

ABSTRAK

Analisis Perilaku Pedagang Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen Ditinjau Dari Prinsip Etika Bisnis Islam

(Studi Pada Pedagang Pasar Induk Babat)

Etika memiliki pengaruh yang sangat kuat bagi pelaku bisnis terutama dalam hal kepribadian, tindakan dan perilaku, oleh karena itu implementasi etika bisnis Islam dalam perdagangan itu sangat penting. Karena dalam perdagangan tentunya membutuhkan pelaku bisnis yang jujur, adil, tidak curang sehingga eksistensi suatu bisnis dapat saling menguntungkan. Pasar Induk Babat merupakan pasar terbesar di Lamongan dan menjadi pusat para tengkulak menjajakan produknya, Hal ini cukup beresiko seorang pedagang melakukan kecurangan untuk bisa meningkatkan jumlah pembeli dan keuntungan. Kecurangan yang dilakukan oleh pedagang akan berdampak negatif pada pedagang lain, seperti pembeli berpikir bahwasannya rata-rata banyak pedagang yang ada dipasar babat yang melakukan kecurangan dalam jual beli. Penelitian ini memiliki tujuan Untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana perilaku pedagang di Pasar Induk Babat dalam kegiatan jual beli dan mengetahui dan menjelaskan bagaimana perilaku pedagang di Pasar Induk Babat dalam meningkatkan jumlah konsumen ditinjau dari prinsip etika bisnis Islam.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi yang bersifat analisis deskriptif. Untuk mendapatkan data primer diperoleh peneliti dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan untuk data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, skripsi maupun web. Dalam teknik analisis data peneliti menggunakan reduksi data, penyajian data, kesimpulan dan untuk uji keabsahan data peneliti menggunakan triangulasi sumber.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa 1) terdapat enam faktor yang mempengaruhi perilaku pedagang di Pasar Induk Babat yaitu penyempurnaan takaran, memisahkan kualitas produk yang baik dan kurang baik, menetapkan harga dengan metode musiman, melakukan kesepakatan/perjanjian pada saat transaksi, melayani pembeli dengan bersikap ramah dan persaingan secara sehat antar pedagang. 2) Perilaku pedagang Pasar Induk Babat dalam meningkatkan jumlah konsumen ditinjau dari tujuh prinsip etika bisnis Islam, yang diantaranya adalah jujur dalam takaran, menjual barang yang baik mutunya, dilarang menggunakan kata sumpah secara sembrono, bermurah hati, menjalin hubungan baik dengan bersilaturahmi antar pedagang, tertib administrasi dan menetapkan harga secara transparan sudah diterapkan oleh para pedagang di Pasar Induk Babat, namun masih ada sebagian pedagang yang kurang kehati-hatian dalam penerapan prinsip menjual barang yang baik mutunya dengan mencampur buah yang kurang baik kedalam yang baik.

Kata Kunci: Perilaku Pedagang, Prinsip Etika Bisnis Islam, Pedagang Pasar Induk Babat

ABSTRACT

Analysis of Trader Behavior in Increasing the Number of Customers from the Perspective of Islamic Business Ethics

(Study on Traders of Pasar Induk Babat)

Ethics has a strong influence on business practitioners, especially in terms of personality, actions, and behavior. Therefore, the implementation of Islamic business ethics in trade is crucial. In trade, it requires honest, fair, and non-deceptive business practitioners so that the existence of a business can be mutually beneficial. Pasar Induk Babat is the largest market in Lamongan and serves as the center for middlemen to sell their products. This poses risks as some traders may resort to cheating to increase the number of buyers and profits. The dishonesty of some traders will have a negative impact on other traders, leading buyers to believe that a significant number of traders in Pasar Induk Babat engage in fraudulent buying and selling practices.

This research aims to determine and explain the behavior of traders in Pasar Induk Babat regarding buying and selling activities, as well as how they attract more consumers based on the principles of Islamic business ethics. The study employs a qualitative research method with a descriptive analysis approach. The primary data is obtained through observation, interviews, and documentation, while secondary data is collected from books, journals, theses, and websites. The researcher utilizes data reduction, data presentation, and conclusion drawing as techniques for data analysis. To ensure data validity, triangulation of sources is used.

The results of the study indicate that 1) there are six factors that influence the behavior of traders in Babat Wholesale Market, namely perfecting measurements, separating good and poor quality products, setting prices using seasonal methods, making agreements during transactions, serving buyers with a friendly attitude, and fostering healthy competition among traders. 2) The behavior of traders in Babat Wholesale Market in increasing the number of consumers, based on the seven principles of Islamic business ethics, includes being honest in measurements, selling high-quality goods, refraining from using casual oaths, being generous, maintaining good relationships through social interactions among traders, maintaining administrative order, and setting transparent prices. These principles have been implemented by the traders in Babat Wholesale Market, although there are still some traders who are not careful in applying the principle of selling high-quality goods by mixing inferior fruits with good ones.

Keywords: Trader Behavior, Principles of Islamic Business Ethics, Trader Of Pasar Induk Babat