

**ANALISIS PERILAKU PEDAGANG PASAR TRADISIONAL
DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Kasus Pedagang Pasar Baru Kecamatan Panyabungan)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Akhir Perkuliahan Dan Sebagai Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Program Studi Ekonomi Syariah

**Disusun oleh:
MHD. ASRIL
NIM: 22080029**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
MANDAILING NATAL
T/A**

**ANALISIS PERILAKU PEDAGANG PASAR TRADISIONAL
DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Kasus Pedagang Pasar Baru Kecamatan Panyabungan)**



SKRIPSI

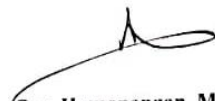
Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Akhir Perkuliahan Dan Sebagai Salah
Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Program Studi Ekonomi Syariah

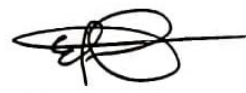
Disusun oleh:

MHD. ASRIL
NIM: 22080029

Pembimbing I

Pembimbing II


Drs. Hamonangan, M.Si
NIP: 196507282003121001


Dr. Enni Sari Siregar, M.E
NIP: 199007302019082001

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
MANDAILING NATAL**

T/A 2026

LEMBARAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas nama Mhd Asril, NIM 22080029 dengan judul "Analisis perilaku pedagang dalam perspektif etika bisnis Islam (studi kasus pedagang pasar baru kecamatan panyabungan)". Memandang bahwa skripsi yang bersangkutan di atas telah memenuhi syarat untuk diajukan ke Sidang Munaqasyah

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya

Panyabungan, 29 September 2026

Pembimbing I



Drs. Hamonangan, M.Si
NIP: 196507282003121001

Pembimbing II



Dr. Enni Sari Siregar, M.P
NIP: 199007302019082001

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mhd Asril
NIM : 22080029
Semester / T.A : IX (Sembilan) / 2026
Jurusan : Ekonomi Syariah
Tempat, Tanggal Lahir : Pasar Hilir, 22 Desember 2002
Alamat : Sipolu- polu

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul "Analisis perilaku pedagang dalam perspektif etika bisnis islam (studi kasus pedagang pasar baru kecamatan panyabungan)". adalah benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan-kutipan yang diambil dari sumbernya dan saya bertanggung jawab penuh atas semua data yang termuat didalamnya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Panyabungan, September 2026

Hormat Saya,

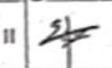
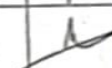
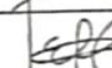


Mhd Asril

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi ini berjudul "Analisis Perilaku Pedagang dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Pasar Baru Kecamatan Panyabungan)." a.n. Mhd Asril, NIM. 22080009, Program Studi Ekonomi Syariah telah dimunaqasyahkan dalam sidang munaqasyah Program Sarjana Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Mandailing Natal yang dilaksanakan tanggal 29 September 2026.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seterusnya.

NO	Nama/NIP Penguji	Jabatan dalam TIM	Tanda Tangan	Tanggal Persetujuan
1	Edi Marjan Nasution, M.E NIP. 198408072019031004	Ketua Sidang/ Penguji I		7/10/2022
2	Erni Yusnita Siregar, M.E NIP. 199006102019032021	Sekretaris Sidang/Penguji II		9/10/2022
3	Drs. Hamonangan, M.Si NIP. 196507282003121001	Penguji III		6/10/2022
4	Dr. Enni Sari Siregar, M.E NIP. 199007302019082001	Penguji IV		7/10/2022

Mandailing Natal, 30 September 2022

Mengesahkan
Ketua STAIN Mandailing Natal


Dr. Mara Samia Lubis, M.Ed
NIP. 197305012003121004

MOTTO

سَيَجْعَلُ اللَّهُ بَعْدَ عُسْرٍ يُسْرًا

“Kelak Allah Akan Memberikan Kelapangan Setelah Kesempitan.”

(QS. At-Talaq: 7)

مَنْ أَرَادَ الدُّنْيَا فَعَلَيْهِ بِالْعِلْمِ، وَمَنْ أَرَادَ الْآخِرَةَ فَعَلَيْهِ بِالْعِلْمِ

***“Barang Siapa Menginginkan Dunia, Hendaklah Dengan Ilmu;
Dan Barang Siapa Menginginkan Akhirat, Hendaklah Dengan
Ilmu.”***

(Imam Syafi’i)

***“Jangan Jadikan Kata Takdir Sebagai Tameng Dari Keadaan
Yang Disebabkan Oleh Kebodohanmu Dan Kemalasanmu.”***

(Corazon)

***“Jangan Mengadu Kepada Tuhan Bahwa Kamu Punya Masalah
Besar, Tapi Beritahulah Kepada Masalah, Bahwa Kamu Memiliki
Tuhan Yang Maha Besar.”***

(Mhd Asril)

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT. atas segala rahmat, nikmat, kasih sayang, kesehatan, kekuatan, serta pertolongan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Perilaku Pedagang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Pasar Baru Kecamatan Panyabungan)”**.

Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW., yang telah menjadi teladan bagi seluruh umat manusia dan membawa kita dari zaman kegelapan menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan dan cahaya keislaman. Semoga kita semua senantiasa mendapatkan syafaat beliau di hari akhir kelak.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penyelesaiannya tidak terlepas dari doa, dukungan, bimbingan, bantuan, serta motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Mara Samin, M. Ed., Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Mandailing Natal, yang telah mengelola dan mengembangkan STAIN Mandailing Natal lebih maju
2. Bapak Faisal Rahmat, M.E., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah STAIN Mandailing Natal, dan Ibu Rina Sari, M.Pd. selaku sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah STAIN Mandailing Natal, yang telah memberikan arahan, dukungan, dan kesempatan kepada penulis selama menempuh pendidikan hingga penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Drs. Hamonangan, M.Si, selaku Dosen Pembimbing I, dan Ibu Dr. Enni Sari Siregar, M.E, selaku Dosen Pembimbing II, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan, bimbingan, kritik, serta saran yang sangat bermanfaat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Seluruh informan dan pihak-pihak yang telah membantu selama penelitian, yang telah menerima penulis dengan baik serta bersedia memberikan informasi

dan meluangkan waktu selama proses pengumpulan data. Bantuan dan partisipasi yang diberikan sangat berarti bagi penyelesaian penelitian ini.

5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ekonomi Syariah STAIN Mandailing Natal yang telah memberikan ilmu pengetahuan, bimbingan, arahan, serta pengalaman selama penulis menempuh pendidikan di bangku perkuliahan. Penulis mengucapkan terima kasih atas segala dedikasi, kesabaran, dan ketulusan Bapak dan Ibu dalam membimbing serta mendidik penulis selama masa perkuliahan.
6. Kedua orang tua tercinta, Ibunda Lam Sari dan ayahanda Sudarman Tanjung, yang telah memberikan kasih sayang, pengorbanan, doa, nasihat, serta perjuangan yang tiada henti demi keberhasilan penulis. Segala pencapaian ini penulis persembahkan sebagai bentuk bakti dan rasa syukur atas segala jasa yang telah diberikan.
7. Saudara dan saudari tercinta, Ns. Nur Khadijah, S.Kep , Nadya Riski, Ahmad Hakiki, yang senantiasa memberikan doa, semangat, motivasi, perhatian, serta dukungan moril kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
8. Untuk seluruh teman-teman seperjuangan di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal khususnya Ekonomi Syariah Angkatan 2022 yang memberikan kontribusi baik secara langsung maupun tidak langsung memberi dukungan dalam penulisan Skripsi.

Semoga Allah Yang Maha Pengasih dan Penyayang mencintai kita semua dan menjadikan kita termasuk hamba-hambanya yang diberi petunjuk. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis, pembaca, masyarakat, serta dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang Ekonomi Syariah.

Panyabungan, september2026



Mhd Asril

NIM: 22-08-00-29

ABSTRAK

Mhd Asril, NIM 22080029. “Analisis Perilaku Pedagang dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Pasar Baru Kecamatan Panyabungan).” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku pedagang dalam menjalankan aktivitas jual beli serta menganalisisnya dalam perspektif etika bisnis Islam di Pasar Baru Kecamatan Panyabungan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan informan yang terdiri dari 10 pedagang dan 2 pembeli. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku pedagang secara umum telah menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam. Dalam aspek siddiq, sebagian besar pedagang berusaha jujur dalam menyampaikan harga dan kondisi barang, meskipun masih ditemukan praktik pengurangan timbangan pada sebagian pedagang. Aspek amanah terlihat dari upaya pedagang memenuhi pesanan dan menepati janji kepada pelanggan. Aspek tabligh ditunjukkan melalui keterbukaan dalam menjelaskan kondisi barang serta pelayanan yang ramah kepada pembeli. Sementara itu, aspek fathanah terlihat dari upaya pedagang menjaga kualitas barang, menentukan harga sesuai kondisi barang, dan meningkatkan pelayanan. Dalam persaingan usaha, hubungan antarpedagang umumnya berjalan baik, meskipun masih ditemukan persaingan yang kurang sehat, seperti menawarkan harga lebih rendah dan membicarakan pedagang lain. Dengan demikian, perilaku pedagang di Pasar Baru Kecamatan Panyabungan telah mencerminkan nilai-nilai etika bisnis Islam, tetapi penerapannya masih perlu ditingkatkan, terutama dalam ketepatan timbangan dan persaingan usaha.

Kata Kunci: Perilaku Pedagang, Etika Bisnis Islam, Siddiq, Amanah, Tabligh, Fathanah.



ABSTRACT

Mhd Asril, Student ID 22080029. "Analysis of Merchant Behavior from the Perspective of Islamic Business Ethics (A Case Study of Merchants at Pasar Baru, Panyabungan District)." This study aims to examine merchant behavior in conducting trading activities and to analyze it through the lens of Islamic business ethics at Pasar Baru, Panyabungan District. The study employs a qualitative method with a descriptive approach. Data were collected via observation, interviews, and documentation, involving 10 merchants and 2 buyers as informants. Data analysis was conducted through data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results indicate that, in general, the merchants' behavior reflects Islamic business ethics values. Regarding the siddiq (truthfulness) aspect, most merchants strive for honesty in disclosing prices and product conditions, although instances of underweighing goods were still observed among some merchants. The amanah (trustworthiness) aspect is evident in the merchants' efforts to fulfill orders and honor commitments to customers. The tabligh (transparency/communication) aspect is demonstrated through openness regarding product conditions and friendly service to buyers. Meanwhile, the fathanah (intelligence/wisdom) aspect is reflected in efforts to maintain product quality, set prices appropriate to product conditions, and improve service. Regarding business competition, relationships among merchants are generally positive, although unhealthy competitive practices such as undercutting prices and speaking negatively about other merchants still occur. Thus, while the behavior of merchants at Pasar Baru, Panyabungan District, reflects Islamic business ethics values, there is still room for improvement in their application, particularly concerning weighing accuracy and business competition practices.

Keywords: Merchant Behavior, Islamic Business Ethics, Siddiq, Amanah, Tabligh, Fathanah.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

MOTTO

KATA PENGANTAR i

ABSTRAK iii

ABSTRACT..... iv

DAFTAR ISI v

DAFTAR TABEL..... vii

DAFTAR GAMBAR viii

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang Masalah..... 1

B. Rumusan Masalah..... 5

C. Tujuan Penulisan..... 5

D. Manfaat Penelitian 5

E. Penjelasan Istilah 6

F. Sistematika Penulisan 7

BAB II KAJIAN TEORI..... 9

A. Kajian Teori 9

1. Perilaku Pedagang..... 9

a. Pengertian Perilaku Pedagang 9

b. Macam -Macam Pedagang..... 11

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pedagang..... 11

d. Aspek Perilaku Pedagang 12

e. Indikator Perilaku Pedagang..... 15

2. Pasar..... 16

a. Pengertian Pasar..... 16

b. Macam-Macam Pasar 18

3. Etika Bisnis Islam	20
a. Pengertian Etika	20
b. Pengertian Bisnis	22
c. Pengertian Etika Bisnis Islam	23
d. Prinsip Etika Bisnis Islam	27
e. Indikator Etika Bisnis Islam	30
B. Penelitian Terdahulu	31
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Jenis Penelitian	34
B. Lokasi Dan Waktu	34
C. Subjek Dan Objek Penelitian	34
D. Sumber Data	36
E. Teknik Pengumpulan Data	36
F. Teknik Analisis Data	38
G. Teknik Keabsahan Data	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
A. Hasil Penelitian	41
B. Pembahasan	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	81
A. Kesimpulan	81
B. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 4.1 Karakteristik Informan.....	44



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Pasar Baru Kecamatan Panyabungan 42



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pesatnya perkembangan ekonomi pada era modern telah membawa dampak terhadap meningkatnya persaingan di berbagai sektor bisnis. Persaingan yang semakin ketat membuat sebagian pelaku usaha berusaha memperoleh keuntungan yang maksimal dengan berbagai strategi. Akan tetapi, dalam upaya tersebut masih terdapat pelaku bisnis yang kurang memperhatikan aspek etika, sehingga praktik bisnis yang dijalankan tidak selalu sesuai dengan nilai-nilai moral dan prinsip-prinsip yang seharusnya diterapkan (Hidayat & Rahmania, 2019). Bisnis atau perdagangan merupakan suatu kegiatan manusia yang terpenting. Karena keterbatasan dan ketidak sempurnaannya, mustahil bagi seseorang untuk hidup mandiri seutuhnya. Oleh karena itu, kodrat manusia adalah saling bergantung dan membutuhkan bantuan satu sama lain (Syarifuddin & Saputra, 2020).

Salah satu usaha manusia dalam memenuhi kebutuhannya tentu memerlukan tempat yang namanya pasar. Selama ini pasar telah menyatu dan menjadi tempat paling penting dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Bagi masyarakat pasar bukan hanya tempat bertemunya antara penjual dan pembeli tetapi juga sebagai wadah untuk berinteraksi sosial (Aliyah, 2017). Secara umum, Pasar merupakan sebuah area di mana transaksi jual beli barang berlangsung dan melibatkan lebih dari satu penjual. Tempat ini mencakup berbagai bentuk ruang niaga, mulai dari pasar tradisional, pertokoan, pusat perbelanjaan, mall, hingga plaza.

Di antara jenis pasar yang ada, Pasar tradisional memiliki peran penting dalam perekonomian masyarakat adalah pasar tradisional, Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi antara penjual pembeli secara langsung dan ada proses tawar-menawar, bangunan pasar biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan

dasarannya terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar (Saidi et al., 2021).

Salah satu pasar tradisional terdapat di Kabupaten Mandailing Natal Kecamatan Panyabungan yaitu Pasar Baru Sipolu-Polu. Pasar Baru Sipolu-Polu merupakan pasar yang potensial, karena letak tepatnya yang sangat strategis dikarenakan berada di tengah kota Panyabungan. Pasar Baru Sipolu-Polu beroperasi setiap hari, meskipun demikian untuk jam operasi pasar itu sendiri tidak menentu. Para pedagang pasar Baru Sipolu-Polu sudah ada yang menjajakan dagangannya pada pukul 03:30 pagi dan ada pula yang baru buka pukul 08:00 pagi. Kebanyakan pedagang yang beroperasi pukul 03:30 pagi tersebut merupakan pedagang sayuran dan kebutuhan pokok lainnya. Sedangkan pedagang yang mulai pukul 08:00 pagi kebanyakan adalah penjual pakaian dan perabotan.

Banyaknya pedagang yang beraktivitas di Pasar Baru Sipolu-Polu menimbulkan persaingan dalam menarik minat konsumen. Persaingan tersebut pada dasarnya merupakan hal yang wajar dalam dunia usaha karena dapat mendorong pedagang meningkatkan kualitas produk dan pelayanan. Persaingan ini akan memberikan peluang bagi para pelaku bisnis untuk menggunakan berbagai strategi yang berguna untuk meningkatkan keuntungan, namun seringkali mereka mengabaikan prinsip-prinsip etika dalam menjalankan bisnisnya (Ambasari & Prasetyo, 2022). Dalam Islam secara tegas Rasulullah SAW pernah bersabda bahwa “perdagangan (bisnis) adalah suatu lahan yang paling banyak mendatangkan keberkahan”.

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ: أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ؟ قَالَ: عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ، وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ

“Dari Rifa’ah bin Raafi’ radhiyallahu ‘anhu, Nabi shallallahu ‘alaihi wa sallam ditanya mengenai mata pencaharian yang halal? Nabi shallallahu ‘alaihi wa sallam menjawab, “Amalan seseorang dengan tangannya dan setiap jual beli yang diberkahi.” (HR. At-Tabrhan & Ibnu Hakim)

Hadis Ini menekankan “jual beli yang mabrur”. Kata *mabrur* berarti jual beli yang baik, jujur, dan diberkahi oleh Allah. Dalam konteks muamalah, jual beli yang mabrur adalah transaksi yang dilakukan tanpa unsur penipuan, riba, gharar (ketidakjelasan), penimbunan, atau praktik yang merugikan pihak lain. Pedagang yang menjalankan bisnis dengan prinsip kejujuran dan amanah akan memperoleh keberkahan dalam rezekinya..

Etika bisnis islam merupakan seperangkat nilai dan prinsip moral yang digunakan sebagai pedoman untuk membedakan perilaku yang baik dan buruk, benar dan salah dalam aktivitas bisnis yang harus dipatuhi oleh para pelaku usaha dalam menjalankan transaksi, berperilaku, serta menjalin hubungan dengan berbagai pihak (Hulaimi et al., 2017). Etika bisnis Islam sangat diperlukan dalam kegiatan usaha sebagai salah satu landasan penting dalam praktik ekonomi yang berorientasi pada nilai-nilai keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab. Dalam perspektif etika bisnis islam, perdagangan tidak hanya dipandang sebagai aktivitas ekonomi untuk memperoleh keuntungan, tetapi juga sebagai sarana ibadah yang bertujuan mencapai keberkahan. Namun, dalam praktiknya, sering kali ditemukan perilaku pedagang yang tidak sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, seperti kecurangan, ketidakjujuran, keramahan (Maulida et al., 2024).

Namun demikian, Berdasarkan observasi sementara peneliti dilapangan, ditemukan fakta bahwa masih adanya praktik kecurangan dalam perdagangan ditempat ini, salah satunya adalah timbangan yang tidak transparan, tidak selalu jujur dan benar dalam mengatakan kualitas produk.

Hasil wawancara dengan ibu (N.A, 2026), Selaku salah satu pembeli di pasar tradisional pasar baru kecamatan panyabungan, Mengungkapkan bahwa kualitas barang yang diterima tidak sesuai dengan kondisi saat transaksi. *"Saya membeli bawang satu karung karena harganya lebih murah dibanding beli sedikit-sedikit. Waktu di pasar bawangnya kelihatan bagus, tetapi setelah sampai di rumah dan dibuka semua, ternyata banyak yang busuk dan ada juga yang sudah bertunas. Saya merasa agak kecewa karena kualitasnya tidak sesuai dengan yang saya lihat saat membeli."*

Hal serupa dirasakan oleh ibu (R, 2026), Selaku pembeli buah di salah satu pedagang di Pasar Baru, Beliau mengungkapkan bahwa berat buah yang diterimanya tidak sesuai dengan hasil penimbangan ketika diperiksa kembali di rumah.. *“Saya pernah membeli buah jeruk sebanyak tiga kilogram. Saat di pasar, saya percaya saja dengan timbangan pedagang. Namun, setelah sampai di rumah dan ditimbang kembali menggunakan timbangan yang ada, beratnya ternyata tidak sampai tiga kilogram. Saya merasa kecewa karena jumlah buah yang saya terima tidak sesuai dengan yang saya bayar.”*.

Kemudian diperkuat wawancara dengan bapak (A.K, 2026), Salah satu pedagang sayuran di pasar tradisional Pasar Baru Beliau menyatakan bahwa dalam kondisi tertentu pedagang mencampurkan barang lama dengan barang baru untuk mengurangi kerugian akibat penurunan kualitas sayuran. *“ Ya, Kami pernah mencampurkan barang yang lama dengan barang yang baru, karna untuk menghindari kerugian akibat sayuran yang mengalami penurunan kualitas. Sayuran yang tidak segera terjual akan menjadi layu bahkan membusuk sehingga tidak memiliki nilai jual yang tinggi”*.

Fenomena ini tidak hanya merugikan konsumen secara langsung, tetapi juga berpotensi menciptakan ketidakstabilan ekonomi di masyarakat. Kerugian yang dialami konsumen akibat praktik bisnis yang tidak sesuai dengan etika dapat menurunkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pelaku usaha dan mekanisme pasar. Dalam jangka panjang, kondisi tersebut dapat mengganggu kelancaran aktivitas perdagangan, mengurangi minat masyarakat untuk melakukan transaksi, serta memicu persaingan usaha yang tidak sehat sehingga berdampak pada terganggunya keseimbangan ekonomi di lingkungan masyarakat. Oleh karena itu, penerapan etika bisnis menjadi sangat penting untuk menjaga kepercayaan konsumen dan menciptakan stabilitas ekonomi dalam masyarakat.

Berdasarkan uraian tersebut, terlihat adanya kesenjangan antara prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang menekankan kejujuran, amanah, keadilan, dan tanggung jawab dengan praktik perdagangan yang masih ditemukan di Pasar Baru Kecamatan Panyabungan. Kondisi tersebut menjadi alasan penting untuk

dilakukan penelitian mengenai perilaku pedagang ditinjau dari perspektif etika bisnis Islam. Oleh karena itu, peneliti mengangkat penelitian dengan judul **"Analisis Perilaku Pedagang dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang di Pasar Baru Panyabungan)."**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana perilaku pedagang di Pasar Tradisional Pasar Baru Panyabungan ditinjau dari perspektif etika bisnis Islam?

C. Tujuan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis perilaku pedagang di Pasar Tradisional Pasar Baru Panyabungan dalam menjalankan aktivitas perdagangan ditinjau dari perspektif etika bisnis Islam.

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis serta manfaat secara teoritis maupun praktis.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan atau manfaat dalam hal bagaimana seharusnya perilaku berdagang di Pasar Baru Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi peneliti

Penelitian memberikan manfaat bagi peneliti dalam meningkatkan kompetensi akademik, melatih kemampuan berpikir kritis dan sistematis, serta menambah wawasan dan pengalaman praktis di lapangan.

b) Bagi pedagang dan pembeli

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi pedagang di Pasar Baru Panyabungan dalam menerapkan perilaku yang sesuai dengan etika bisnis Islam

c) Bagi instansi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi pemerintah setempat untuk mengevaluasi penerapan etika bisnis Islam tersebut kepada seluruh pedagang di Pasar Baru Panyabungan.

d) Bagi akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi akademis di bidang ekonomi syariah dan etika bisnis islam khususnya yang berkaitan dengan perilaku pedagang Pasar tradisinonal.

e) Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan digunakan sebagai bahan rujukan atau referensi bagi penelitian selanjutnya dengan menggunakan tema yang sama secara lebih kreatif untuk merancang dan menyusun penelitian.

E. Penjelasan Istilah

Untuk menghindari terjadinya perbedaan penafsiran terhadap istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian ini, maka perlu dijelaskan beberapa pengertian istilah sebagai berikut:

1. Analisis

Analisis merupakan suatu proses menguraikan, mengkaji, dan menelaah suatu fenomena atau permasalahan secara sistematis sehingga diperoleh pemahaman yang mendalam mengenai hubungan antarunsur yang diteliti. Dalam penelitian ini, analisis dimaksudkan sebagai proses mengkaji dan mengevaluasi perilaku pedagang berdasarkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam.

2. Perilaku Pedagang

Perilaku pedagang adalah segala bentuk tindakan, sikap, dan kebiasaan yang ditunjukkan oleh pedagang dalam menjalankan aktivitas perdagangan. Dalam penelitian ini, perilaku pedagang difokuskan pada praktik perdagangan yang dilakukan di Pasar Baru Kecamatan Panyabungan.

3. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai, norma, dan prinsip yang bersumber dari Al-Qur'an dan As-Sunnah yang menjadi pedoman bagi seorang muslim dalam menjalankan aktivitas bisnis. Etika bisnis Islam mengajarkan agar setiap kegiatan usaha dilaksanakan secara jujur (*sidq*), amanah, komunikatif (*tabligh*), dan cerdas (*fathanah*), serta menghindari segala bentuk penipuan, kecurangan, riba, gharar, dan tindakan yang merugikan pihak lain.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi yang dibahas tiap-tiap bab pada penelitian ini

1. BAB I PENDAHULUAN

Bagian ini meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penulisan manfaat penelitian, penjelasan istilah, dan sistematika penjelasan

2. BAB II KAJIAN TEORI

Bab ini menjelaskan teori-teori yang ada hubungannya dengan penelitian ini meliputi teori perilaku pedagang (pengertian perilaku pedagang, macam-macam pedagang, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pedagang dan indikator perilaku pedagang) etika bisnis Islam (pengertian etika,bisnis,etika bisnis Islam, prinsip etika bisnis Islam dan indikator etika bisnis Islam)

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bagian ini mencakup (jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, analisis data, teknik pengumpulan data, teknik keabsahan data).

4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi di Pasar Tradisional Pasar Baru Kecamatan Panyabungan. Pembahasan difokuskan pada perilaku pedagang dalam beberapa aspek, yaitu ketepatan takaran dan timbangan, kualitas produk,

keramahan, menepati janji, serta persaingan antarpedagang. Selanjutnya, temuan tersebut dianalisis berdasarkan perspektif etika bisnis Islam dengan mengacu pada sifat *shiddiq*, *amanah*, *tabligh*, dan *fathanah*.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bagian akhir dari penelitian yang memuat kesimpulan berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai perilaku pedagang di Pasar Tradisional Pasar Baru Kecamatan Panyabungan dalam perspektif etika bisnis Islam. Selain itu, bab ini juga berisi saran yang diberikan berdasarkan temuan penelitian, baik bagi para pedagang maupun pihak-pihak yang berkaitan dengan aktivitas perdagangan di pasar

