

ABSTRAK

Penelitian ini mencoba menganalisis etika bisnis pedagang makanan dan minuman di desa Telang menurut perspektif ekonomi Islam khususnya di lingkungan Universitas Trunojoyo Madura mengenai kejujuran pedagang dilihat dari sudut pandang pedagang dan sudut pandang konsumen dalam hal memberitahukan harga, produk yang *halal* dan *thayyibah*, dan produk yang tidak layak dijual.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, yang menggambarkan secara sistematis tentang fokus penelitian yaitu etika bisnis pedagang makanan dan minuman dalam perspektif ekonomi Islam. subyek penelitian merupakan 36 orang pedagang dan 30 orang konsumen. Metode pengumpulan data dengan metode observasi dan wawancara dengan sumber data primer dan sekunder. Teknik analisis data melalui tiga tahap: reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas pedagang makanan dan minuman di Desa Telang telah sesuai dengan etika bisnis Islam dalam melakukan kegiatan perdagangan. Hal tersebut dibuktikan dari keseluruhan rata-rata hasil prosentase kejujuran pedagang yang tinggi, baik pada aspek memberitahukan harga, produk yang *halal* dan *thayyibah*, dan produk yang tidak layak dijual.

Kata kunci: Etika Bisnis, Pedagang Makanan dan Minuman, Ekonomi Islam

ABSTRACT

This research was aimed to analyze the business ethic of food and drink seller at Telang village according to Islamic Economic perspective, especially at University of Trunojoyo Madura. This research concerned about seller's honesty which is viewed from seller's point of view and consumer's point of view in telling the price, *halāl* and *thayyibah*, and product that unreasonably been sold.

This research used descriptive qualitative method which described about research focus systematically, the business ethic of food and drink seller at Telang village according to Islamic Economic perspective. Research subjects were 36 sellers and 30 consumers. Method of collecting data used observation and interview method with primary and secondary data sources. Technique of analyzing data used three steps, data reduction, data display, and drawing conclusion.

The result of this research showed that the majority of food and drink sellers at Telang Village have been appropriate with Islamic business ethic in trading activity. It was proven by the entirely average of high percentage result's business man honesty, in aspect of telling the price, *halāl* and *thayyibah* product, and product that unreasonably been sold.

Keywords: Business Ethic, Food and Drink Seller, Islamic Economic

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
NOTA DINAS PEMBIMBING	vi
KATA PENGANTAR	vii
MOTTO.....	xi
PERSEMBAHAN.....	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xiii
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
DAFTAR ISI	xviii
DAFTAR TABEL	xx
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Kajian Pustaka	7
F. Sistematika Pembahasan	9
BAB II : KERANGKA TEORI	
A. Bisnis dan Etika Bisnis dalam Islam	
1. Pengertian Bisnis dan Etika Bisnis dalam Islam	10

2. Perilaku Bisnis Syari'ah.....	11
3. Prinsip-prinsip Etika Bisnis dalam al-Qur'an	14
4. Asas-asas dalam Bisnis	15
5. Etika Bisnis Rasulullah	18
B. <i>Halāl</i> dan <i>Thayyibah</i>	
1. Pengertian <i>Halāl</i> dan <i>Thayyibah</i>	26
2. Macam-macam <i>Halāl</i>	27
3. Penafsiran <i>Halāl</i> dan <i>Thayyibah</i>	28
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitian.....	30
B. Subyek dan Obyek Penelitian	31
C. Sumber Data	31
D. Metode Pengumpulan dan Analisis Data	37
BAB IV : ANALISIS DATA DAN HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Informan	
1. Karakteristik Informan.....	45
2. Pemetaan Informan.....	45
B. Etika Bisnis Pedagang Makanan dan Minuman di desa Telang Menurut Perspektif Ekonomi Islam.....	48
C. Perilaku Bisnis Syari'ah Pedagang Makanan dan Minuman di desa Telang	51
D. Analisis Etika Bisnis Pedagang Makanan dan Minuman di desa Telang menurut Perspektif Ekonomi Islam tentang Kejujuran dalam Hal Memberitahukan harga, Produk <i>Halāl</i> dan <i>Thayyibah</i> dan Produk tidak Layak dijual	53
BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	58
B. Saran.....	58

DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	I

DAFTAR TABEL

Tabel 1: Daftar Informan Utama.....	33
Tabel 2: Daftar Informan Pendukung.....	35
Tabel 3: Persentase Pedagang Berdasarkan Profesi.....	46
Tabel 4: Persentase Pedagang Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 5: Persentase Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 6: Persentase Pedagang Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 7: Persentase Pedagang Berdasarkan Daerah.....	48
Tabel 3: Persentase Konsumen Berdasarkan Daerah.....	48
Tabel 7: Persentase Pedagang Berdasarkan Jurusan	48