

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam merupakan agama yang universal karena ajarannya mencakup seluruh aspek kehidupan ummat manusia, baik itu yang hubungannya dengan Allah maupun dengan sesama manusia. Kegiatan Bisnis merupakan salah satu bagian dari kehidupan ummat manusia, karena manusia yang hidup bermasyarakat ini saling ketergantungan, saling memerlukan antara satu dengan yang lain. Tidak ada manusia yang sanggup menyiapkan semua keperluan hidupnya sendiri. Kekurangan kemampuan seseorang menyediakan sesuatu keperluan hidupnya dapat ditutupi oleh orang lain yang bisa menyediakannya melalui aktivitas perdagangan (bisnis).

Berbisnis merupakan aktivitas yang sangat dianjurkan dalam Islam. Hal ini dapat dipahami dari makna hadis Nabi Muhammad SAW yang menyatakan bahwa sembilan dari sepuluh pintu rezeki adalah melalui pintu perdagangan (bisnis). Bila berbicara tentang Rasulullah Muhammad SAW dalam berbisnis, maka pembahasannya tidak akan jauh dari cara berbisnis dalam Islam. Menurut Yusanto dan Wijayakusuma (2002) Bisnis Islami adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan hartanya

(barang/ jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram.¹

Bisnis Islami dikendalikan oleh aturan syariah, seperti berupa halal dan haram, baik dari cara memperolehnya maupun pemanfaatannya. Sementara Bisnis non-Islami dilandaskan pada sekularisme yang bersendikan pada nilai-nilai material. Bisnis non-Islami tidak memperhatikan aturan halal dan haram dalam setiap perencanaan, pelaksanaan dan segala usaha yang dilakukan dalam meraih tujuan-tujuan bisnis.² Disini dapat dilihat bahwa bisnis secara Islami lebih baik apabila dibandingkan dengan bisnis non-Islami yang cara mencapai tujuan bisnisnya tidak mementingkan apakah itu halal atau haram, merugikan orang lain atau tidak sudah tidak diindahkan lagi, yang terpenting tujuan bisnis mereka tercapai. Sedangkan bisnis Islam memiliki aturan-aturan yang mengatur agar tidak ada salah satu pihak yang dirugikan, seperti dicontohkan oleh Rasulullah SAW yang apabila melakukan transaksi bisnis beliau selalu jujur dan adil baik itu kepada pembeli (konsumen) maupun kepada mitra bisnisnya.

Dari pernyataan dan pembahasan diatas penyusun dapat melihat bahwa bisnis itu akan lebih barokah dunia akhirat apabila memakai etika dalam pelaksanaannya. Meskipun pada kenyataannya bisnis dan etika dipahami sebagai dua hal yang terpisah, bahkan tidak ada kaitannya sama sekali. Bahkan kalaupun ada malah dipandang sebagai hubungan negatif, dimana praktik bisnis merupakan kegiatan mencari laba sebesar-besarnya dalam situasi persaingan yang bebas.

¹ Muhamad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta : UPP AMP YKPN, 2004), hlm. 38.

² *Ibid.*, hlm. 98.

*Sebaliknya bila etika diterapkan dalam bisnis dianggap akan mengganggu upaya mencapai tujuan bisnis. Dari Problematika inilah lahir pandangan “mitos bisnis amoral” yang berpegang pada keyakinan bahwa bisnis adalah bisnis dan tidak bisa dicampur adukan dengan moralitas. Antara bisnis dan moralitas tidak ada kaitan apa-apa, dan karena itu merupakan kekeliruan kalau kegiatan bisnis dinilai dengan menggunakan tolak ukur moralitas.*³

Tetapi “mitos bisnis amoral” ini tidak sepenuhnya benar karena dalam berbisnis orang tidak hanya mempertaruhkan barang-barang yang diperdagangkan saja. Tetapi mempertaruhkan yang lebih besar lagi yaitu mempertaruhkan dirinya, nama baiknya, keluarganya, nasib karyawannya beserta keluarganya, dan masyarakat pada umumnya (konsumen). Bisnis juga adalah bagian dari aktivitas yang penting dalam masyarakat. Bisnis adalah fenomena modern yang tidak bisa dipisahkan dari masyarakat. Bisnis terjadi dan berlangsung dimasyarakat. Bisnis dilakukan antara manusia yang satu dengan manusia yang lain dalam masyarakat. Ini berarti norma atau nilai yang dianggap baik dan berlaku dalam kehidupan pada umumnya, mau tidak mau juga ikut dibawa serta dalam kegiatan dan kehidupan bisnis oleh seorang pelaku bisnis sebagai manusia,⁴ Oleh karena itulah etika sangat diperlukan dalam kegiatan bisnis.

Menurut Issa Rafiq Beekun, etika dapat didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dan yang buruk. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif karena ia berperan menentukan apa yang harus

³ M. Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Banjarmasin : Aswaja Pressindo, 2014), cet ke-1, hlm. 35.

⁴ *Ibid.*, hlm. 36.

dilakukan atau tidak dilakukan oleh seorang individu. Ketika etika dipahami sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan apa yang benar dari apa yang salah, maka etika diperlukan dalam bisnis. Jadi etika bisnis adalah refleksi kritis dan rasional dari perilaku bisnis dengan memperhatikan moralitas dan norma untuk mencapai tujuan.⁵ dari uraian diatas dapat diketahui bahwa etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai-nilai tentang baik dan buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan prinsip-prinsip moral yang bersumber dari al-Quran dan Hadis.

Dalam dunia bisnis, pelaku bisnis merupakan hal yang tidak bisa dipisahkan dan pedagang merupakan salah satu pelaku bisnis. Pedagang yaitu orang yang pekerjaan sehari-harinya melakukan jual beli atas risiko sendiri untuk mendapatkan untung. Dalam berdagang untung merupakan suatu hal yang terpenting, untuk mendapat untung inilah kadang para pelaku bisnis melakukan hal-hal yang tidak bermoral (beretika). Apakah caranya itu nantinya merugikan orang lain atau tidak, bukan lagi menjadi suatu pertimbangan.

Di masa sekarang, dari yang penulis ketahui bahwa telah banyak terjadi kecurangan yang dilakukan oleh para pedagang "nakal" terhadap dagangannya, misalnya menjual daging ayam yang sudah jadi bangkai lalu dijual dengan mencampurnya dengan daging ayam segar sehingga sulit untuk diketahui oleh pembeli adapun pedagang yang mencampur daging sapi dengan daging celeng, itu jelas sangat merugikan bagi para pembeli. Sedangkan pada dasarnya bisnis itu

⁵ Muhamad, Op. Cit. hlm. 41.

harus saling menguntungkan atau memberi manfaat satu sama lain, baik itu untuk penjual maupun pembeli.

Dan dalam al-Quran pun banyak dibahas mengenai bisnis dan jual beli yang terlarang yaitu praktek bisnis yang secara moral dilarang oleh Allah SWT, seperti dalam firman-Nya:

وَيَقْوِمُوا أَوْقُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿٨٥﴾

“Dan Syu’aib berkata: “Hai kaumku, cukupkanlah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan di muka bumi dengan membuat kerusakan”.

(Q.S. Hud: 85)

Ayat ini menjelaskan bahwa dalam berbisnis janganlah dengan merugikan orang lain, serta membuat kerusakan di bumi, dan menyuruh agar dalam melakukan takaran atau timbangan itu harus secara adil. Ada juga ayat yang mengenai riba, berikut firman Allah SWT :

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِنْ تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ﴿٢٧٩﴾

“Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya”. (Q.S. Al. Baqarah : 279)

Adapun ayat-ayat lain yang menerangkan jenis-jenis praktek bisnis terlarang menurut persepsi al-Quran adalah sebagai berikut:

- 1) Riba (QS. Al-Baqarah : 275, 276, 278, 279, 29, Ali-Imran: 130)
- 2) Mengurangi timbangan dan takaran serta Penipuan (QS. Al-Muthaffin: 1-3, Ar-Rahman: 8,9)
- 3) *Gharar* dan Judi (QS. Al-Maidah: 90-91)
- 4) Penimbunan (QS. AT-Taubah: 34-35, Hud: 12, Al-kahfi: 82, Al-Furqan:8, Al-Qashash:76)
- 5) Skandal, Korupsi dan Kolusi (QS. Ali-Imran: 161, Al-Baqarah: 188, An-Nisa: 29)

Dari penjelasan-penjelasan di atas jelaslah bahwa etika bisnis Islam harus dimiliki oleh setiap orang muslim yang bergelut dalam dunia bisnis baik itu pedagang, karyawan, ataupun pengusaha agar usaha bisnisnya terhindar dari hal-hal yang dilarang oleh Allah SWT.⁶

Namun permasalahannya apakah etika bisnis Islam dikalangan pelaku bisnis khususnya pedagang pada saat ini sudah sesuai dengan yang dicontohkan Rasulullah SAW dan diterangkan dalam al-quran? Dalam hal ini, penyusun memilih pedagang di Pasar Manaqib Pondok Pesantren Suryalaya sebagai objek penelitian. Pasar Manaqib adalah sebuah pasar yang diselenggarakan oleh

⁶ M. Ma'ruf Abdullah, Op. Cit. hlm. 55.

Pesantren Suryalaya setiap satu bulan sekali yaitu tanggal 11 bulan Hijriyah, para pedagangnya berasal dari berbagai wilayah Kabupaten Tasikmalaya dan sekitarnya yang mayoritas seorang muslim. Selain itu alasan lain penyusun memilih Pedagang di Pasar Manaqib sebagai objek Penelitian etika bisnis Islam adalah karena Pasar Manaqib terselenggara di sebuah Pondok Pesantren yaitu Pondok Pesantren Suryalaya yang notabene merupakan sebuah Pesantren Pusat Kajian Tasawuf.

Maka dengan melihat realitas dari uraian di atas, penulis merasa tertarik dan tergugah untuk mengangkat permasalahan tersebut ke dalam penelitian skripsi dengan judul **"Etika Bisnis Islam di Kalangan Pedagang di Pasar Manaqib Pondok Pesantren Suryalaya"**.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah penelitian di atas, maka pertanyaan penelitian yang dapat penyusun susun adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perilaku para pedagang di pasar manaqib Pontren Suryalaya Tasikmalaya.
2. Bagaimana etika bisnis Islam di kalangan pedagang pasar manaqib Pontren Suryalaya Tasikmalaya.

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan pertanyaan penelitian, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui bagaimanakah perilaku para pedagang pasar manaqib Pontren Suryalaya Tasikmalaya
- b. Untuk mengetahui bagaimanakah etika bisnis Islam di kalangan pedagang pasar Manaqib Pontren Suryalaya Tasikmalaya

2. Kegunaan Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan berguna untuk :

a. Bagi Penyusun

Disamping menambah pengetahuan penyusun tentang etika bisnis Islam, juga merupakan sarana untuk mengaplikasikan berbagai teori yang penyusun dapatkan selama menempuh pendidikan perkuliahan di Institut Agama Islam Latifah Mubarakiyah (IAILM).

b. Bagi Pedagang

Menambah wawasan dan pengetahuan bagi para pedagang tentang ekonomi Islam, khususnya tentang etika bisnis Islam. Seperti yang Rasulullah SAW ajarkan.

c. Bagi Pembaca

Diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya yang tertarik pada masalah terkait, khususnya etika bisnis Islam.

D. Tinjauan Pustaka

Penelitian terhadap etika bisnis Islam bukanlah hal yang baru. Terdapat hasil-hasil penelitian mengenai etika bisnis Islam, diantaranya :

1. Skripsi Istiqomah, Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang. Dengan judul "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Bahasa Iklan

(Studi Kasus Iklan Produk Jamu Tolak Angin dan Bintangin)”. Skripsi ini fokus pada bagaimana tinjauan dan kajian etika bisnis Islam secara lebih spesifik terhadap bahasa iklan jamu Tolak Angin dan Bintangin.

2. Skripsi Muhammad Faiz Rosyadi, Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dengan Judul “Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap *Customer Retention* (Studi Kasus Pada Bank BPD DIY Cabang Syariah)”. Penelitian ini membahas lebih dalam mengenai sejauh mana etika bisnis Islam memberikan pengaruh terhadap strategi *customer retention* (mempertahankan pelanggan), untuk lebih meningkatkan kinerja perbankan syariah.
3. Skripsi Adimas Fahmi Firmansyah, Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dengan judul “Praktek Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Toko Santri Syariah Surakarta).” Fokus penelitian ini yaitu bagaimana peranan etika bisnis Islam dalam kegiatan bisnis pada toko Santri Syariah. Dan menitik beratkan pada aplikasi dalam hal permodalan, sumber daya manusia, serta dampak sosial toko tersebut.
4. Skripsi Hafiz Juliansyah, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Dengan Judul “Faktor-Faktor yang mempengaruhi Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Ciputat”. Penelitian ini lebih memfokuskan pada pengaruh prinsip Tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan prinsip ihsan terhadap etika bisnis Islam pedagang pasar Ciputat.

Dari uraian di atas menunjukkan bahwa skripsi yang berjudul Etika Bisnis Islam di Kalangan Pedagang Pasar Manaqib Pondok Pesantren Suryalaya Tasikmalaya ini belum pernah ada yang membahasnya dalam suatu karya ilmiah berbentuk skripsi. Dalam skripsi ini penyusun berusaha untuk meneliti bagaimana pengetahuan para pedagang tentang etika bisnis Islam dalam kegiatan jual beli di pasar Manaqib Pontren Suryalaya. Kemudian penyusun ingin mengetahui etika bisnis seperti apa yang berlaku di kalangan pedagang pasar tersebut. Untuk mencapai tujuan dari penelitian yang dilakukan, penyusun melakukan observasi dan penelitian semaksimal mungkin serta berusaha menggali berbagai informasi, sehingga diharapkan mendapat gambaran mengenai etika bisnis dalam Islam seperti yang di contohkan Rasulullah SAW.

E. Kerangka Pemikiran

Islam adalah agama yang diturunkan oleh Allah SWT kepada Nabi Muhammad Saw sebagai utusan-Nya yang terakhir dan berlaku bagi seluruh manusia, di mana pun dan kapan pun, yang ajarannya meliputi seluruh aspek kehidupan manusia. Manusia adalah makhluk sosial, yang berarti manusia tidak bisa hidup sendiri dan memerlukan orang lain untuk hidup. Dalam hidupnya manusia dituntut untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, salah satunya dengan cara berbisnis. Bisnis merupakan kegiatan usaha atau perdagangan untuk meningkatkan nilai tambah barang dan jasa.

Bisnis terjadi dan berlangsung dimasyarakat. Bisnis dilakukan antara manusia yang satu dengan manusia yang lain dalam masyarakat. Ini berarti norma atau nilai yang dianggap baik dan berlaku dalam kehidupan pada umumnya, mau tidak mau juga ikut dibawa serta dalam kegiatan dan kehidupan bisnis oleh seorang pelaku bisnis sebagai manusia. Oleh karena itu disini suatu moralitas (etika) diperlukan. Menurut Kamus besar bahasa Indonesia, Etika merupakan ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak, kewajiban dan moral (akhlak).

Pelaksanaan etika bisnis di masyarakat sangat didambakan oleh semua orang. Namun banyak pula orang yang tidak ingin melaksanakan etika ini secara murni. Mereka masih berusaha melanggar perjanjian, manipulasi dalam segala tindakan. Mereka kurang memahami etika bisnis, atau mungkin mereka paham, tapi memang tidak mau melaksanakan.⁷ Padahal etika bisnis diperlukan dalam menjalankan usaha apapun agar bisnis tersebut tidak melanggar aturan negara dan agama. Etika Bisnis adalah refleksi kritis dan rasional dari perilaku bisnis dengan memperhatikan moralitas dan norma untuk mencapai tujuan.

Pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli. Dalam Skripsi ini penyusun melakukan penelitian etika bisnis di sebuah Pasar yang diselenggarakan setiap 1 (satu) bulan sekali yaitu pada tanggal 11 bulan hijriyah bertepatan dengan Manaqib (riwayat hidupnya orang-orang yang sholeh) Syekh Abdul Qadir Al-Jaelani, Sehingga biasa disebut Pasar

⁷ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung : ALFABETA, 2009), hlm.199.

Manaqib. Pasar tersebut terselenggara di Pondok Pesantren yaitu Pondok Pesantren Suryalaya. Pondok Pesantren Suryalaya adalah Pondok Pesantren yang didirikan oleh Syaikh Abdullah bin Nur Muhammad atau yang dikenal dengan panggilan Abah Sepuh pada tanggal 5 September 1905.

Dengan semakin besarnya kesadaran etika dalam berbisnis, orang mulai menekankan pentingnya keterkaitan faktor-faktor etika dalam bisnis. Sesungguhnya dalam hal seluruh pelaksanaan kehidupan telah di atur dalam pandangan ajaran Agama Islam untuk mengatur seluruh kehidupan manusia termasuk dalam kaitannya pelaksanaan perekonomian dan bisnis. Etika bisnis dalam Islam adalah sejumlah perilaku etis bisnis yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram. Jadi perilaku yang etis itu ialah perilaku yang mengikuti perintah Allah dan menjauhi larangannya. Berdasarkan uraian di atas, pelaku-pelaku bisnis diharapkan bertindak secara etis dalam berbagai aktivitasnya, termasuk dalam hal berdagang.

F. Langkah-langkah Penelitian

1. Metode penelitian

Metode penelitian didefinisikan sebagai kegiatan ilmiah yang terencana, terstruktur, sistematis dan memiliki tujuan tertentu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan yuridis normatif. Pendekatan yuridis normatif adalah pendekatan yang dilakukan berdasarkan bahan hukum utama dengan cara menelaah teori-teori, konsep-konsep, asas-asas hukum serta peraturan perundang-undangan yang

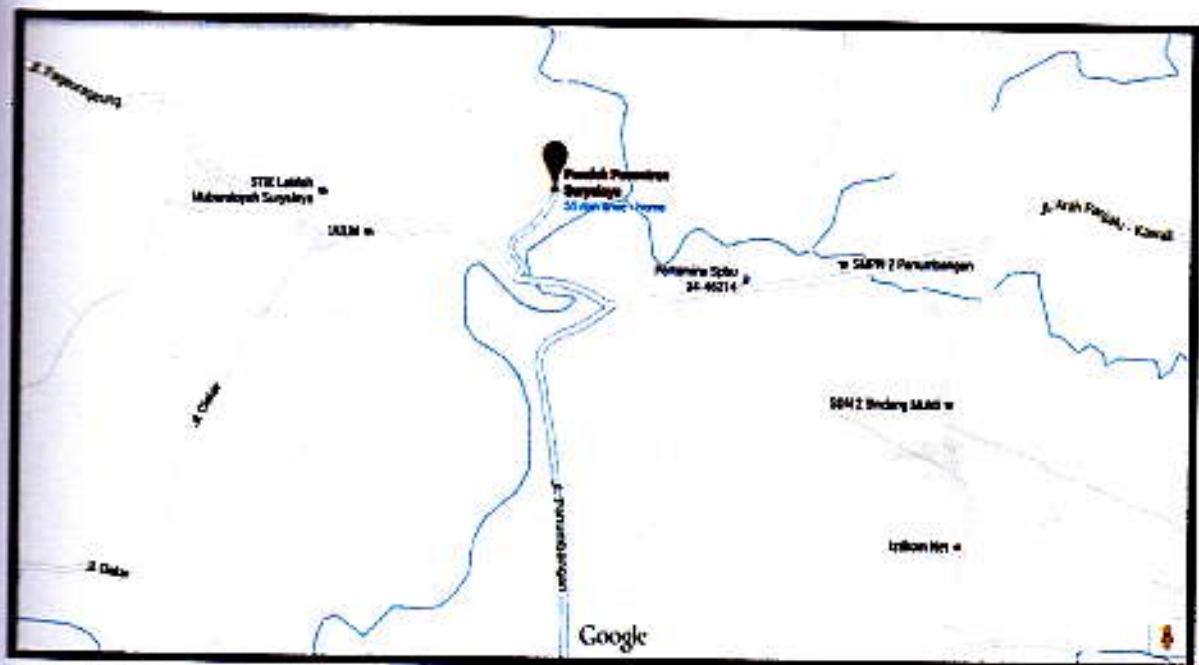
berhubungan dengan penelitian ini. Pendekatan ini dikenal pula dengan pendekatan kepustakaan, yakni dengan mempelajari buku-buku, peraturan perundang-undangan dan dokumen lain yang berhubungan dengan penelitian ini. Pendekatan yuridis normatif dilakukan dengan cara menelaah dan menginterpretasikan hal-hal yang bersifat teoritis yang menyangkut asas, konsepsi, doktrin dan norma hukum yang berkaitan dengan penelitian, lalu didukung dengan teknik pengumpulan data melalui *observasi dan wawancara*.

- a. *Observasi* merupakan kegiatan yang dilakukan dengan sengaja, serius, dan sistematis terhadap fenomena sosial dan gejala-gejala alam dengan cara pengamatan dan pencatatan.⁸
- b. Wawancara adalah tanya jawab peneliti dengan responden yang sesuai dengan pedoman wawancara yang telah ditetapkan dan sesuai dengan kebutuhan penelitian.

2. Tempat Penelitian

Tempat penelitian yang penulis pilih adalah "pasar manaqib" pasar manaqib merupakan pasar yang terdapat di Pondok Pesantren Suryalaya tepatnya di Kampung Godebag RT 01/ RW 02, Desa Tanjungkerta, Kecamatan Pagragung, Kabupaten Tasikmalaya, Provinsi Jawa Barat. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat di peta berikut:

⁸ Heri Jauhari, *Panduan Penulisan Skripsi Teori dan Aplikasi*, (Bandung : CV.Pustaka Setia, 2010), Cet ke-1, hlm. 50.



1. Jenis Data

Data merupakan bentuk jamak dari *datum*, dapat dipindahkan dengan tanda bukti yang akan diolah atau dianalisis untuk menjawab pertanyaan penelitian. Sebagai jawaban atas pertanyaan penelitian maka jenis data yang dikumpulkan dalam penulisan ini adalah data kualitatif, yaitu data-data yang dideskriptifkan dengan kata-kata.

2. Sumber data

Sumber data yang dihimpun dalam penulisan ini terdiri dari dua sumber, yaitu:

a. Sumber data primer

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuisioner. Sumber ini adalah sumber pokok yang dijadikan rujukan utama dalam penelitian ini. Data-data dan sumber data primer ini

dihimpun dari berbagai literasi yang berisi materi dan teori yang mendukung masalah yang akan diteliti.

b. Sumber data sekunder

Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak-pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram.⁹ Dan merupakan sumber data pendukung dalam penelitian, yang diperoleh dari hasil *observasi* serta wawancara dengan para pedagang yang dilakukan di Pasar Manaqib Pontren Suryalaya Tasikmalaya.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dikenal adalah studi kepustakaan; pengamatan (*observasi*), wawancara (*interview*), dan daftar pertanyaan (kuesioner). Sesuai dengan sumber data seperti yang dijelaskan di atas, maka dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan cara :

a) Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan dilakukan dengan mencari dan mengumpulkan serta mengkaji Al-Qur'an dan As-Sunnah sebagai sumber hukum Islam, peraturan perundang-undangan, rancangan undang-undang, hasil penelitian, jurnal ilmiah, artikel ilmiah, dan makalah seminar yang berhubungan dengan etika bisnis Islam.

⁹ Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada, 1998), hlm. 41.

b) Wawancara (*interview*)

Wawancara dilakukan dengan teknik wawancara tidak terarah (*non-directive interview*) atau tidak terstruktur (*free flowing interview*) yaitu dengan mengadakan komunikasi langsung kepada informan, dengan menggunakan pedoman wawancara (*interview guide*) guna mencari jawaban atas etika bisnis Islam di kalangan pedagang di pasar manaqib Pondok Pesantren Suryalaya.

c) Teknik *Sampling*

Dalam penelitian ini teknik sampling yang penulis lakukan adalah teknik *random sampling* atau sampel acak yaitu setiap anggota dari populasi memiliki kesempatan dan peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Populasi adalah kumpulan dari keseluruhan pengukuran, objek, atau individu yang sedang dikaji dalam penelitian ini populasinya adalah para pedagang di pasar manaqib. Sedangkan pengertian sampel adalah sebagian, atau subset (himpunan bagian), dari suatu populasi. Sampel yang dipilih penulis untuk di wawancara adalah 10 (sepuluh) orang pedagang yang dipilih secara acak.

4. Analisis Data

Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara kualitatif, yaitu analisis yang dilakukan dengan memahami dan merangkai data yang telah diperoleh dan disusun sistematis, kemudian ditarik kesimpulan.