wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini target penelitiannya adalah para pengunjung dan pedagang sekitar masjid baik yang menetap maupun pulang pergi. Sebelum melakukan penelitian, peneliti terlebih dahulu mempersiapkan kerangka pertanyaan kemudian para responden diberi kebebasan untuk menjawab.

Selain itu, peneliti juga mewawancarai Bapak Kunto Pramono selaku ketua yayasan Masjid Tegalsari untuk mendapatkan informasi

⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2013), hlm. 183.

tentang Masjid Tegalsari, para pengunjung serta pedagang yang ada di sekitarnya.

2. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data dengan mempelajari catatan-catatan mengenai data pribadi responden.⁵ Penyusun mengumpulkan beberapa catatan, dokumen, arsip, serta buku-buku atau referensi lain yang berhubungan dengan pembahasan perilaku pedagang yang ada di Masjid Tegalsari, Kecamatan Jetis, Ponorogo

H. Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan kegiatan yang dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi untuk menguji keabsahan data yang digunakan. Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data yang didapatkan untuk pengecekan dan perbandingan data. Peneliti menggunakan teknik ini untuk memastikan bahwa sumber data yang didapatkan merupakan data yang valid.

Selain mengecek ulang data yang didapatkan, peneliti juga membandingkan antara teori yang digunakan dengan data dari hasil wawancara, kemudian membandingkan hasil wawancara dengan data

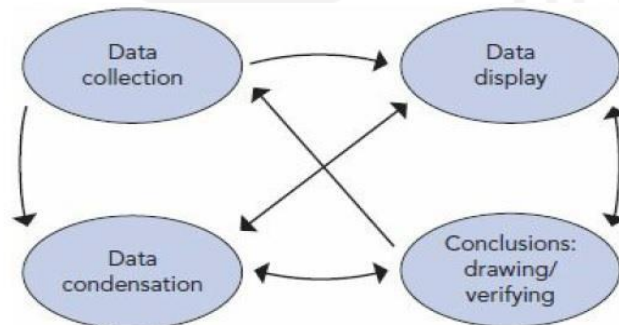
⁵ Abdurahmman Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006) hlm, 96.

beberapa pihak. Sehingga hasil wawancara, dan dokumentasi memiliki kesamaan berdasarkan data yang diteliti.

I. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono, yang dimaksud dengan teknik analisis data adalah kegiatan mencari, menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara dan teknik pengumpulan data yang lainnya sehingga dapat dengan mudah untuk dipahami dan diinformasikan.⁶

Teknik analisis data yang digunakan dalam tesis ini yaitu model analisis data interaktif milik Miles dan Huberman, yang secara jelas digambarkan dalam skema berikut:⁷



Gambar 1: Model Analisa Data Interaktif Miles Dan Huberman
Sumber: Qualitative Data Analysis

Miles dan Huberman berpendapat bahwa ada beberapa alur dalam kegiatan analisis data⁸, alur tersebut yaitu; yang pertama *data collections*

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*,... hlm. 334.

⁷ Matthew B. Males, Michel Huberman, dan Johnny Saldana, *Qualitative Data Analysis*, (USA: SAGE Publication Inc, 2014), hlm. 31.

⁸ Matthew B. Males, Michel Huberman, dan Johnny Saldana, *Qualitative Data Analysis*,... hlm. 33.

yang merupakan suatu proses pengumpulan data yang dilakukan dengan berbagai metode yang telah ditentukan sebelumnya, di mana dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data wawancara dan dokumentasi untuk menggali informasi tentang perilaku pedagang yang berada di sekitar Masjid Tegalsari Kecamatan Jetis, Ponorogo.

Alur kedua, yaitu *data condensation* yang terkait dengan kegiatan-kegiatan memilih, menyederhanakan, dan mentransformasikan data keseluruhan yang telah didapatkan dan tertulis dalam catatan-catatan hasil wawancara dan dokumen-dokumen yang ada di lapangan dan milik Masjid Tegalsari Kecamatan Jetis, Ponorogo.

Sebagai proses selanjutnya, yakni alur ketiga adalah proses *data display* atau penyajian data yang telah didapatkan dari teknik pengumpulan data sebelumnya. Penyajian data ini berperan guna mempermudah dalam memahami setiap proses perilaku pedagang yang ada di lapangan dan peneliti menyajikannya dalam bentuk narasi yang mudah untuk dimengerti

Tahap selanjutnya, yaitu *conclusion drawing/verifying* yakni tahap penarikan kesimpulan berdasarkan segala sesuatu yang ditemukan di lapangan dengan berbagai teknik pengumpulan data yang digunakan sebelumnya.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Masjid Tegalsari Ponorogo

1. Sejarah Masjid Tegalsari

Masjid Tegalsari merupakan salah satu masjid tertua di Jawa Timur yaitu, terletak di kawasan Pesantren Tegalsari di Desa Tegalsari Kecamatan Jetis Kabupaten Ponorogo. Pesantren Tegalsari merupakan salah satu lembaga pendidikan keagamaan yang paling berpengaruh di Jawa abad 18-19.¹ Masjid yang didirikan sekitar abad ke-18 tersebut awalnya berupa hutan yang dibuka oleh dua saudara yaitu Pangeran Sumende dan Kyai Donopuro untuk membangun masjid dan pesantren.

Secara administratif masjid Tegalsari terletak di desa Tegalsari Kecamatan Jetis Kabupaten Ponorogo Provinsi Jawa Timur. Masjid ini menyatu dengan pondok pesantren seluas kurang lebih 4500 m². Apabila diamati dari depan tidak tampak kekunoannya, tetapi masih menempati area yang lama dan kekunoannya masih tampak pada unsur-unsur dan pola dasar bangunan. Keadaan bangunan secara umum adalah:

¹ Saifuddin Alif Nurdianto, Hermanu Joebagio, Djono, *Kajian Poskolonial Gerakan Pemikiran dan Sikap Ulama Pesantren Tegalsari dalam Pusaran Konflik Multidimensional di Jawa (1742-1862)*, (Semarang, Jurnal Theologia, Vol.29, No. 1, 2018), hlm. 189.

- a. Masjid dikelilingi pagar setinggi 1,5 m terbuat dari tembok. Adapun yang ada saat ini merupakan pagar baru. Dahulu di pelataran depan serambi masjid terdapat parit/kolam yang menuju ke Sungai Keyang yang terletak di utara dan barat masjid.
- b. Serambi berbentuk segi empat berukuran 13,56 m x 16,2 m. Di dalamnya terdapat 12 tiang dari balok kayu jati. Pada dindingnya terdapat prasasti purna pugar dan kaligrafi.
- c. Ruang utama berbentuk bujur sangkar berukuran 16,25 m x 16,25 m. Di dalamnya terdapat tiang yang berjumlah 36 buah. 22 tiang berbentuk silindrik (bulat) dan 14 yang lainnya berbentuk segi empat.
- d. Mihrab/pengimamannya berukuran 206 cm x 130 cm x 117 cm, lengkungannya dari kayu jati berukir motif daun dan pilin tegar. Di depan mihrab ada mimbar berukuran 1,85 m x 0,90 m x 2,40 m berhias motif elips, berdasarkan angklade, roset berisi suluran dan kaligrafi arab.
- e. Pawastren/tempat jamaah perempuan berbentuk segi empat berukuran 8,25 m x 18,42 m.
- f. Atap bangunan masjid berupa atap tumpang tiga yang mengandung filosofi tiga hal yang harus dimiliki oleh umat Islam dalam kehidupannya yaitu iman, Islam dan ihsan. Bagian atas atap terdapat tempayan terbalik yang merupakan

peninggalan Kyai Ageng Muhammad Besari. Genteng berbentuk sirap terbuat dari kayu jati berukuran 50 cm x 25 cm x 25 cm.

- g. Batu “*Bancik*” yang ada di depan masjid konon diambil dari Kerajaan Hindu Majapahit setelah keruntuhan kerajaan itu. Secara filosofis mengandung arti bahwa masyarakat yang menganut ajaran Hindu di bawah kekuasaan Kerajaan Majapahit seiring berdirinya Masjid Tegalsari dan pondok pesantren sudah berada di bawah kendali ajaran agama Islam yang disebarkan oleh Kyai Ageng Muhammad Besari.

Sejarah Tegalsari dimulai dari Dusun Setono. Dulunya merupakan hutan yang dibuka oleh dua saudara yaitu Pangeran Sumende dan Kyai Donopuro untuk pembangunan masjid dan pesantren. Salah satu santri yang belajar saat itu bernama Muhammad Besari dari Caruban yang terkenal sangat pandai, lalu ia dijadikan menantu oleh Kyai Nur Salim dari Mantup Ngasinan.

Kemudian Muhammad Besari diberi tanah oleh Kyai Donopuro di sebelah timur Dusun Setono yang selanjutnya didirikan Masjid dan Pesantren Tegalsari.

Pada awalnya Desa Tegalsari dipimpin oleh lurah yang juga tokoh panutan yang bergelar Kyai Ageng. Pada waktu itu terjadi “*Geger Pacinan*” di Keraton Mataram Kartasura dipimpin oleh Raden Mas Garendi yang kemudian dapat menduduki istana.

Pakubuwono II Raja Mataram saat itu mengungsi ke Ponorogo dan singgah di Desa Tegalsari. Beliau menyusun kekuatan dan akhirnya dapat memadamkan pemberontakan. Sebagai balas budi Desa Tegalsari dijadikan perdikan dan kepala Desa Tegalsari diberi gelar Kyai Ageng yang dimaksud adalah Kyai Ageng Muhammad Besari Putra Kyai Anom Besari dari Kuncen.

Pada perkembangannya Masjid Tegalsari pernah dipugar oleh pemerintah daerah tingkat dua Kabupaten Ponorogo pada tahun 1976 sampai Februari 1977 yang diresmikan oleh Presiden Soeharto. Kemudian pada tahun 1994/1995 sampai dengan tahun 1996/1997 dipugar kembali oleh proyek pembinaan peninggalan sejarah dan purbakala Jawa Timur. Sedangkan bagian pawastren dilakukan pemugaran pada tahun 2010 dengan penambahan tiang dari bahan beton serta penambahan ornamen pada atap pawastren.

Masjid yang berdiri beberapa abad silam ini dulunya merupakan pusat penyiaran agama Islam terbesar di wilayah Kabupaten Ponorogo pada masa itu. Di masjid itu pula Pesantren Tegalsari amat tersohor dan mempunyai ribuan santri, berasal dari seluruh tanah Jawa dan sekitarnya. Di antara santri-santrinya yang terkenal adalah Raden Ngabehi Ronggowarsito seorang pujangga Jawa yang masyhur dan tokoh pergerakan nasional H.O.S. Cokroaminoto.

Beberapa pesantren yang didirikan oleh keturunan dari Kiai Ageng Mohamad Besari antara lain Pondok Modern Darussalam Gontor, Pesantren Coper, Pesantren Darul Hikam Joresan, dan Pesantren Darul Huda Mayak.²

Setelah sekian abad berlalu, sekitar tahun 1970 pesantren ini mulai sepi. Namun, karena memiliki nilai sejarah maka masyarakat setempat tetap menjaga dan melestarikan wilayah masjid Tegalsari tersebut. Ditambah lagi banyak pondok pesantren turunan Tegalsari yang berdiri di wilayah Ponorogo seperti yang disebutkan di atas.

Seiring berjalannya waktu, Masjid Tegalsari mengalami perkembangan baik dari segi kegiatan, lingkungan maupun bangunan. Masjid Tegalsari yang dulunya merupakan masjid sebuah pesantren telah berkembang menjadi masjid yang memiliki nilai sejarah dan menjadi masjid yang banyak didatangi oleh para peziarah.

Peziarah yang datang ke Masjid Tegalsari biasanya bertujuan untuk menziarahi makam Kyai Ageng Mohammad Besari, namun selain berziarah makan, terdapat juga yang datang untuk mencari nilai sejarah yang terdapat di Masjid Tegalsari.

² Dawam Multazam, *The Dynamics of Tegalsari (Santri and Descendants of Pesantren Tegalsari Ponorogo Kiai's in 19-20th)*, (Ponorogo, Qalamuna 9, no. 1, 2017), hlm. 91–110.

Karena semakin banyaknya peziarah yang mendatangi Masjid Tegalsari, maka para *dzuriah* pendiri Tegalsari berinisiatif untuk membentuk sebuah yayasan guna mengembangkan warisan leluhur mereka yang saat ini termasuk tujuan wisata religi bagi para peziarah.

Guna menunjang pelayanan yang ada di Masjid Tegalsari maka dirawatlah serta diperbarui fasilitas yang ada di sekitar masjid. Saat ini di sekitar masjid telah dibangun lapak untuk para pedagang di sana, baik lapak tetap yang berupa bangunan permanen maupun yang tidak. Hampir setiap hari selalu ada tamu yang berkunjung, itu yang menjadikan para pedagang meminati wilayah sekitar masjid sebagai lapak yang menguntungkan bagi mereka. Saat ini pula dilakukan peningkatan mulai dari fasilitas umum maupun renovasi yang dilakukan pada area masjid tanpa mengurangi nilai sejarah yang terkandung di dalamnya seperti menara dan pelataran masjid yang saat ini berlapis keramik yang menambah kesan indah dan istimewa pada masjid.

2. Struktur Organisasi Masjid Tegalsari

Struktur organisasi merupakan suatu kelompok yang memiliki ciri yakni dapat berubah dan berkembang, salah satu tugasnya melaksanakan semua kegiatan operasional organisasi.

Adapun penjelasan mengenai bagian-bagian dari struktur organisasi Masjid Tegalsari sebagai berikut:³

- a. *Pelindung*, merupakan para pejabat daerah yang memiliki tugas dan wewenang untuk melindungi, menasehati dan memberikan arah kebijakan serta masukan dalam suatu ide dan program kegiatan yayasan.
- b. *Ketua*, yaitu pemimpin yang mengkoordinasikan serta mengendalikan yayasan dalam pelaksanaan seluruh kegiatan.
- c. *Wakil Ketua*, bertugas melaksanakan tugas-tugas ketua yayasan apabila berhalangan, membantu pelaksanaan kegiatan serta penyusunan program kerja jangka pendek dan jangka panjang.
- d. *Sekretaris*, orang yang bertugas untuk mengelola administrasi kesekretariatan serta melakukan koordinasi antarpengurus dan antarlembaga.
- e. *Bendahara*, orang/bagian yang bertugas mengelola keuangan dan pengadaan kebutuhan barang yayasan.
- f. *Pendidikan*, orang/bagian yang bertanggung jawab dalam merencanakan program kegiatan bidang pendidikan dan pelatihan.
- g. *Pondok Pesantren*, orang/bagian yang bertugas membantu yayasan dalam pengembangan pondok pesantren dan menjaga

³ Wawancara dengan Bapak Kunto Purnomo selaku Ketua Yayasan di Masjid Tegalsari Ponorogo, Tanggal 07 April 2021 Pukul 20.07 WIB.

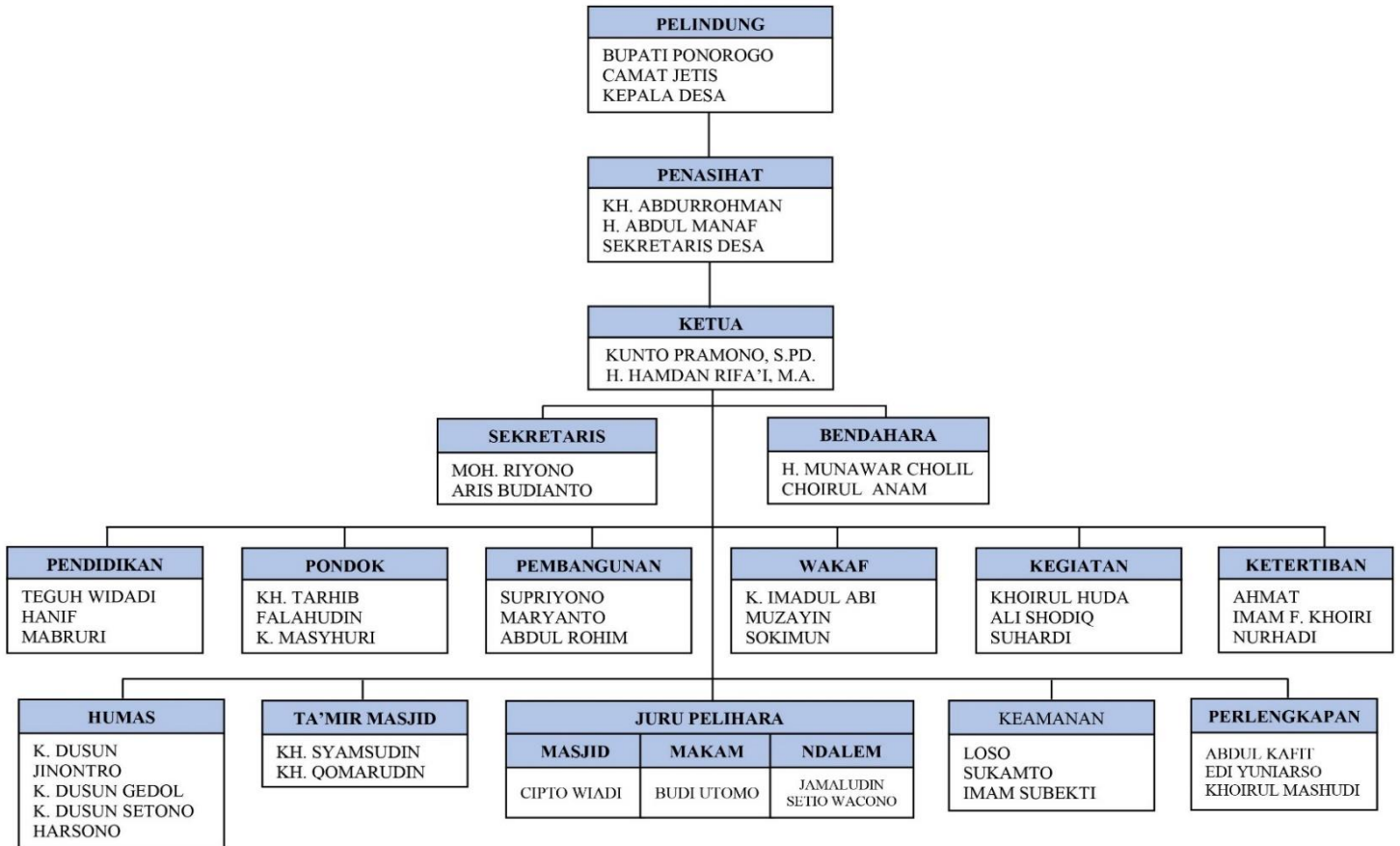
dinamika organisasi pesantren dengan baik serta mengembangkan sumber daya manusia (SDM) pesantren.

- h. *Takmir Masjid*, merupakan orang yang bertanggung jawab atas seluruh kegiatan yang ada di masjid.
- i. *Pembangunan dan Wakaf*, orang yang bertugas sebagai perancang serta pelaksana pembangunan masjid dan wakaf yayasan.
- j. *Kegiatan*, orang/bagian yang bertanggung jawab dalam kegiatan yang dilaksanakan yayasan.
- k. *Humas*, berperan untuk mengomunikasikan segala yang berkaitan dengan masyarakat dan yayasan.
- l. *Madrasah Diniyah*, orang/bagian yang bertanggung jawab atas kegiatan yang ada di madrasah.
- m. *MTs Ronggowarsito*, orang/bagian yang bertanggung jawab atas kegiatan yang ada di MTs.
- n. *MA Ronggowarsito*, orang/bagian yang bertanggung jawab atas kegiatan yang ada di MA.
- o. *Marbot*, sebagai penanggung jawab atas kebersihan masjid.
- p. *Remaja Masjid*, merupakan pembantu pelaksana kegiatan yayasan.
- q. *Pembantu Umum*, orang yang siap membantu bagian lain saat dibutuhkan.

- r. *Perlengkapan*, sebagai penanggung jawab perlengkapan dan inventaris yayasan.
- s. *Penataan Lingkungan*, bertugas mengatur dalam penataan lingkungan sekitar masjid.
- t. *Keamanan*, bertugas menjaga suasana masjid agar selalu kondusif di setiap kegiatan dan menjaga keamanan baik dari bahaya internal maupun eksternal.
- u. *Juru Pelihara*, bertugas memelihara dan menjaga lingkungan masjid agar tidak hilang, rusak, atau hancur.
- v. *Juru Kunci Makam*, bertugas mengurus dan mengelola makam serta menyediakan fasilitas jasa pelayanan dan sarana untuk keperluan peziarah.
- w. *Juru Parkir*, orang yang mengatur serta menertibkan kendaraan di sekitar masjid.

Secara struktural pengurus yayasan Masjid Tegalsari di Kecamatan Jetis Kabupaten Ponorogo dapat digambarkan pada bagan berikut ini:

**SUSUNAN PENGURUS
YAYASAN PONDOK PESANTREN KYAI AGENG MUHAMMAD BESARI
TEGALSARI JETIS PONOROGO
MASA KHIDMAH 2016-2021**



Gambar 2: Susunan Pengurus Yayasan Pondok Pesantren Kyai Ageng Muhammad Besari Tegalsari Jetis Ponorogo Masa Khidmah 2016-2021. Sumber: Arsip Yayasan Masjid Tegalsari, 2021

3. Visi dan Misi Masjid Tegalsari

Adapun Visi dan Misi Masjid Tegalsari Ponorogo adalah sebagai berikut:⁴

VISI: Mengembangkan dunia pendidikan Islam dalam bentuk pesantren mandiri, menjunjung tinggi kehormatan dan martabat bangsa serta generasi penerus yang berakhlak karimah.

MISI: Asah Asih Asuh

Asah: Disiplin, penuh rasa tanggung jawab serta mentalitas yang tinggi.

Asih: Tulus ikhlas, saling menyayangi, rasa memiliki, jujur, benar, baik dan akhlakul karimah.

Asuh: Berilmu, membina, membimbing, mendidik, ikhlas berbakti (dunia - akhirat) sebagai penerus bangsa.

MOTTO: Nyaman, aman, tenang dan menyenangkan untuk umat.

4. Kegiatan Masjid Tegalsari

Kegiatan yang diadakan Masjid Tegalsari amat beragam, mulai dari kegiatan rutin harian, mingguan, bulanan hingga tahunan.

Kegiatan-kegiatan tersebut dapat dijelaskan pada tabel berikut:

⁴ Wawancara dengan Bapak Kunto Purnomo selaku Ketua Yayasan di Masjid Tegalsari Ponorogo, Tanggal 07 April 2021.

Tabel 3: Kegiatan Masjid Tegalsari

NO	KEGIATAN	WAKTU PELAKSANAAN
HARIAN		
1	A. Shalat Fardu Berjamaah	Setiap waktu shalat fardhu
	B. Pengajian Kitab Kuning	<i>Ba'da</i> Shalat Ashar dan Isya'
MINGGUAN		
2	A. Mujahadah <i>Shalat Nawafil</i>	Malam Jum'at <i>ba'da</i> Shalat Maghrib
	B. Bimbingan <i>Qiroatul Qur'an</i>	Kamis sore <i>ba'da</i> Shalat Ashar
	C. Ujud-Ujudan	Jum'at <i>ba'da</i> Shalat Subuh
BULANAN		
3	A. Semaan <i>Al-Qur'an Bin-Nadhor</i>	Ahad Pon
	B. <i>Dzikrul Ghofilin</i>	Malam Jum'at Kliwon <i>ba'da</i> Shalat Isya'
	C. <i>Mujahadah Qiyamul Lail</i>	Malam Selasa Kliwon Pukul 24.00 WIB
	D. <i>Qodiriyah</i>	Malam Senin Kliwon <i>ba'da</i> Shalat Isya'
TAHUNAN		
4	A. <i>Tahlil Qubro</i> dan Ambengan Peringatan Haul Kyai Ageng Mohammad Besari	12 Selo (Dzulqa'dah) <i>ba'da</i> Isya'
	B. <i>I'tikaf (Qiyamul Lail Ramadhan)</i>	Malam ganjil di akhir Bulan Ramadhan
	C. Shalat Sunnah Rajab	Malam Jum'at pertama <i>ba'da</i> Shalat Maghrib pada Bulan Rajab
	D. Shalat Id	Bulan Syawal dan Dzulhijjah
	E. Shalawatan Maulud	Bulan Robiul Awal pagi hari
	F. Ziarah	Menyesuaikan

Sumber: Wawancara dengan Ketua Yayasan Masjid Tegalsari, 2021

5. Fasilitas Masjid Tegalsari

Adapun fasilitas-fasilitas yang tersedia di Masjid Tegalsari adalah sebagai berikut:

- a. Bagian luar masjid:
 - Makam Kyai Ageng Mohammad Besari
 - Lahan parkir yang luas
 - Pertokoan pedagang, dan
 - Toilet umum
- b. Bagian dalam masjid:
 - Menara masjid
 - Pelataran masjid yang luas
 - Tempat wudhu dan toilet
 - AC dan kipas angin di dalam masjid
 - CCTV 24 jam.

6. Perilaku Pedagang Masjid Tegalsari

Pada bagian ini peneliti menggambarkan hasil wawancara dan dokumentasi dengan pedagang dan pengunjung di Masjid Tegalsari Ponorogo. Namun terlebih dahulu peneliti akan membahas mengenai gambaran karakteristik responden berdasarkan jenis usaha, lama responden berjualan, domisili dan jenis lapak.

Secara keseluruhan pedagang di sekitar Masjid Tegalsari berjumlah 37 pedagang. Jumlah ini adalah angka maksimal yang

peneliti dapat selama masa penelitian ini berjalan, di mana para pedagang yang berjualan di sekitar masjid dibatasi oleh pihak pengelola masjid dan diwajibkan untuk menerapkan protokol kesehatan dalam menjajakan barang dagangannya. Pada Penelitian ini jumlah responden 15 orang, yang mencakup 10 pedagang dan 5 pembeli guna melakukan konfirmasi atas jawaban yang diutarakan para pedagang. Gambaran umum responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Deskripsi Responden Berdasarkan Para Pedagang

Berikut ini data para pedagang yang berjualan di sekitar Masjid Tegalsari Ponorogo:

Tabel 4: Responden Berdasarkan Para Pedagang

No	Nama	Umur	Jenis Barang	Jenis Lapak	Lama Jualan	Domisili
1	Pak Ngamung	63	Kopi Keliling	Kaki lima	3 tahun	Tegalsari
2	Pak Dayak	27	Kopi Keliling	Kaki lima	15 tahun	Tegalsari
3	Pak Hani	21	Angkringan	Kaki lima	2 tahun	Tegalsari
4	Pak Cepuk	41	Angkringan	Kaki lima	3 tahun	Tegalsari
5	Pak Abdul	45	Batagor	Kaki lima	1 tahun	Jabung
6	Pak Sorat	45	Nasi Pecel	Kaki lima	3 tahun	Tegalsari
7	Pak Narlan	46	Es Dawet	Kaki lima	2 tahun	Tegalsari
8	Mas Fais	32	Peci/Songkok	Kaki lima	2 tahun	Tegalsari
9	Bu Ana	60	Warung Kopi	Warung	25 tahun	Tegalsari

10	Bu Yuli	46	Warung Kopi	Warung	10 tahun	Tegalsari
----	---------	----	-------------	--------	----------	-----------

Sumber: Hasil wawancara dengan para pedagang di sekitar Masjid Tegalsari Ponorogo, 2021

Dari data yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pedagang di sekitar Masjid Tegalsari Ponorogo menjual makanan ringan dan minuman khususnya kopi. Hal ini disebabkan karena sebagian besar pembeli adalah peziarah dan jamaah masjid yang berkunjung pada malam hari terutama di malam Jumat dan malam-malam terakhir di Bulan Ramadhan.

b. Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Berjualan

Tabel 5: Karakteristik Pedagang Berdasarkan Lama Berjualan

No	Lama Jualan	Jumlah	Persentase (%)
1	1 Tahun	1 orang	10%
2	2 Tahun	3 orang	30%
3	3 Tahun	3 orang	30%
4	10 Tahun	1 orang	10%
5	15 Tahun	1 orang	10%
6	25 Tahun	1 orang	10%
Jumlah		10 orang	100%

Sumber: Hasil wawancara dengan para pedagang di sekitar Masjid Tegalsari Ponorogo, 2021

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa lama berjualan pedagang sebagian besar adalah 2 dan 3 tahun dengan persentase masing-masing 30%. Sedangkan pedagang yang paling lama berjualan di sekitar Masjid Tegalsari yaitu 25 tahun berjumlah 1 orang dengan persentase 10%. Hal ini dikarenakan

pedagang yang bersangkutan adalah warga yang bertempat tinggal di samping area masjid.

c. Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili

Tabel. 6: Karakteristik Pedagang Berdasarkan Domisili

No	Domisili	Jumlah	Persentase (%)
1	Tegalsari	9 orang	90%
2	Jabung	1 orang	10%
Jumlah		10 orang	100%

Sumber: Hasil wawancara dengan para pedagang di sekitar Masjid Tegalsari Ponorogo, 2021

Dari Tabel 4 dapat disimpulkan bahwa sebagian pedagang yang berjualan di sekitar Masjid Tegalsari adalah warga sekitar yaitu sejumlah 9 orang dengan persentase 90%, sedangkan 10% yang lain adalah warga luar Desa Tegalsari yaitu Desa Jabung.

d. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Lapak

Tabel 7: Karakteristik Pedagang Berdasarkan Jenis Lapak

No	Jenis Lapak	Jumlah	Persentase
1	Kaki Lima	8 lapak	80%
2	Warung	2 lapak	20%
Jumlah		10 lapak	100%

Sumber: Hasil wawancara dengan para pedagang di sekitar Masjid Tegalsari Ponorogo, 2021

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui bahwa jumlah lapak kaki lima di sekitar Masjid Tegalsari mencapai 8 lapak dengan persentase 80%. Hal ini merupakan jumlah mayoritas lapak di

sekitar masjid. Sedangkan pedagang yang berjualan di warung berjumlah 2 orang dengan persentase 20%.

e. Deskripsi Responden Berdasarkan Pembeli

Tabel 8: Responden Berdasarkan Pembeli

No	Nama	Usia	Domisili
1	Mas Hasbi	30 tahun	Siman, Ponorogo
2	Pak Yasin	35 tahun	Sekaran, Ponorogo
3	Pak Abdullah	57 tahun	Madiun
4	Mas Nur	25 tahun	Cirebon
5	Bu Umi	42 tahun	Badegan, Ponorogo

Sumber: Hasil wawancara dengan para pembeli di sekitar Masjid Tegalsari Ponorogo, 2021

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa sebagian besar pembeli di sekitar Masjid Tegalsari adalah laki-laki usia 30-50 tahun yang kebanyakan adalah warga lokal yang berdomisili di wilayah Kabupaten Ponorogo. Para pembeli ini kebanyakan adalah pengunjung tetap masjid yang datang pada hari Kamis-Jumat untuk mengikuti kegiatan mingguan. Ada pula peziarah dan pengunjung dari luar daerah namun saat diadakan penelitian ini jumlahnya dibatasi oleh pengurus yayasan karena pandemi.

Perilaku pedagang secara garis besar merupakan suatu tanggapan atau reaksi pedagang terhadap rangsangan atau lingkungan yang ada di sekitar. Perilaku pedagang juga merupakan sifat yang dimiliki oleh setiap individu pedagang

untuk menangkap reaksi yang diberikan oleh lingkungan terhadap situasi yang terjadi.⁵

Ada beberapa faktor yang memengaruhi perilaku pedagang di sekitar Masjid Tegalsari Ponorogo, di antaranya:

a. Takaran Timbangan

Takaran adalah ukuran yang tetap dan selalu digunakan untuk suatu pekerjaan yang tidak boleh ditambah atau dikurangi. Menyempurnakan takaran dan timbangan merupakan ketentuan yang mutlak dipatuhi oleh setiap individu pedagang.⁶

Sesuai dengan hasil pengamatan peneliti bahwa mayoritas pedagang di sekitar Masjid Tegalsari adalah pedagang kaki lima yang menjual makanan ringan, minuman, dan cinderamata, maka barang yang dijual memiliki ukuran atau takaran yang tetap sehingga kecil kemungkinan terjadinya kecurangan takaran timbangan.

b. Kualitas Barang/Produk

Kualitas barang atau produk merupakan tingkat baik buruknya barang atau produk ditawarkan penjual kepada pembeli. 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.⁷ Dari

⁵ Al Bara, *Analisis Pengaruh Perilaku Pedagang*,...hlm. 248.

⁶ Sophar Simanjuntak Ompu Manuturi, *Fuklor Batak Toba*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor, 2015), hal. 23.

⁷ Nirma Kurriawati, *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen*, Jurnal (Bangkalan: Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo, 2015), hal. 48.

hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada para responden di sekitar Masjid Tegalsari Ponorogo, peneliti mendapatkan hasil sebagai berikut:

“Saya suka beli rujak di tukang rujak selatan masjid, buahnya segar dan sambalnya enak. Yang jualan gorengan juga enak, masih anget digoreng dadakan.”⁸

Menurut penuturan pembeli, para pedagang di sekitar Masjid Tegalsari menjual makanan yang enak dan kualitasnya baik. Hal ini berpengaruh pada respon penjual yang merasa puas dan senang untuk membeli dagangan penjual tersebut.

c. Keramahan

Seorang pedagang diharuskan memiliki sikap yang ramah kepada pelanggannya. Ramah disini maksudnya ialah manis tutur kata dan sikapnya, sehingga pelanggan akan merasa senang dan nyaman dalam melakukan kegiatan jual beli. Rasulullah juga telah mengajarkan kita untuk bersikap ramah kepada siapapun dan dalam hal apapun terutama dalam kegiatan berdagang, karena yang demikian merupakan sebaik-baik manusia dan yang saling memberikan manfaat bagi manusia lainnya.

Dari hasil pengamatan yang peneliti lakukan, para pedagang di sekitar Masjid Tegalsari selalu ramah dan baik dalam melayani. Hal ini dapat dilihat dari cara mereka menawarkan barang dagangannya ke

⁸ Wawancara dengan Pak Yasin, Pada Tanggal 4 Mei 2021.

semua orang yang lewat. Meskipun orang yang lewat menghiraukan dan tidak melihat atau menengok sedikitpun, mereka tetap tersenyum dan terus menawarkan dagangannya. Hal ini membuktikan bahwa mereka berperilaku ramah kepada para pembeli.

d. Menepati Janji

Seorang pedagang akan dipercaya pembeli jika mampu menepati janjinya. Dalam konteks jual beli di sekitar Masjid Tegalsari Ponorogo, mayoritas pembeli adalah peziarah atau jamaah masjid dari luar daerah yang berkunjung hanya pada waktu-waktu tertentu sehingga transaksi terjadi secara langsung dalam satu waktu. Hal ini menyebabkan langkanya perjanjian antara penjual dan pembeli.

e. Pelayanan yang Baik

Seorang pedagang harus melayani pembeli dengan baik agar pembeli merasa puas. Selain itu dia juga perlu mendengarkan perasaan pembeli, biarkan pelanggan berbicara dan dengarkanlah dengan seksama apa yang dibutuhkan dan diinginkannya, dan layani dengan sepenuh hati. Dalam melayani para pembeli, para pedagang di sekitar Masjid Tegalsari cepat dan baik. Pelayanan terjadi secara natural disertai dengan pembicaraan ringan tentang kehidupan sehari-hari sehingga menjadikannya lebih nyaman.

Mas Hasbi seorang pembeli yang hampir setiap malam Jumat mengunjungi masjid menuturkan bahwa para pedagang sangat baik

dalam melayani pembeli, cekatan dalam menghadirkan makanan yang dipesan serta ramah dalam berkomunikasi dengan pembeli.⁹

f. Persaingan Sesama Pedagang

Persaingan bisnis adalah persetujuan antarpelaku bisnis untuk mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik pula, agar para konsumen membelanjakan atau membeli suatu barang dagangan.¹⁰

Dari hasil pengamatan dan wawancara dengan beberapa responden, para pedagang di sekitar Masjid Tegalsari melakukan kegiatan perdagangan secara sehat. Mereka saling menghormati dan menghargai satu sama lain serta saling membantu. Dari hasil wawancara dengan para pedagang, peneliti mendapatkan hasil diantaranya:

Mas Faiz seorang pedagang peci mengatakan, *“Interaksi kami baik sesama pedagang, malah kami sering bertukar barang dagangan jika di tempat saya barang yang diminta konsumen sedang tidak ada.”*¹¹

Begitu pula dengan Bu Yuli seorang pemilik warung kopi menyatakan: *“Alhamdulillah semuanya saling menghormati, kami juga saling bantu satu sama lain misalnya menjaga dagangan yang dititipkan ketika sedang sholat.”*¹²

⁹ Hasil wawancara dengan Mas Hasbi, pada tanggal 6 Mei 2021

¹⁰ Al Bara, *Pengaruh Perilaku Pedagang...*, hal. 248.

¹¹ Wawancara dengan Pedagang Peci, Pada Tanggal 03 Mei 2021.

¹² Wawancara dengan Pemilik Warung Kopi, Pada Tanggal 04 Mei 2021.

Sebagaimana penjelasan para responden, peneliti juga mendapatkan hasil bahwa pedagang di sekitar Masjid Tegalsari memang sangat erat hubungannya satu sama lain. Terlihat dari para pedagang saling bercerita dan bercanda satu sama lain. Hal tersebut membuktikan bahwa mereka bersaing secara sehat dan benar.

g. 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 membuat pembukuan pada setiap transaksi yang dilakukan.¹³

Dari hasil pengamatan yang dilakukan kepada pedagang di sekitar Masjid Tegalsari, peneliti mendapati bahwa sebagian besar pedagang adalah pedagang kecil dan eceran yang tidak menuntut modal besar serta tidak mendapatkan keuntungan yang besar dari hasil berjualan. Sehingga sebagian besar pedagang tidak melakukan pembukuan transaksi. Para pedagang biasanya hanya mengambil keuntungan yang sedikit bahkan bagi mereka sudah cukup jika modalnya telah kembali.

¹³ Waluyo, *Akuntansi Pajak*, Jakarta: Salemba Empat, 2008, hal. 5.

B. Perilaku Pedagang Masjid Tegalsari Perspektif Etika Bisnis Islam

Mempelajari dan memahami etika bisnis sebelum seseorang pedagang memulai berbisnis adalah suatu hal yang sangat penting. Karena pembahasan etika bisnis mendapatkan perhatian yang sangat tinggi dalam ekonomi Islam di antaranya adalah pengontrolan pasar, pemberantasan pencatutan laba, penimbun barang, dan pasar gelap.¹⁴

Etika bisnis Islam memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap pedagang. Motivasi pedagang sangat ditentukan oleh perilaku dan proses pengambilan keputusan yang disepakati oleh para pedagang tersebut. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan di Masjid Tegalsari Ponorogo, dimana peneliti menganalisis bagaimana penerapan etika para pedagang dalam melakukan transaksi jual beli yang ditinjau dari prinsip etika bisnis Islam yaitu:

1. Prinsip Kesatuan (*Tauhid*)

Kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yaitu memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan baik dalam bidang ekonomi, politik dan sosial menjadi satu kesatuan dengan berlandaskan pada aturan dalam hal ini syariat Islam yang bersumber pada Al-quran dan hadits. Prinsip kesatuan dalam perdagangan dapat diartikan dengan sikap tunduk dan berserah diri kepada Allah dan mematuhi aturan-aturan agama dalam berniaga. Ketika usaha dimulai dan ditujukan berdasarkan semangat

¹⁴ Ika Yunia Fauzi, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Kencana Predanamedia Group, 2013), hlm. 158.

beribadah maka hasil yang didapatkan tidak hanya berwujud keuntungan materiil semata, melainkan juga keuntungan yang bisa dinikmati di tingkatan kehidupan yang abadi, yakni di akhirat kelak.

Pemahaman ini pun sejalan dengan para pedagang yang berada di sekitar Masjid Tegalsari, hal ini terlihat pada saat menjawab pertanyaan peneliti tentang prinsip berdagang yang selama ini dilakukan. Mulai dari pedagang warung kopi, souvenir dan pernak-pernik menjawab bahwasannya kegiatan jual beli yang dilakukan semata-mata untuk mencari keberkahan selain keuntungan. Mas Faiz seorang pedagang peci mengatakan: *“Cari untung sama cari berkah, kalau lagi nggak ada pembeli dan masuk waktu sholat saya ikut jamaah dan menitipkan dagangan saya ke pedagang sebelah.”*¹⁵

Begitu pula Pak Narlan, seorang pedagang es dawet menyebutkan:

*“Rezeki itu sudah ada yang ngatur tinggal kitanya saja berusaha, Alhamdulillah saya sering ngisi kotak amal minimal ya seminggu sekali mas, ya walaupun nggak tutup tapi saya berusaha untuk ikut jamaah.”*¹⁶

Sebagian besar pedagang sering mengisi kotak amal masjid atau bersedekah sekurang-kurangnya satu minggu sekali dan juga

¹⁵ Wawancara dengan Pedagang Peci, Pada Tanggal 06 Mei 2021.

¹⁶ Wawancara dengan Pedagang Es Dawet, Pada Tanggal 06 Mei 2021.

terdapat pedagang yang setiap hari bersedekah. Ketika masuk waktu salat sebagian pedagang ikut salat berjamaah di masjid dan sebagian lagi menjaga harga barang dagangan miliknya sendiri maupun pedagang di sebelahnya sambil melayani sisa pembeli yang masih ada. Ini dilakukan guna menghindari kejadian yang tidak diinginkan oleh para pedagang. Bagi para pedagang ibadah merupakan sesuatu yang penting bagi mereka, karena itu merupakan bentuk *hablumminallah* dan rasa syukur yang mereka terapkan setelah sebelumnya menerapkan *hablumminannas*.

Sebagaimana difirmankan di dalam Surat An-Nur yang berbunyi:

رَجَالٌ لَا تُلْهِهِمْ تِجَارَةٌ وَلَا بَيْعٌ عَن ذِكْرِ اللَّهِ وَإِقَامِ الصَّلَاةِ

وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ يَخَافُونَ يَوْمًا تَتَقَلَّبُ فِيهِ الْقُلُوبُ وَالْأَبْصَارُ

Artinya: “orang yang tidak dilalaikan oleh perdagangan dan jual beli dari mengingat Allah, melaksanakan salat, dan menunaikan zakat. Mereka takut kepada hari ketika hati dan penglihatan menjadi guncang (hari Kiamat).” Q.S An-Nur: 37.¹⁷

Hal ini dibenarkan oleh seorang pembeli bernama Pak Hasbi yang sering melihat pedagang yang meninggalkan dagangannya ketika masuk waktu shalat untuk melaksanakan shalat jamaah di masjid. “Saya sering lihat Mas yang berjualan

¹⁷ Thoha Husein, *Mushaf Al-Kamil Al-Quran dan Terjemahan...*, hlm. 356.

*peci itu ikut jamaah ashar di masjid. Sama bapak-bapak yang jualan rujuk juga sering ke masjid,”*¹⁸ begitu menurut pemaparan beliau.

Menurut peneliti perilaku para pedagang sudah sangat baik dengan melakukan perdagangan dengan menggunakan etika dalam berbisnis yang sesuai dengan ajaran islam sehingga memberikan dampak positif dan nyata terhadap kehidupan masyarakat sekitar khususnya masyarakat muslim. Dimana sebelumnya Islam dipersangkakan hanya membahas persoalan agama saja tanpa meliputi persoalan perdagangan terlebih pada etika atau moral.

Menurut pengamatan peneliti, kebijakan yang dibuat oleh pengurus yayasan dan pedagang selaku pelaksana tentang menerapkan etika bisnis Islam dalam perilaku berdagang sudah berjalan sebagaimana mestinya, hanya saja sebagian pelaku dagang masih ada yang menunda untuk sholat berjamaah lantaran melayani pembeli yang ada.

2. Prinsip Keseimbangan (*Equilibrium*)

Prinsip keseimbangan yaitu menggambarkan hubungan manusia yg berifat horizontal yaitu erat kaitannya dengan *muammalah* sesama manusia. Dalam perdagangan, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar

¹⁸ Wawancara dengan Pak Hasbi, Pada Tanggal 6 Mei 2021.

hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta dan hak Allah dan Rasulnya terpenuhi tanpa terkecuali. Semua hak-hak tersebut harus ditempatkan sebagaimana mestinya (sesuai aturan syariah). Tidak mengakomodir salah satu hak di atas, dapat menempatkan seseorang tersebut pada kezaliman. Karenanya orang yang adil akan lebih dekat kepada ketakwaan.

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan dengan Pak Cepuk seorang pedagang angkringan yang berusia 41 tahun, beliau menyatakan bahwa: *“Kami saling menghargai sesama pedagang di sini mas, terkadang bila dagangan saya sedang sepi dan pedagang lain membutuhkan bantuan ya saya bantu.”*¹⁹

Begitu pula dengan Bu Yuli seorang pemilik warung kopi menyatakan: *“Alhamdulillah semuanya saling menghormati, kami juga saling bantu satu sama lain misalnya menjaga dagangan yang dititipkan ketika sedang sholat.”*²⁰

Dari sini dapat dilihat penerapan prinsip keseimbangan para pedagang di sekitar Masjid Tegalsari. Walaupun setiap orang memiliki kepentingan masing-masing, namun lebih mengutamakan *muammalah* yang baik daripada bersikap egois dan tidak mempedulikan keadaan sekitar. Hal ini sesuai dengan firman Allah:

¹⁹ Wawancara dengan Pedagang Angkringan, Pada Tanggal 04 Mei 2021.

²⁰ Wawancara dengan Pemilik Warung Kopi, Pada Tanggal 04 Mei 2021.

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا

اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: “Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah sangat berat siksaan-Nya.” Q.S Al-Maidah:2.²¹

3. Prinsip Kehendak Bebas (Ikhtiar/Free Will)

Kebebasan merupakan bagian penting dalam etika bisnis Islam, namun kebebasan tidak merugikan kepentingan bersama. Dalam penelitian ini penerapan prinsip kehendak bebas diterapkan oleh yayasan Masjid Tegalsari yaitu dengan tidak memaksa maupun melarang para pedagang untuk berjualan, tidak memungut bayaran atau pajak dari hasil jualan pedagang, serta membebaskan jenis barang yang dijual asal halal dan baik. Namun kebebasan berjualan di sekitar masjid tetap dibatasi oleh peraturan-peraturan yang tidak memberatkan seperti membatasi tempat berjualan agar tidak terlalu dekat dengan area tempat ibadah dan makam.

Menurut hasil wawancara peneliti dengan Pak Hani penjual kopi keliling yang sudah 25 tahun berjualan di sekitar Masjid Tegalsari, mengatakan: “Semua yang berjualan di sini bebas mas,

²¹ Thoha Husein, *Mushaf Al-Kamil Al-Quran dan Terjemahan...*, hlm. 107.

semuanya boleh jualan. Tapi kalo sudah masuk ke area teras atau di depan gerbang ya ngga boleh sama pengurus.”²²

Selain itu para pedagang juga tidak memaksa pembeli untuk membeli barang dagangannya ataupun membatasi jumlah barang yang harus dibeli. Beberapa penjual membebaskan pembeli untuk menawar barang dagangannya, seperti yang dilakukan Mas Faiz, penjual peci yang sudah 2 tahun berjualan mengatakan, *“Kalau ada yang nawar ya ndak papa mas, yang penting masih wajar. Kalau terlalu murah ya saya rugi.”²³*

Berdasarkan hasil wawancara di atas maka dapat diketahui bahwa, penerapan etika bisnis Islam yang dilihat dari prinsip kehendak bebas telah diterapkan dengan baik sesuai dengan firman Allah dalam Surat Al-Baqarah: 198

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ...^{١٩٨}

Artinya: *“Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) dari Tuhanmu”²⁴*

4. Prinsip Tanggung Jawab (Responsibility)

Islam menekankan konsep tanggung jawab dalam kehidupan, manusia perlu mempertanggung jawabkan atas tindakannya di dunia. Menurut Islam, segala aktivitas yang

²² Wawancara dengan Pedagang Kopi Keliling, Pada Tanggal 4 Mei 2021.

²³ Wawancara dengan Pedagang Peci, Pada Tanggal 4 Mei 2021.

²⁴ Thoah Husein, *Mushaf Al-Kamil Al-Quran dan Terjemahan...*, hlm. 32.

dilakukan hendaklah dengan rasa penuh tanggung jawab. Selain itu tanggung jawab dalam dunia bisnis sangat dibutuhkan dan ditampilkan secara transparan, keterbukaan dan kejujuran dengan tujuan agar bisnis yang dijalankan berjalan dengan baik.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Pak Ngamung seorang penjual kopi keliling menyatakan, *“Ini Mas yang saya jual kopi dan jajanan ini saja, kalau siang saya di pasar malamnya baru berjualan di sini.”*²⁵ Begitu pula Bu Ana pemilik warung kopi juga menyatakan, *“Macam-macam, Indomie, jajanan, nasi sama kopi juga ada, bukanya pagi sampai siang lalu buka lagi sore sampai malam. Kalau yang aneh-aneh seperti minuman keras gitu disini ngga ada, kan haram malu sama masjid.”*²⁶

Seorang pembeli yang juga merupakan pengunjung tetap Masjid Tegalsari mengatakan bahwa para penjual di sekitar masjid menjual barang-barang yang baik dan masih baru terutama makanan. *“Saya suka beli rujak di tukang rujak selatan masjid, buahnya segar dan sambalnya enak. Yang jualan gorengan juga enak, masih anget digoreng dadakan.”*²⁷

Dari sini dapat disimpulkan bahwa pedagang bertanggung jawab atas dagangan yang mereka jual berupa makanan maupun barang. Mereka hanya menjual yang halal dan menghindari

²⁵ Wawancara dengan Pedagang Kopi Keliling, Pada Tanggal 11 April 2021.

²⁶ Wawancara dengan Pemilik Warung kopi, Pada Tanggal 11 April 2021.

²⁷ Wawancara dengan Pak Yasin, Pada Tanggal 4 Mei 2021.

praktik berjualan barang-barang yang haram. Sebagaimana disebutkan dalam Al-quran:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَمُ رِجْسٌ مِّنْ

عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَأَجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ٩٠

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya minuman keras (khamar), berjudi (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah perbuatan keji termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan*”. QS. Al-Ma’idah: 90²⁸

5. Prinsip Kebenaran, Kebajikan dan Kejujuran

Sebagai pedagang, sudah sepatutnya memberikan apa saja yang menjadi hak pembelinya, tidak mengambil keuntungan berlebihan dan tidak mengurangi hak pembeli, berlaku jujur, serta menjelaskan kekurangan barang dagangan yang dia ketahui maupun yang tidak diketahui oleh pembeli. Disebutkan dalam Al-quran:

وَلَا تَلْبِسُوا الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَتَكْتُمُوا الْحَقَّ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ٤٢

²⁸ Thoha Husein, *Mushaf Al-Kamil Al-Quran dan Terjemahan...*, hlm. 124.

Artinya: *“Dan janganlah kamu campur adukkan kebenaran dengan kebatilan dan (janganlah) kamu sembunyikan kebenaran, sedangkan kamu mengetahuinya.”* Q.S. Al-Baqarah: 42.²⁹

Berdasarkan wawancara dengan Mas Faiz penjual peci menyatakan, *“Iya Alhamdulillah selalu jujur mas, harga barang-barang saya sama dan bila ada yang bertanya selalu saya jelaskan barangnya berikut dengan harga.”*³⁰

Begitu pula jika ada kelebihan uang yang dibayarkan oleh pembeli, maka penjual akan mengembalikannya. Bapak Dayak penjual kopi keliling menyatakan, *“Ya mas kalau ada kembalian pasti dikembalikan, kalau harga barang dagangan yang saya jual relatif sama dengan yang lainnya.”*³¹

Dari sini dapat diketahui bahwa prinsip kebenaran, kebajikan dan kejujuran sudah diterapkan oleh pedagang di sekitar Masjid Tegalsari.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku pedagang di sekitar Masjid Tegalsari sudah sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Dimana para pedagang tidak hanya mengejar keuntungan semata akan tetapi juga memperhatikan kepuasan pembeli dengan menjual sesuatu yang halal, baik dan berkualitas.

²⁹ Thoah Husein, *Mushaf Al-Kamil Al-Quran dan Terjemahan...*, hlm. 8.

³⁰ Wawancara dengan Pedagang Pernak-pernik, Pada Tanggal 22 April 2021.

³¹ Wawancara dengan Pedagang Kopi Keliling, Pada Tanggal 22 April 2021.

Selain itu para penjual juga memperhatikan aspek keberkahan dalam berdagang dengan tidak meninggalkan kewajiban beribadah serta mengeluarkan sebagian laba untuk disedekahkan. Prinsip etika bisnis Islam juga tampak dari *muammalah* pedagang dengan pembeli dan antara sesama pedagang terbukti dari sikap saling menghargai dan saling membantu. Beberapa pedagang bahkan mau membantu menjaga lapak pedagang lain saat ditinggal untuk melaksanakan ibadah. Para pembeli juga merasa puas dan nyaman bertransaksi dengan para penjual karena pelayanan yang baik dan kejujuran yang ditunjukkan oleh para penjual.

Kebijakan yang dibuat oleh pengurus yayasan juga sangat mendukung praktik penerapan etika bisnis Islam yaitu dengan membebaskan para pedagang untuk berjualan di sekitar masjid dengan tidak melanggar aturan yang ditetapkan yayasan.

Tabel 9: Keterkaitan antara Realita Perilaku Pedagang Masjid Tegalsari dengan Etika Bisnis Islam

No.	Prinsip Etika Bisnis Islam	Realita Perilaku Pedagang Masjid Tegalsari
1	Prinsip Kesatuan (<i>Tauhid</i>)	Kegiatan jual beli yang dilakukan para pedagang di sekitar Masjid Tegalsari tidak semata-mata ditujukan untuk memperoleh keuntungan berupa harta benda semata, akan tetapi untuk mendapatkan keberkahan dan ridho Allah juga. Hal ini dibuktikan dengan

		<p>mengisi kotak amal masjid serta mengikuti sholat jamaah ketika tiba waktu sholat. Walaupun hal ini tidak sepenuhnya dilakukan oleh semua pedagang, akan tetapi sebagian besar sudah menerapkannya.</p>
2	<p>Prinsip Keseimbangan (<i>Equilibrium</i>)</p>	<p>Hubungan yang tercipta antar pedagang di sekitar Masjid Tegalsari sangat harmonis. Para pedagang saling sapa dan bersikap ramah baik kepada pembeli maupun sesama pedagang. Tidak ditemukan monopoli ataupun persaingan yang tidak sehat, bahkan para pedagang saling membantu dalam menjaga lapak jika diperlukan.</p>
3	<p>Prinsip Kehendak Bebas (<i>Ikhtiar/Free Will</i>)</p>	<p>Pihak yayasan tidak memaksa maupun melarang para pedagang untuk berjualan, tidak memungut bayaran atau pajak dari hasil jualan pedagang, serta membebaskan jenis barang yang dijual asal halal dan baik. Para pedagang juga tidak memaksa pembeli untuk membeli barang dagangannya ataupun membatasi jumlah barang yang harus dibeli.</p>
4	<p>Prinsip Tanggung Jawab (<i>Responsibility</i>)</p>	<p>Para pedagang bertanggung jawab atas dagangan yang mereka jual berupa makanan maupun barang. Mereka hanya menjual barang dan makanan</p>

		yang halal serta menghindari praktik berjualan barang-barang yang haram.
5	Prinsip Kebenaran, Kebajikan dan Kejujuran	Penjual berlaku jujur dengan menjelaskan barang yang dijual secara terbuka tanpa menutupi kekurangan atau kecacatannya. Selain itu juga mengembalikan kelebihan uang pembeli dan mencurangnya.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

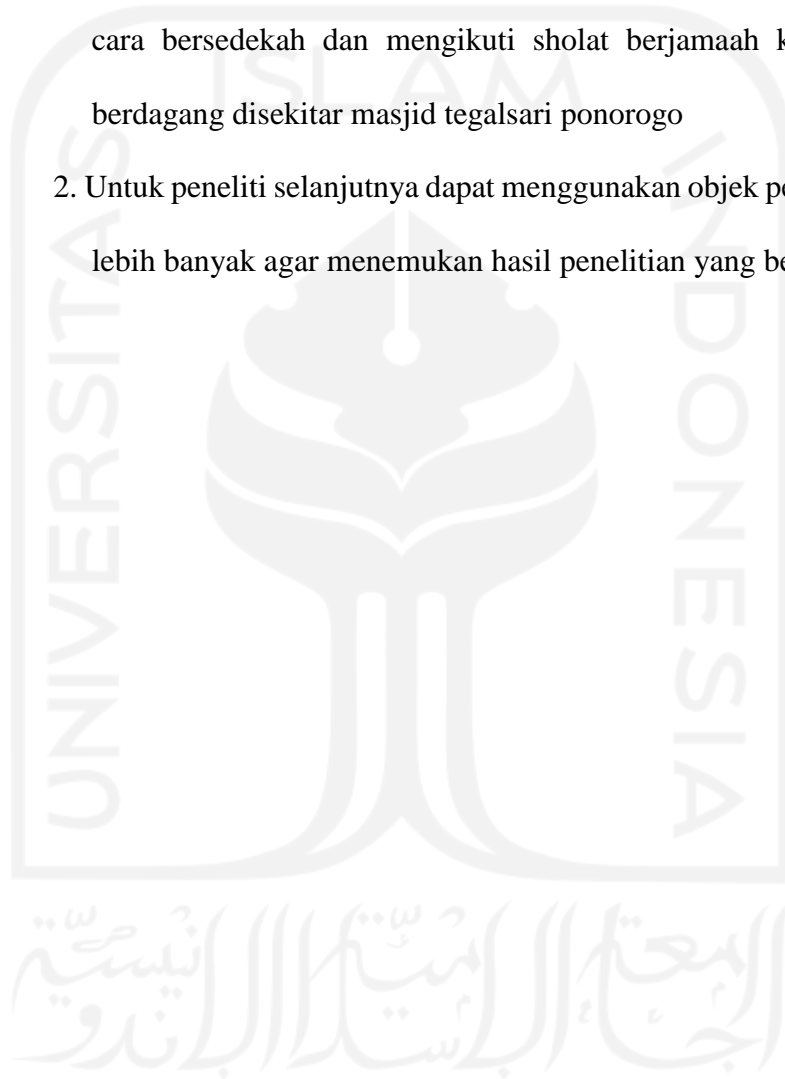
Dari berbagai penjelasan yang sudah dipaparkan dari bab ke bab terkait dengan perilaku pedagang Masjid Tegalsari Ponorogo perspektif etika bisnis Islam, dapat disimpulkan bahwa pedagang di Masjid Tegalsari sebagian besar telah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yaitu:

1. Prinsip Kesatuan (*Tauhid*) dengan mengisi kotak amal masjid serta mengikuti sholat jamaah walaupun belum semua pedagang menerapkannya.
2. Prinsip Keseimbangan (*Equilibrium*) dengan menjaga hubungan baik dengan pembeli dan sesama pedagang.
3. Prinsip Kehendak Bebas (*Ikhtiar/Free Will*) dengan memberi kebebasan kepada pembeli untuk membeli barang dagangannya.
4. Prinsip Tanggung Jawab (*Responsibility*) dengan menjual barang-barang yang halal dan berkualitas baik.
5. Prinsip Kebenaran, Kebajikan dan Kejujuran dengan berlaku jujur dan benar dalam melakukan setiap transaksi.

B. Saran

Berdasarkan pada hasil penelitian dan kesimpulan, maka terdapat saran-saran yang dapat diberikan ke berbagai pihak sebagai berikut:

1. Untuk pihak yayasan agar memperhatikan para pedagang dalam hal sholat berjamaah dengan cara mengakomodir para pedagang untuk menghentikan transaksi jual beli ketika sholat jamaah berlangsung, dan untuk para pedagang agar meningkatkan kualitas ibadah dengan cara bersedekah dan mengikuti sholat berjamaah ketika sedang berdagang disekitar masjid tegalsari ponorogo
2. Untuk peneliti selanjutnya dapat menggunakan objek penelitian yang lebih banyak agar menemukan hasil penelitian yang berbeda.



DAFTAR PUSTAKA

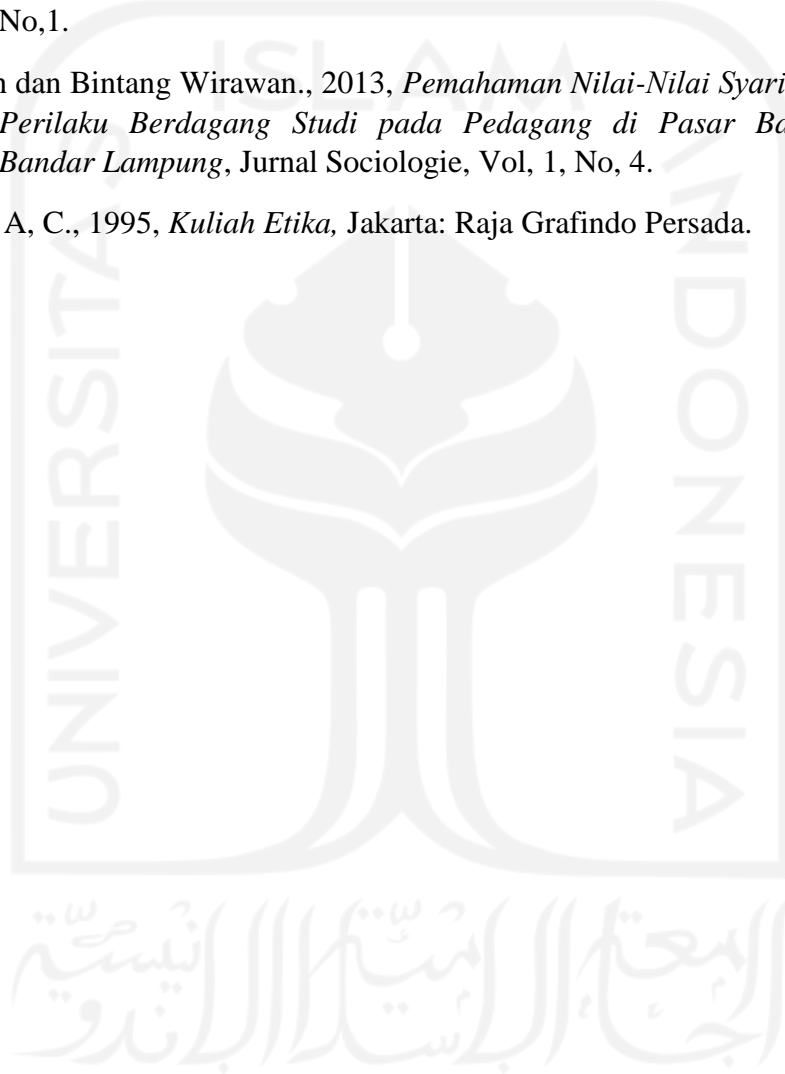
- Abdurrahman, N, H., 2013, *Manajemen Bisnis Syariah & Kewirausahaan*, Bandung: Pustaka Setia.
- Alwani, T, J., 2005, *Bisnis Islam*, Yogyakarta : AK GROUP.
- Alma, B., 1993, *Pengantar Bisnis*, Bandung: Alfa Beta.
- Alma, B., 1994, *Ajaran Islam Dalam Bisnis*, Bandung: CV Alfabeta.
- Alma, B, D,J,P., 2009, *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung: ALFABETA.
- Al-Qur'an dan Terjemah*, 2013, Jakarta: Pustaka Al-Mubin.
- Amri, S., 2012, *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kebersihan dan Kenyamanan di Pasar Tradisional Terhadap Perpindahan Berbelanja Dari Pasar Tradisional Ke Pasar Modern di Kota Semarang*, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Anggraeny, G., 2017, *Pembelajaran Dan Implementasi Etika Bisnis Islam Studi Pada Mahasiswa Akuntansi Syariah Iain Surakarta*, *Academica*, Vol, 1, No, 2.
- Anies., 2006, *Waspada Ancaman Penyakit Tidak Menular Solusi Pencegahan Dari Aspek Perilaku & Lingkungan*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Ardianto., M, R, 2017, *Perilaku Sosial Pedagang Handphone/gadget Di Pasar Tradisional Klitikan Pakuncen Daerah Istimewa Yogyakarta*, *Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, Vol, VI, No, 02.
- Arifin, J., 2009, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press.
- Arijanto, A., 2012, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Aziz, A., 2013, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, Bandung : Alfabeta.
- Badroen, F., 2006, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Prenada Media Group.
- Basri., 2005, *Bisnis Pengantar Edisi Pertama*, BPFE Yogyakarta.
- Bara., 2016, *Analisis Pengaruh Perilaku Pedagang Terhadap Inflasi*, *Analytica Islamica* Vol, 5, No, 2.
- Beekun, R, I., 2004, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Beekun, R, I., 1997, *Islamic Business Ethics*, Virginia: The International Institute of Islamic Thought.
- Bukhari. I A, n,d., *Shahih al-Bukhari, Jilid 5*, Jakarta: Pustaka As Sunnah.

- Bustami., 2017, *Perilaku Pedagang Kerajinan Dalam Menaikkan Dan Mendiskriminasi Harga Pasar Ditinjau Menurut Hukum Ekonomi Syari'ah Studi Kasus Di Pasar Beringharjo*, Al-Qisthu, Vol, 15, No, 2.
- Damsar., 2002, *Sosoiologi Ekonomi*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Darussalam, A., 2011, *Etika Bisnis Dalam Pesepektif Hadis, Cet, 1*, Makassar: Alauddin University Press.
- Devos., 1987, *Pengantar Etika*, Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Djakfar, M., 2007, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, Malang: UIN Malang Press.
- Djakfar, M., 2009, *Anatomi Perilaku Bisnis: Dialektika Etika dengan Realitas*, Malang: UIN Malang Press.
- Djakfar, M., 2012, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, Jakarta: Penebar Plus.
- Fahmi, I., 2014, *Etika Bisnis Teori, Kasus, Dan Solusi*, Bandung: ALFABETA.
- Faiz, A., 2010, *Pengaruh Tingkat Keagamaan Terhadap Perilaku Pedagang*, Al-Iqtishad, Vol, II, No, 1.
- Faradiska, D, R, A., 2019, *Penerapan Etika Bisnis Islam, Religiusitas, Dan Kreativitas Terhadap Keuntungan Pengusaha Konfeksi, Serambi, Vol, 1, No, 3*.
- Fathoni, A., 2006, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Fauroni, R, L., 2006, *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*, Yogyakarta: Pustaka Pesantren.
- Fauzan., 2013, *Pengaruh Religiusitas Terhadap Etika Berbisnis Studi Pada Rm, Padang Di Kota Malang*, Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, Vol, 15, No, 1.
- Fauzan, Irma Tyasari., 2012, *Pengaruh Religiusitas dan Etika Kerja Islami Terhadap Motivasi Kerja*, Modernisasi, Vol, 8, No, 3.
- Fauzi, I, Y., 2013, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta: Kencana Predanamedia Group.
- Fokkens, F., 1877, *De Priesterscool Te Tegalsari*, Taal-, Land- En Volkenkunde.
- Guillot, C., 1983, *Le Dluwang ou: Papier Javanais*, Archipel 26.
- Hasan, A., 2009, *Manajemen Bisnis Syariah Vol, Cet, 1*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Hayati, S, R., 2017, *Strategi Penguatan Bmt Berdasarkan Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional*, Masharif Al-Syariah, Vol, 2, No, 2.
- Imam Hidayat, Fattah Hidayat., 2019, *Perspektif Psikologi Ekonomi Terhadap Perilaku Pedagang Cabe Di Jawa*, Referensi; Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi, Vol, 7, No, 1.
- Indrawati, T., 2013, *Analisis Perilaku Pedagang Dalam Pembentukan Harga Barang Kebutuhan Pokok Di Kota Pekanbaru*, Jurnal Ekonomi, Vol, 21, No, 1.
- Ismanto, K., 2000, *Manajemen Syariah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kataruddin Tiakoly, Abdul Wahab & Syaharuddin., 2019, *Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Pedagang Barang Campuran di Pasar Tradisional Gamalama*, Jurnal Iqtisaduna, Vol 5 No, 1.
- Keraf, A, S., 1998, *Etika Bisnis, Tuntunan dan Relevansinya*, Yogyakarta: Kanisius.
- Koentjaraningrat., 2016 , *Pengantar Ilmu Antropologi Edisi Revisi*, Jakarta: Rineka Cipta,
- Komari., 2020, *Analisis Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Dalam Etika Bisnis Islam*, At-Tujjar, Vol, 8, No, 1.
- Kusnanto, H, Y, H., 2017, *Masjid Tegalsari Jetis Ponorogo Makna Simbolik Dan Potensinya Sebagai Sumber Pembelajaran Sejarah Lokal*, Gulawentah: Jurnal Studi Sosial, Vol, 2, No, 1.
- Lindert, P, H., 2000, *Shifting Ground: The Changing Agricultur Soils of China and Indonesia*, London: The MIT Press.
- Lubis, A, A., 2017, *Analisis Aspek Religiusitas Terhadap Etika Bisnis Pedagang Pasar Muslim Pusat Pasar Kota Medan*, Dusturiyah, Vol, VII, No, 1.
- M, Rasyid Hidayat, Amelia Rahmaniah., 2019, *Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional Sentra Antasari Banjarmasin Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*, Journal of Islamic and Law Studies, Vol, 3, No, 2.
- Mas'adi, G, A., 2002, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Matthew B, Males, Michel Huberman, Dan Johnny Saldana., 2014, *Qualitative Data Analysis*, USA: SAGE Publication Inc.
- Mirna Wati, Bambang Sudiby., 2016, *Pengaruh Pendidikan Etika Bisnis Dan Religiusitas Terhadap Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi*, Jurnal Economia, Vol, 12, No, 2.

- Mufid, M., 2009, *Etika dan Filsafat Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Muhammad., 2004, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Multazam., D, 2017, *The Dynamics of Tegalsari Santri and Descendants of Pesantren Tegalsari Ponorogo Kiai's in 19-20th*, Qalamuna, vol, 9, no, 1.
- Nasional, D, P., 2005, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka.
- Qardhawi, Y., 1995, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam, Cet, 1*, Jakarta: Rabbani Press.
- Qardhawi, Y., 1997, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani Press.
- Radjasa Mu'tasim, Timbul Haryono, dan St, Sunardi., 2013, *Agama dan Pariwisata*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rakhmat, J., 2005, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Rita Indah Mustikowati, Sri Wilujeng., 2016, *Religiusitas Dan Kewirausahaan; Faktor Kritis Dalam Mencapai Kinerja Bisnis Pada Ukm Di Kabupaten Malang*, Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis, Vol, 3, No, 2.
- Saifuddin Alif Nurdianto, H, J., 2018, *Kajian Poskolonial Gerakan Pemikiran Dan Sikap Ulama Pesantren Tegalsari Dalam Pusaran Konflik Multidimensional Di Jawa 1742-1862*, Jurnal THEOLOGIA, Vol,29, No, 1.
- Siddiqi, M, N., 1996, *Kegiatan Ekonomi Dalam Islam*, Jakarta : Bumi Aksara.
- Soedjono Soekanto Dan Sri Mamudji., 2001, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono., 2016, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Jakarta: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono., 2018, *Metode Penelitian Manajemen Vols*, Cet-6, Bandung: Alfabeta.
- Suhendi, H., 2008, *Fiqih Muamalah*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Syarifah Gustiawati Mukri, Suyud Arif, Ahmad Mukri Aji., 2020, *Survei Existing Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Terhadap Praktik Bisnis Islam Di Kabupaten Bogor*, SALAM; Jurnal Sosial & Budaya Syar-i, Vol, 7, No, 1.
- Teygeler, R., 1996, *Dluwang, a Near-Paper from Indonesia*, IPH Congress Book 1996, vol, 11.
- Umar, H., 2000, *Business an Introduction*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- Untung, B., 2012, *Hukum Dan Etika Bisnis Edisi I*, Yogyakarta: ANDI Offset.
- Wardana, A., 2019, *Pengaruh Religiusitas Terhadap Etika Konsumen Pada Generasi Milenial*, Capital, Vol, 2, No, 2.
- Wazin., 2014, *Relevansi Antara Etika Bisnis Islam dengan Perilaku Wirausaha Muslim Studi tentang Perilaku Pedagang di Pasar Lama Kota Serang Provinsi Banten*, Tela'ah, Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan, Vol, 9 No,1.
- Zakiah dan Bintang Wirawan., 2013, *Pemahaman Nilai-Nilai Syari'ah Terhadap Perilaku Berdagang Studi pada Pedagang di Pasar Bambu Kuning Bandar Lampung*, Jurnal Sociologie, Vol, 1, No, 4.
- Zubair, A, C., 1995, *Kuliah Etika*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.





I. SURAT IZIN PELAKSANAAN PENELITIAN



FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II YOGYAKARTA
Telp dan Fax (0274) 523637

PROGRAM STUDI
ILMU AGAMA ISLAM
PROGRAM MAGISTER

Website : master.islamic.uui.ac.id
Email: msi@uui.ac.id

Nomor : 058/PS-IAIPM/III/2021
Hal : Permohonan Izin Penelitian

Yogyakarta, 29 Maret 2021

Kepada Yang Terhormat:
Bapak Kunto Pramono selaku
Ketua Yayasan Masjid Jami Tegalsari
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Prodi Ilmu Agama Islam Program Magister Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta menyatakan bahwa:

NAMA : Muhammad Husni Mubarak
NIM : 17913010
KONSENTRASI : Ekonomi Islam
NO HP : 087758014207

adalah Mahasiswa Prodi Ilmu Agama Islam Program Magister Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dan saat ini yang bersangkutan sedang dalam proses menuju penyusunan Tesis dengan judul: **"PERILAKU PEDAGANG MASJID TEGALSARI PONOROGO DITINJAU MENURUT PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM"**

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk memberikan Izin kepada yang bersangkutan guna melakukan Penelitian di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian permohonan ini disampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Ketua Prodi,



Dr. Juhanah., MIS

II. SURAT KETERANGAN PELAKSANAAN PENELITIAN

YAYASAN KYAI AGENG MUHAMMAD BESARI
TEGALSARI JETIS PONOROGO JAWA TIMUR
 Alamat: Jl.Moh. Besari Nomor 57 Dkh. Gendol Rt. 01 Rw. 01
 Akta Nomor 37 Tanggal 11 Desember 2015
 Nomor AHU -0030739.AH.01.14 Tahun 2015

Nomor : 36/YKAMB/V/2021
 Lampiran : -
 Hal : **Surat Keterangan Penelitian**

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamua'alaikum Wr. Wb.

Puji Syukur kehadiran Allah SWT, yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-nya sehingga kita bisa menjalankan aktifitas keseharian kita dibawah lindungan yang maha kuasa.

Dengan ini kami menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut dibawah ini:

Nama : Muhammad Husni Mubarak
NIM : 17913010
Program : Pascasarjana
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Kampus : Universitas Islam Indonesia

Yang bersangkutan telah melakukan penelitian pada para pedagang yang bertempat di area sekitar masjid Tegalsari Ponorogo Jawa Timur

surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya dan atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Ponorogo, 17 Mei 2021 M

Ketua Yayasan

Masjid Tegalsari Ponorogo


 Kunto Pramono, S.Pd

III. PEDOMAN WAWANCARA

PEDOMAN WAWANCARA

PERILAKU PEDAGANG MASJID TEGALSARI PONOROGO PRESPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

A. Pertanyaan Untuk Pedagang di Sekitar Masjid Tegalsari Ponorogo.

Nama :
Umur :
Jenis Dagangan :
Lama Jualan :
Domisili :

1. Prinsip Kesatuan (*Tauhid*)

- a. Jika masuk waktu sholat Apakah transaksi berhenti untuk ikut sholat berjamaah?
- b. Apakah pernah bersedekah/mengisi kotak amal?

2. Prinsip Keseimbangan (*Equilibrium*)

Apakah sesama pedagang saling menghormati?

3. Prinsip Kehendak Bebas (*Ikhtiar/Free Will*)

Apakah bebas berdagang di sekitar Masjid Tegalsari?

4. Prinsip Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Barang apa saja yang diperjualbelikan?

5. Prinsip Kebenaran, Kebajikan dan Kejujuran

Apakah selalu bersikap jujur dan benar dalam melakukan setiap transaksi?

B. Pertanyaan Untuk Pembeli di Sekitar Masjid Tegalsari Ponorogo.1. Prinsip Kesatuan (*Tauhid*)

Apakah para pedagang menghentikan transaksi jika masuk waktu shalat?

2. Prinsip Keseimbangan (*Equilibrium*)

Apakah para pedagang saling menghormati?

3. Prinsip Kehendak Bebas (*Ikhtiar/Free Will*)

Apakah pedagang memperbolehkan pembeli untuk menawar barang dagangannya?

4. Prinsip Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Apakah barang yang dijual memiliki kualitas yang baik?

5. Prinsip Kebenaran, Kebajikan dan Kejujuran

Apakah pedagang selalu bersikap benar dan jujur?

IV. TRANSKRIP VERBATIM HASIL WAWANCARA

HASIL INTERVIEW DENGAN PARA PENJUAL DI SEKITAR MASJID TEGALSARI PONOROGO

A. Nama : Mas Faiz
Umur : 32 tahun
Jenis Dagangan : Peci / songkok
Jenis Lapak : Kaki lima
Lama Jualan : 2 tahun
Domisili : Tegalsari

1. Jika masuk waktu sholat Apakah transaksi berhenti untuk ikut shalat berjamaah?

Kalau lagi nggak ada pembeli dan masuk waktu sholat saya ikut jamaah dan menitipkan dagangan saya ke pedagang sebelah

2. Apakah pernah bersedekah/mengisi kotak amal?

Yaa sesekali mas, kalau ingat dan lagi ada kelebihan.

3. Apakah sesama pedagang saling menghormati?

Interaksi kami baik sesama pedagang, malah kami sering bertukar barang dagangan jika di tempat saya barang yang diminta konsumen sedang tidak ada

4. Apakah bebas berdagang di sekitar Masjid Tegalsari?

Bebas mas

5. Barang apa saja yang diperjualbelikan?

Saya jualan peci songkok, macam-macam model. Semua kalangan bias beli mas, ada yang model kupluk tipis bisa disakuin, ada yang model tebal kayak gini juga. Barang yang saya jual harganya murah mas, walaupun disini ikutnya tempat wisata tapi harganya

masih pasaran. Kalau ada yang nawar ya ndak papa mas, yang penting masih wajar. Kalau terlalu murah ya saya rugi.

6. Apakah selalu bersikap jujur dan benar dalam melakukan setiap transaksi?

Iya Alhamdulillah selalu jujur mas, harga barang-barang saya sama dan bila ada yang bertanya selalu saya jelaskan barangnya berikut dengan harga.

B. Nama : Bu Yuli
Umur : 46 tahun
Jenis Dagangan : Warung kopi
Jenis Lapak : Warung
Lama Jualan : 10 tahun
Domisili : Tegalsari

1. Jika masuk waktu shalat Apakah transaksi berhenti untuk ikut shalat berjamaah?

Tergantung mas, kalau sepi ya saya tinggal dulu buat shalat, kalau rame ya dilayani dulu pembelinya. Biasanya yang ke warung sini juga jamaah di masjid kok.

2. Apakah pernah bersedekah/mengisi kotak amal?

Ya pernah lah mas, dikit-dikit biar rejekinya berkah.

3. Apakah sesama pedagang saling menghormati?

Alhamdulillah semuanya saling menghormati, kami juga saling bantu satu sama lain misalnya menjaga dagangan yang dititipkan ketika sedang shalat

4. Apakah bebas berdagang di sekitar Masjid Tegalsari?

Saya sudah lama jualan disini. Selama ini ndak ada yang melarang. Orang-orang yang mau berjualan juga bebas, yang penting jualannya ndak macem-macem.

5. Barang apa saja yang diperjualbelikan?

Saya jualan kopi, ada gorengan juga.

6. Apakah selalu bersikap jujur dan benar dalam melakukan setiap transaksi?

Jujur lah mas. Saya kalau jualan yang baik-baik, ndak pernah bohong. Kalau ada kelebihan uang ya saya kembalikan.

C. Nama : Pak Nurlan
Umur : 46 tahun
Jenis Dagangan : Es dawet
Jenis Lapak : Kaki lima
Lama Jualan : 2 tahun
Domisili : Tegalsari

1. Jika masuk waktu sholat Apakah transaksi berhenti untuk ikut shalat berjamaah?

Ya walaupun nggak tutup tapi saya berusaha untuk ikut jamaah.

2. Apakah pernah bersedekah/mengisi kotak amal?

Rezeki itu sudah ada yang ngatur tinggal kitanya saja berusaha, Alhamdulillah saya sering ngisi kotak amal minimal ya seminggu sekali mas.

3. Apakah sesama pedagang saling menghormati?

Iya mas, mayoritas yang jual disini sudah saling kenal. Kalau di rumah juga tetangga jadi sudah pada akrab semua.

4. Apakah bebas berdagang di sekitar Masjid Tegalsari?

Nggak ada masalah mas, nggak ada yang ngelarang kalau mau jualan disini. Yang jualannya cuman sore aja ada, yang malam aja juga ada. Biasanya kalau disini sepi yaa nyari tempat lain.

5. Barang apa saja yang diperjualbelikan?

Es dawet mas, jualannya Cuma sampai sore. Kalau malam saya di rumah. Yaa siapa yang mau beli dawet malam-malam mas..haha

6. Apakah selalu bersikap jujur dan benar dalam melakukan setiap transaksi?

Jujur lah mas. Saya jualannya pakai air mateng lo mas. Kalau yang lain-lain ada yang pakai air mentah saya nggak.

D. Nama : Pak Cepuk
Umur : 41 tahun
Jenis Dagangan : Angkringan
Jenis Lapak : Kaki lima
Lama Jualan : 3 tahun
Domisili : Tegalsari

1. Jika masuk waktu sholat Apakah transaksi berhenti untuk ikut shalat berjamaah?

Kadang kalau sepi mas, saya tinggal buat jamaah ke masjid. Disini aman mas, banyak yang bantu jaga.

2. Apakah pernah bersedekah/mengisi kotak amal?

Ya pernah mas, walaupun sekali dua kali

3. Apakah sesama pedagang saling menghormati?

Kami saling menghargai sesama pedagang di sini mas, terkadang bila dagangan saya sedang sepi dan pedagang lain membutuhkan bantuan ya saya bantu

4. Apakah bebas berdagang di sekitar Masjid Tegalsari?

Bebas yang penting jaga kebersihan dan jualannya ngga aneh-aneh. Palingan kalau di sekitar sini yang rame yang jualan kopi apalagi kalau malam banyak yang datang.

5. Barang apa saja yang diperjualbelikan?

Kalau angkringan jualannya ya kopi, minuman panas, sama gorengan mas. Sama ada nasi kucingnya.

6. Apakah selalu bersikap jujur dan benar dalam melakukan setiap transaksi?

Saya jualan jujur mas. Jualannya juga yang baik-baik, nggak ada jualan macam-macamnya. Orang yang ke sini juga cuman buat ngopi sama ngobrol-ngobrol aja.

E. Nama : Pak Hani
Umur : 21 tahun
Jenis Dagangan : Angkringan
Jenis Lapak : Kaki lima
Lama Jualan : 2 tahun
Domisili : Tegalsari

1. Jika masuk waktu shalat Apakah transaksi berhenti untuk ikut shalat berjamaah?

Ya kadang-kadang mas, kadang juga shalat sendiri tapi di masjid.

2. Apakah pernah bersedekah/mengisi kotak amal?

Pernah mas, walaupun nggak sering. Kalo ada uang dan ingat ya sedekah.

3. Apakah sesama pedagang saling menghormati?

Iya mas, kami disini baik-baik. Semuanya udah punya langganan masing-masing.

4. Apakah bebas berdagang di sekitar Masjid Tegalsari?

Semua yang berjualan di sini bebas mas, semuanya boleh jualan. Tapi kalo sudah masuk ke area teras atau di depan gerbang ya ngga boleh sama pengurus

5. Barang apa saja yang diperjualbelikan?

Kalau angkringan ya jualannya kopi sama gorengan mas.

6. Apakah selalu bersikap jujur dan benar dalam melakukan setiap transaksi?

Iya mas, kalau ada kelebihan uang pembeli saya kembalikan kok. Ya pernah sih dulu ada yang beli uangnya kebanyakan, ya saya kembalikan.

F. Nama : Pak Ngamung
Umur : 63 tahun
Jenis Dagangan : Kopi keliling
Jenis Lapak : Kaki lima
Lama Jualan : 3 tahun
Domisili : Tegalsari

1. Jika masuk waktu sholat Apakah transaksi berhenti untuk ikut shalat berjamaah?

Kalau lagi rame ya lanjut dulu mas, kasian yang beli. Kalau udah sepi baru ditinggal buat shalat.

2. Apakah pernah bersedekah/mengisi kotak amal?

Pernah mas, walaupun ngga sering.

3. Apakah sesama pedagang saling menghormati?

Iya mas, kita saling bantu malahan. Soalnya yang jualan disini kebanyakan tetangga, jadi sudah saling kenal.

4. Apakah bebas berdagang di sekitar Masjid Tegalsari?

Bebas mas, kalau ada pendatang baru ya kita hormati.

5. Barang apa saja yang diperjualbelikan?

Ini Mas yang saya jual kopi dan jajanan ini saja, kalau siang saya di pasar malamnya baru berjualan di sini.

6. Apakah selalu bersikap jujur dan benar dalam melakukan setiap transaksi?

Saya jualannya jujur mas. Bua apa bohongin pembeli, nanti malah nggak mau langganan kesini.

G. Nama : Bu Ana
Umur : 60 tahun
Jenis Dagangan : Warung kopi
Jenis Lapak : Warung
Lama Jualan : 25 tahun
Domisili : Tegalsari

1. Jika masuk waktu sholat Apakah transaksi berhenti untuk ikut shalat berjamaah?

Tergantung mas, kalau lagi rame ya ditunggu dulu. Kalau sepi ya saya tinggal shalat. Kalau lagi sholat warungnya saya buka mas, biar pembelinya nunggu dulu.

2. Apakah pernah bersedekah/mengisi kotak amal?

Iya dikit-dikit mas. Kalau lagi ke masjid biasanya sambil bawa uang buat kotak amal.

3. Apakah sesama pedagang saling menghormati?

Iya mas, kami saling menghormati dan saling membantu kalau ada yang kesusahan. Kalau ada yang minta tolong yaa saya bantu sebisanya.

4. Apakah bebas berdagang di sekitar Masjid Tegalsari?

Saya sudah lama berjualan disini, kebetulan yaa rumahnya disini. Selama ini ndak ada tuh yang ngelarang-ngelarang. Kalau ada yang jualan terus ndak laku atau ndak rame ya palingan pindah ke tempat lain.

5. Barang apa saja yang diperjualbelikan?

Macam-macam, Indomie, jajanan, nasi sama kopi juga ada, bukanya pagi sampai siang lalu buka lagi sore sampai malam. Kalau yang aneh-aneh seperti minuman keras gitu disini ngga ada, kan haram malu sama masjid.

6. Apakah selalu bersikap jujur dan benar dalam melakukan setiap transaksi?

Jujur mas, pelanggan saya sudah banyak. Kalau ndak jujur pasti sudah pada pergi orang-orang, ndak mau beli ke tempat saya.

H. Nama : Pak Dayak

Umur : 27 tahun

Jenis Dagangan : Kopi keliling

Jenis Lapak : Kaki lima

Lama Jualan : 15 tahun

Domisili : Tegalsari

1. Jika masuk waktu sholat Apakah transaksi berhenti untuk ikut shalat berjamaah?

Kadang-kadang mas, kalau lagi nggak ada yang beli ya saya tinggal shalat ke masjid. Kalau ada yang beli ya dilayani dulu.

2. Apakah pernah bersedekah/mengisi kotak amal?

Pernah mas, biasanya kalau jumat saya usahakan ngisi kotak amal masjid.

3. Apakah sesama pedagang saling menghormati?

Kami disini sudah seperti saudara mas. Kalau ada yang butuh bantuan yaa saya bantu sebisanya.

4. Apakah bebas berdagang di sekitar Masjid Tegalsari?

Nggak ada yang melarang mas. Yang pulang pergi banyak, yang menetap juga banyak. Yang pedagang musiman juga ada.

5. Barang apa saja yang diperjualbelikan?

Saya jualan keliling mas, ada kopi, jahe, teh, sama minuman hangat lainnya. Jualannya dari sore sampai malam biasanya.

6. Apakah selalu bersikap jujur dan benar dalam melakukan setiap transaksi?

Ya mas kalau ada kembalian pasti dikembalikan, kalau harga barang dagangan yang saya jual relatif sama dengan yang lainnya.

- I. Nama : Pak Abdul**
Umur : 45 tahun
Jenis Dagangan : Batagor
Jenis Lapak : Kaki lima
Lama Jualan : 1 tahun
Domisili : Jabung

1. Jika masuk waktu shalat Apakah transaksi berhenti untuk ikut shalat berjamaah?

Biasanya kalau sedang tidak ada yang beli saya ikut shalat berjamaah.

2. Apakah pernah bersedekah/mengisi kotak amal?

Kalau sering sih tidak tapi saya pernah mengisi kotak amal.

3. Apakah sesama pedagang saling menghormati?

Alhamdulillah kita sesama pedagang saling menghormati.

4. Apakah bebas berdagang di sekitar Masjid Tegalsari?

Iya mas bebas berdagang di sini asalkan yang dijual barang-barang yang baik.

5. Barang apa saja yang diperjualbelikan?

Kalau saya cuman batagor ini mas nggak ada yang lain.

6. Apakah selalu bersikap jujur dan benar dalam melakukan setiap transaksi?

Alhamdulillah Selama saya jualan saya selalu bersikap jujur.

J. Nama : Pak Sorat

Umur : 45 tahun

Jenis Dagangan : Nasi pecel

Jenis Lapak : Kaki lima

Lama Jualan : 3 tahun

Domisili : Tegalsari

1. Jika masuk waktu shalat Apakah transaksi berhenti untuk ikut shalat berjamaah?

Biasanya saya usahakan untuk ikut sholat berjamaah.

2. Apakah pernah bersedekah/mengisi kotak amal?

Iya pernah mas.

3. Apakah sesama pedagang saling menghormati?

Selama saya berjualan disini alhamdulillah semuanya saling menghormati.

4. Apakah bebas berdagang di sekitar Masjid Tegalsari?

Alhamdulillah untuk berdagang di sini bebas mas.

5. Barang apa saja yang diperjualbelikan?

Yang saya jual nasi pecel ini dan gorengan.

6. Apakah selalu bersikap jujur dan benar dalam melakukan setiap transaksi?

Iya mas, saya selalu berjualan dengan jujur karena kalau tidak nggak akan punya pelanggan saya.



HASIL INTERVIEW DENGAN PARA PEMBELI DI SEKITAR MASJID TEGALSARI PONOROGO

A. Nama : Pak Yasin
Umur : 35 tahun
Domisili : Sekaran Ponorogo

1. Apakah para pedagang menghentikan transaksi jika masuk waktu shalat?

Kalau ada yang beli biasanya masih dilanjutkan mas. Kalau yang lagi sepi ada yang ditinggal ke masjid buat ikut jamaah, ada juga yang gentian jaga sama penjual lain.

2. Apakah para pedagang saling menghormati?

Yang saya lihat begitu mas, mereka akrab satu sama lain. Kadang kalau penjualnya lagi kosong barangnya, dicarikan ke penjual yang lain.

3. Apakah pedagang memperbolehkan pembeli untuk menawar barang dagangannya?

Beberapa ada seperti penjual peci dan souvenir. Kalau yang jualan makanan biasanya harga pas mas, masak yoo nawar kopi di warung toh..haha..

4. Apakah barang yang dijual memiliki kualitas yang baik?

Saya suka beli rujak di tukang rujak selatan masjid, buahnya segar dan sambalnya enak. Yang jualan gorengan juga enak, masih anget digoreng dadakan.

5. Apakah pedagang selalu bersikap benar dan jujur?

Setau saya gitu mas, jualannya baik-baik ndak ada yang curang.

B. Nama : Mas Hasbi
Umur : 30 tahun
Domisili : Siman Ponorogo

1. Apakah para pedagang menghentikan transaksi jika masuk waktu shalat?

Saya sering lihat Mas yang berjualan peci itu ikut jamaah ashar di masjid. Sama bapak-bapak yang jualan rujak juga sering ke masjid

2. Apakah para pedagang saling menghormati?

Sepenglihatan saya baik mas, pedagangnya sering saling ngobrol dan bercanda bareng. Apalagi kalau lagi sepi pembeli malah suka ada yang main ke toko sebelah.

3. Apakah pedagang memperbolehkan pembeli untuk menawar barang dagangannya?

Kalo kopi, jajanan sama yang jualan makanan biasanya harga pas mas. Pembeli pun kalau beli langsung menyebutkan nominal harganya, kayak beli batagor lima ribu. Kalau yang model kaos, sama cinderamata biasanya masih boleh ditawar.

4. Apakah barang yang dijual memiliki kualitas yang baik?

Sejauh ini saya puas sama dagangan para penjual di sekitar sini. Kalau malam kamis biasanya suka ngopi di angkringan selatan masjid itu. Kalau malam ramai di situ mas.

5. Apakah pedagang selalu bersikap benar dan jujur?

Kalau yang saya lihat mereka baik-baik mas, belum pernah dibohongi soalnya.

C. Nama : Pak Abdullah
Umur : 57 tahun
Domisili : Madiun

1. Apakah para pedagang menghentikan transaksi jika masuk waktu shalat?

Mungkin sebagian iya ya mas, soalnya terkadang saya juga melihat ada pedagang yang ke masjid untuk ikut sholat berjamaah.

2. Apakah para pedagang saling menghormati?

Kalau saya lihat sih ya mas.

3. Apakah pedagang memperbolehkan pembeli untuk menawar barang dagangannya?

Di beberapa pedagang boleh, cuman kalau untuk makanan kayaknya nggak bisa nawar mas.

4. Apakah barang yang dijual memiliki kualitas yang baik?

Rata-rata barang yang dijual sesuai dengan harganya.

5. Apakah pedagang selalu bersikap benar dan jujur?

Selama beli di sini sih alhamdulillah pedagangnya jujur.

D. Nama : Mas Nur
Umur : 35 tahun
Domisili : Cirebon

1. Apakah para pedagang menghentikan transaksi jika masuk waktu shalat?

Ini pertama kali saya mampir ke sini mas, jadi maaf saya kurang tahu.

2. Apakah para pedagang saling menghormati?

Kalau yang saya lihat sepertinya iya.

3. Apakah pedagang memperbolehkan pembeli untuk menawar barang dagangannya?

Iya boleh mas, barusan saja saya berbelanja barang ini disana dan boleh menawar.

4. Apakah barang yang dijual memiliki kualitas yang baik?

Alhamdulillah bagus ini mas barangnya.

5. Apakah pedagang selalu bersikap benar dan jujur?

Iya mas, tadi ada barang cacat terus saya tukar dan boleh sama yang jual.

E. Nama : Bu Umi
Umur : 42 tahun
Domisili : Badegan Ponorogo

1. Apakah para pedagang menghentikan transaksi jika masuk waktu shalat?

Kalau yang saya lihat ada mas.

2. Apakah para pedagang saling menghormati?

Kayaknya iya mas.

3. Apakah pedagang memperbolehkan pembeli untuk menawar barang dagangannya?

Boleh mas, kemarin saya pernah beli barang di pedagang itu dan bisa ditawar.

4. Apakah barang yang dijual memiliki kualitas yang baik?

Iya lumayan bagus mas barang-barangnya.

5. Apakah pedagang selalu bersikap benar dan jujur?

Jujur kok mas, kemaren pas saya tanya barang dijelasin sama yang jual.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
الجامعة الإسلامية
الاستدرا الأندونيسية

V. DOKUMENTASI PENELITIAN



Wawancara Dengan Pak Kunto, Selaku Ketua Yayasan Masjid Tegalsari (30-03-2021)



Gerbang Masjid Tegalsari di Lokasi Penelitian (11-04-2021)



Pelataran Masjid Tegalsari Lokasi Penelitian (11-04-2021)



Makam Kyai Ageng Besari dan Masjid Tegalsari Tampak Belakang Yang Merupakan Daya Tarik Pengunjung (04-11-2021)



Area Pedagang Masjid Tegalsari Lokasi Penelitian 1 (04-11-2021)



Area Pedagang Masjid Tegalsari Lokasi Penelitian 2 (22-04-2021)



Area Pedagang Masjid Tegalsari Lokasi Penelitian 3 (09-05-2021)



Area Pedagang Masjid Tegalsari Lokasi Penelitian 4 (09-05-2021)

VI. SURAT KETERANGAN CEK PLAGIASI



FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

PROGRAM STUDI
MAGISTER
ILMU AGAMA ISLAM

Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II YOGYAKARTA
Telp dan Fax (0274) 523637

Website : master.islamic.uui.ac.id
Email: msi@uui.ac.id

SURAT KETERANGAN HASIL CEK PLAGIASI

No: 65/Perpus/MIAI/VI/2021

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Muhammad Husni Mubarak
 Nomor Induk Mahasiswa : 17913010
 Konsentrasi : Pendidikan Islam
 Dosen Pembimbing : Dr. Drs. Yusdani, M.Ag
 Fakultas/Prodi : MIAI FIAI UII
 Judul Tesis :

Perilaku pedagang masjid tegalsari perspektif etika bisnis islam. Karya ilmiah yang bersangkutan di atas telah melalui proses cek plagiasi menggunakan **Turnitin** dengan hasil kemiripan (similarity) besar 15 persen (lima belas) %.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 04 Juni 2021
 Kaprodi MIAI



Dr. Junanah, MIS

Perilaku pedagang masjid tegalsari perspektif etika bisnis islam

ORIGINALITY REPORT

15% SIMILARITY INDEX	15% INTERNET SOURCES	2% PUBLICATIONS	6% STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	---------------------------	-----------------------------

PRIMARY SOURCES

1	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	2%
2	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source	1%
3	eprints.stainkudus.ac.id Internet Source	1%
4	jurnal.fs.iainkerinci.ac.id Internet Source	1%
5	dspace.uii.ac.id Internet Source	1%
6	media.neliti.com Internet Source	1%
7	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	1%

8	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%
9	ejournal.iainsurakarta.ac.id Internet Source	1%
10	journal.um-surabaya.ac.id Internet Source	1%
11	repository.iainbengkulu.ac.id Internet Source	1%
12	core.ac.uk Internet Source	1%
13	www.jurnalhumaniora.net Internet Source	1%
14	journal.uin-alauddin.ac.id Internet Source	1%
15	Submitted to IAIN Pekalongan Student Paper	1%
16	garuda.ristekbrin.go.id Internet Source	1%

17	indrianida.blogspot.com	Internet Source	1%
18	eprints.uny.ac.id	Internet Source	1%
19	journal.walisongo.ac.id	Internet Source	1%

Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches < 1%

VII. CV PENELITI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Informasi Pribadi

Nama : Muhammad Husni Mubarak
 Tempat Tanggal Lahir : Jakarta, 04 Agustus 1992
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 Status : Mahasiswa
 Agama : Islam
 Kewarganegaraan : Indonesia
 Alamat
 Jalan : Benda Barat 11 Ujung - Pamulang 2
 Kecamatan : Pondok Benda
 Kabupaten : Tangerang
 Provinsi : Banten
 Email : husni.mubarak1992@gmail.com

Latar Belakang Pendidikan

Pendidikan Formal : SDN Sarua 06 1998-2004
 : Pondok Modern Darussalam Gontor Ponorogo tahun 2004-2010
 : Fakultas Syariah Institut Studi Islam Darussalam tahun 2010-2014

Pendidikan Non Formal : Diklat SAR Laut IAIN Walisongo Semarang 2011

Pengalaman Organisasi

: Ketua Kantin Mahasiswa Institut Studi Islam Darussalam tahun 2013
 : Dewan Pembimbing Racana Al-Faraby Institut Studi Islam Darussalam tahun 2014