

**ANALISIS PRAKTEK JUAL BELI KEBUTUHAN POKOK
DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS SYARI'AH
(Studi Kasus Di Pasar Tradisional Kec. Pajangan Bantul)**



NASKAH PUBLIKASI

Diajukan Kepada Program Studi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Ilmu Agama
Universitas Alma Ata Yogyakarta Untuk memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)

Disusun Oleh:

ROKIMAH

NIM 122200029

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
SEKOLAH TINGGI ILMU AGAMA
UNIVERSITAS ALMA ATA
YOGYAKARTA**

2016

LEMBAR PERSETUJUAN
NASKAH PUBLIKASI
ANALISIS PRAKTEK JUAL BELI KEBUTUHAN POKOK DALAM
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS SYARIAH
(Studi Kasus Di Pasar Tradisional Kec. Pajangan Bantul)

Disusun Oleh:

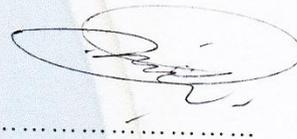
ROKIMAH

NIM 122200029

Pembimbing,

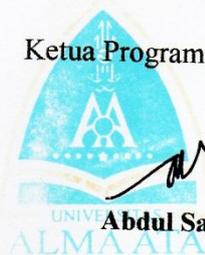
Abdul Ghoni, S.H.I., M.A.

Tanggal : **02 MARET 2016**



Mengetahui,

Ketua Program Studi Ekonomi Syariah



Abdul Salam, S.H.I., M.A.

PERNYATAAN

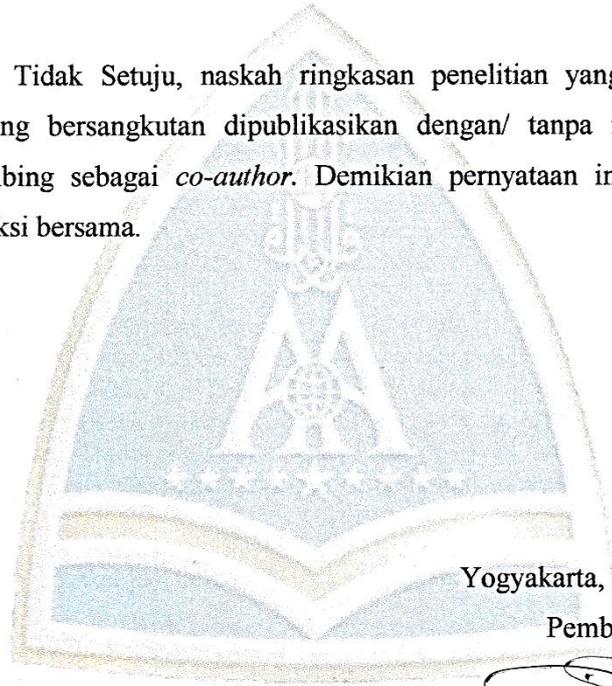
Dengan ini kami selaku pembimbing Skripsi Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Ilmu Agama Universitas Alma Ata:

Nama : Rokimah

NIM : 122200029

Judul : Analisis Praktek Jual Beli Kebutuhan Pokok Dalam Perspektif Etika Bisnis Syariah (Studi Kasus Di Pasar Tradisional Kec. Pajangan Bantul).

Setuju/ Tidak Setuju, naskah ringkasan penelitian yang disusun oleh mahasiswa yang bersangkutan dipublikasikan dengan/ tanpa mencantumkan nama pembimbing sebagai *co-author*. Demikian pernyataan ini dibuat untuk dijadikan koreksi bersama.



Yogyakarta, Februari 2016

Pembimbing

Abdul Ghoni, S.H.I., M.A.

ABSTRAK

Praktek jual beli dalam pandangan Islam adalah segala usaha manusia dalam mengelola sumberdaya untuk menciptakan produk, barang, dan jasa dengan tujuan melayani kebutuhan masyarakat. Praktek jual beli telah diatur oleh syariat Islam dan dicontohkan oleh nabi Muhammad SAW dengan rukun jual beli yaitu, adanya penjual, adanya pembeli, adanya *ijab qobul*, dan adanya barang yang dijual belikan. Sedangkan syarat sah jual beli yaitu, persyaratan yang berkaitan dengan pelaku praktek jual beli (adanya saling ridho dan kedua belah pihak yang berkompeten melakukan praktek jual beli), dan persyaratan yang berkaitan dengan objek atau barang yang diperjual belikan (objek jual beli yang halal serta bermanfaat dan merupakan hak milik penuh).

Sehubungan dengan hal tersebut penyusun memilih Pasar Tradisional Sudimoro yang terletak di Kecamatan Pajangan sebagai objek penelitian, disini peneliti ingin mengkaji lebih dalam praktek dagang dari pedagang kebutuhan pokok yang ada di Pasar Tradisional Kecamatan Pajangan, dan bagaimana tinjauan etika bisnis syari'ah terhadap praktek jual beli tersebut.

Metode yang nantinya akan digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif. Sampel penelitian terdiri dari 90 pedagang yang ditentukan dengan teknik *Cluster Sampling* kemudian pengambilan sampel menggunakan teknik *simple random sampling*. Pengambilan data dilakukan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini adalah Transaksi atau praktek jual beli yang dilakukan di pasar tradisional Kecamatan Pajangan masih seimbang dan masih menjunjung tinggi rasa kekeluargaan.kegiatan jual beli yang ada di pasar tradisional sudimoro Kecamatan Pajangan sudah sesuai. Jika dilihat dari akad jual belinya yang di bagi menjadi dua kategori yaitu akad objek jual beli dan akad transaksi jual beli, praktek jual beli di Pasar Tradisional Kecamatan Pajangan ini belum bisa dikatakan sesuai. Dari segi etika bisnis syariah, praktek jual beli yang dilakukan di Pasar Tradisional Kecamatan Pajangan juga belum sesuai karena dilihat dari etika bisnis pasar Islam, praktek yang dilakukan masih belum sesuai.

Kata kunci : Transaksi jual beli, etika bisnis syari'ah.

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi ini ekonomi merupakan hal yang penting selain kebutuhan pokok, ekonomi juga hal yang tidak bisa di pisahkan dengan kehidupan sehari-hari. Karena manusia itu makhluk sosial dimana manusia saling berhubungan, saling membutuhkan dan saling berinteraksi satu sama lain sehingga menimbulkan suatu kegiatan yaitu kegiatan ekonomi. Sedangkan pergaulan atau interaksi hidup tersebut dimana tempat setiap orang melakukan perbuatan dalam hubungannya dengan orang lain disebut muamalah (Basyir, 2000). Muamalah dalam bahasa yaitu (*lughatan*), kata muamalah adalah bentuk masdar dari kata '*amala* yang artinya saling bertindak, saling berbuat, dan saling beramal. Sedangkan secara istilah (*syar'an*), muamalah merupakan sistem kehidupan (Nawawi, 2012). Jadi dalam fikih ini telah jelas bahwa manusia dan kegiatan ekonomi sangat berkaitan erat, maka tidak heran kalau manusia terus melakukan penemuan demi kemajuan dan perkembangan ekonomi dengan mengembangkan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK). Semakin pesatnya perkembangan (IPTEK) pada saat ini cenderung mendorong berkembangnya aspek di semua bidang terutama bidang ekonomi. Oleh karena itu saat ini bermunculan bisnis atau usaha yang memanfaatkan perkembangan (IPTEK) tersebut, sebagai contoh *online shop*. Akan tetapi seiring perkembangan (IPTEK) dengan segala kecanggihan dan kemudahannya, masyarakat Indonesia ternyata tidak terus meninggalkan kegiatan bisnis yang sudah turun temurun dari dulu sampai sekarang yaitu kegiatan yang ada di pasar.

Pasar adalah sebuah mekanisme pertukaran barang dan jasa yang alamiah dan berlangsung sejak peradaban awal manusia (P3EI, 2008). Disini pasar berperan penting, karena keberadaan pasar dalam pergerakan ekonomi yaitu memajukan ekonomi masyarakat Indonesia baik itu pasar modern ataupun pasar tradisional. Serta pasar merupakan tempat pembeli dan penjual bersama-sama melakukan pertukaran (Assauri, 2010). Dengan adanya pengertian tersebut dapat dijelaskan bahwa pasar adalah tempat yang memiliki unsur-unsur sosial, ekonomi, kebudayaan, politis, tempat pembeli dan penjual saling bertemu untuk melakukan tukar menukar atau melakukan kegiatan jual beli.

Praktek jual beli dalam pandangan Islam adalah segala usaha manusia dalam mengelola sumberdaya untuk menciptakan produk, barang, dan jasa dengan tujuan melayani kebutuhan masyarakat. Praktek jual beli telah diatur oleh syariat Islam dan dicontohkan oleh nabi Muhammad SAW dengan rukun jual beli yaitu, adanya penjual, adanya pembeli, adanya *ijab qobul*, dan adanya barang yang dijual belikan (Hakim, 2012). Sedangkan syarat sah jual beli yaitu, persyaratan yang berkaitan dengan pelaku praktek jual beli (adanya saling *ridho* dari kedua belah pihak yang berkompeten melakukan praktek jual beli), dan persyaratan yang berkaitan dengan objek atau barang yang diperjual belikan (objek jual beli yang halal serta bermanfaat dan merupakan hak milik penuh).

Tetapi selama ini banyak dijumpai praktek jual beli yang tidak menggunakan etika dan prinsip Islami seperti pengurangan takaran timbangan, penyuapan, penimbunan barang, bunga (*riba*), bahkan pemalsuan produk yang menjadi perbincangan saat ini.

Karena Di Pasar Tradisional sangat riskan sekali untuk menerapkan praktek jual beli yang tidak menggunakan prinsip Islami terutama praktek kebutuhan pokok. Maka peneliti meneliti Pasar Tradisional di Kec. Pajangan Bantul karena pasar ini di dominasi oleh pedagang kebutuhan pokok. Sehingga nantinya peneliti ingin mengkaji lebih dalam praktek dagang dari perdagangan kebutuhan pokok di Pasar Tradisional Kecamatan Pajangan Bantul, yang kemudian dapat dirumuskan, yaitu bagaimana praktek jual beli pada barang dagangan kebutuhan pokok tersebut serta etika jual beli yang ditinjau oleh Islam yaitu dalam etika bisnis Islam.

Etika bisnis Islam membicarakan masalah – masalah moral dari bisnis yang telah telah dicontohkan oleh nabi Muhammad SAW yaitu mencari kekayaan yang halal, seperti dalam surat Al Baqarah (275) yang Artinya : “Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. serta Bersikap jujur. Seperti yang tercantum dalam QS Al Ahzab ayat 70 :

﴿٧٠﴾ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya :” Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar.

Dari kedua ahlak yang telah dicontohkan Nabi yaitu mencari kekayaan yang halal dan adanya larangan riba serta berperilaku yang jujur dapat memberikan gambaran bahwa Islam menempatkan aktivitas perdagangan dalam posisi yang amat strategis di tengah kegiatan manusia mencari rizky dan kehidupan .

Penelitian ini dilakukan untuk meneliti sejauh mana etika bisnis Islam memberikan pengaruh terhadap aktivitas perdagangan di Pasar Tradisional, untuk lebih meningkatkan eksistensi kinerja pasar tradisional pada masyarakat. Sehingga Pasar Tradisional mampu bertahan dan berjalan sesuai dengan hukum -hukum Islam.

Berdasarkan latar belakang dalam penelitian ini, maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Praktek Jual Beli Kebutuhan Pokok Dalam Perspektif Etika Bisnis Syari’ah (Studi Kasus Di Pasar Tradisional Kec. Pajangan Bantul)**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan berbagai permasalahan yang di uraikan tersebut diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Bagaimana praktek jual beli kebutuhan pokok di Pasar Tradisional Kecamatan Pajangan Bantul?
2. Bagaimana tinjauan etika bisnis syariah terhadap praktek jual beli tersebut?

LANDASAN TEORI

A. Jual Beli

1. Pengertian jual beli secara umum

Jual beli secara etimologis artinya: Menukar harta dengan harta. Secara tesmologis artinya: Transaksi penukaran selain dengan fasilitas dan kenikmatan. Sengaja diberi pengecualian “fasilitas” dan “kenikmatan” agar tidak termasuk di dalamnya penyewaan dan menikah. (<http://www.alsowah.or.id>)

Sedangkan pengertian jual beli secara umum bahwasanya secara yuridis formal pengaturan mengenai hukum mengadakan jual beli diatur dalam buku ketiga bab kelima KUHPerdara tentang jual beli yaitu pasal 1457 sampai dengan pasal 1540 KUHPerdara. (<http://www.npslawoffice.com>)

Pengertian jual beli secara yuridis diatur dalam Pasal 1457 KUHPerdara, sebagaimana kami kutip sebagai berikut :

Pasal 1457 KUHPerdara

*“Jual beli adalah suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk **menyerahkan suatu kebendaan** dan pihak yang lain untuk **membayar harga yang telah dijanjikan**”*

Sesuai dengan pengertian dalam Pasal 1457 KUHPerdara di atas, maka ada tiga makna pokok dari jual beli yaitu :

- 1) Kesepakatan mengenai jenis dan bentuk benda yang dijual,
- 2) Kesepakatan mengenai harga benda yang dijual,
- 3) Penyerahan benda, yaitu mengalihkan hak kepemilikan atas kebendaan yang telah dijual.

2. Pengertian Jual Beli Syariah

Menurut Rasyid Sulaiman, pengertian jual beli dari segi etimologis adalah menukar harta dengan harta. Sedangkan pengertian dari istilah adalah menukar suatu barang dengan barang yang lain dengan cara tertentu (akad) (Hakim, 2012). Akad adalah suatu perikatan antara *ijab* dan *qobul* dengan cara yang dibenarkan syara’ yang menetapkan adanya akidah – akidah hukum pada objeknya (Basyir, 2000). Memiliki dua aspek yaitu *ijab* dan *qobul*, dimana *ijab qobul* bermakna *ijab* adalah perkataan penjual, misalnya saya jual barang ini sekian. Sedangkan *qobul* adalah ucapan pembeli misalnya saya terima (saya beli) dengan harga sekian serta dalam *ijab qobul* ada unsur saling rela.

3. Rukun Jual Beli

Sebelum membahas jual beli secara lebih jauh sebaiknya mengenal rukun-rukun jual beli tersebut. Dimana rukun jual beli ada 4 yaitu: Ada yang berakad (penjual dan pembeli), Ada *sigat* (lafal *ijab qobul*), Ada barang yang dibeli dan Ada nilai tukar pengganti barang (Haroen, 2000).

4. Dasar hukum jual beli

Dasar hukum jual beli pada Al-Qur’an dalam surat An Nisa’ (29) yaitu: Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan*

perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

5. Syarat Sah Jual Beli

Agar jual beli dapat dilaksanakan secara sah maka jual beli tersebut harus memenuhi syarat – syarat sah dari jual beli baik dari pihak penjual maupun pembeli (al-Muslih, 2008) Adapun syarat – syarat tersebut adalah:

- 1) Yang berkaitan dengan pihak – pihak pelaku, harus memiliki kompetensi dalam melakukan aktifitas itu, yaitu dengan kondisi yang sudah *akil baligh* serta berkemampuan memilih. Tidak sah yang dilakukan anak kecil dan orang gila atau orang yang dipaksa.
- 2) Yang berkaitan dengan objek jual belinya yaitu sebagai berikut:
Jual beli tersebut harus suci, bermanfaat, bisa di serah terimakan dan merupakan milik penuh dari salah satu pihak. Tidak akan sah bila memperjual belikan :
 - Barang najis atau barang haram seperti darah, bangkai, dan daging babi.
 - Barang yang diperjual belikan milik orang lain atau belum menjadi hal secara penuh. Kecuali dengan akad *as-Salam*.
 - Barang yang tidak ada atau yang berada diluar kemampuan penjual untuk menyerahkannya, seperti: *malaqih* (Benih hewan yang masih dalam tulang sulbi pejantan) *madhamin* (Janin hewan yang masih dalam Rahim hewan betina) atau menjual ikan yang masih dalam air, burung yang masih terbang diudara dan sejenisnya.
 - Jual beli *fudhuli* yakni orang yang bukan pemilik barang juga bukan orang yang diberi kuasa, menjual barang milik orang lain, padahal tidak ada pemberian surat kuasa dari pemilik barang.

B. Kebutuhan Pokok

Kebutuhan Pokok atau kebutuhan dasar (*basic human needs*) dapat dijelaskan sebagai kebutuhan yang sangat penting guna kelangsungan hidup manusia. Menurut Manullang (Evers, 1985) kebutuhan pokok atau kebutuhan primer terdiri dari : Makan, Minum, Pakaian, dan Perumahan.

Ketentuan Islam mengenai makanan mempunyai 5 prinsip (Mannan, 1997) yaitu :

1. Prinsip keadilan, prinsip ini mengenai konsumsi yang halal dan pentingnya mencari rezeki secara halal serta tidak dilarang hukum Islam.
2. Prinsip kebersihan, prinsip ini artinya dalam mengkonsumsi haruslah mengkonsumsi makanan yang baik atau cocok untuk dimakan, tidak kotor ataupun menjijikan sehingga merusak selera.
3. Prinsip kesederhanaan, prinsip ini mengatur tentang perilaku manusia mengenai makanan dan minuman yaitu sikap yang tidak berlebihan, dalam Alqur'an dalam Surat Al A'raaf ayat 31 dikatakan :

يَبْنِي ۚ آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ

لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴿٦٧﴾

Artinya: “Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) mesjid, Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.”

4. Prinsip kemurahan hati, prinsip kemurahan hati ini artinya dengan mentaati perintah Islam ada bahaya maupun dosa ketika makan dan minum, makanan dan minuman yang halal yang disediakan Tuhan karena kemurahan hati-Nya. Selama makanan itu makanan yang halal untuk kelangsungan hidup dan kesehatan serta bertujuan menuaikan perintah Allah SWT.
5. Prinsip moralitas, bukan hanya konsumsi makanan dan minuman saja yang penting diperhatikan tetapi juga kondisi moralitasnya yaitu konsumsi yang bisa meningkatkan nilai-nilai moral dan spiritual. Dimana seorang muslim diajarkan untuk menyebut nama Allah SWT sebelum makan dan menyatakan terima kasih kepada-Nya setelah makan, ini juga salah satu bentuk meningkatkan nilai moralitas manusia.

C. Pengertian Etika Bisnis Syariah

1. Pengertian Etika

Etika (*etimologi*), berasal dari bahasa Yunani “*etos*”, yang berarti watak kesusilaan atau adat kebiasaan (*custom*). Etika biasanya berkaitan erat dengan perkataan moral yang bentuk jamaknya “*ta etha*” yang juga berarti adat istiadat atau kebiasaan atau cara hidup seseorang dengan melakukan perbuatan yang baik, baik pada diri seseorang maupun pada masyarakat atau kelompok masyarakat dan menghindarkan dari hal-hal yang buruk (Keraf, 1998).

2. Pengertian bisnis

Bisnis adalah sebuah aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, dagangan atau pengolahan barang yaitu produksi (Muhammad, 2004).

3. Pengertian etika bisnis

Etika bisnis adalah aturan – aturan yang menegaskan suatu bisnis. Boleh bertindak dan tidak boleh bertindak, dimana aturan – aturan tersebut dapat bersumber dari aturan tertulis maupun tidak tertulis dan jika suatu bisnis melanggar aturan tersebut maka sanksi akan diterima secara langsung maupun tidak (Fahmi, 2014).

1. Prinsip-prinsip Etika Bisnis

Prinsip etika bisnis di setiap Negara berbeda-beda, prinsip-prinsip ini berlaku tergantung dengan kebiasaan masyarakat itu sendiri dan itu mempengaruhi nilai perilaku di dalam masyarakat

itu sendiri. Begitu juga prinsip yang berlaku di Indonesia akan sangat mempengaruhi sistem masyarakat kita. Secara umum prinsip-prinsip yang berlaku dalam kegiatan bisnis yang baik adalah prinsip yang tidak dapat dilepas dari kehidupan masyarakat yaitu sangat erat hubungannya dengan sistem nilai yang dianut. Di Indonesia ada beberapa prinsip etika bisnis yang dianut yaitu (Keraf, 1998) :

- a) Prinsip Otonomi, adalah sikap dan kemampuan manusia untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadarannya sendiri tentang apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan.
- b) Prinsip Kejujuran, prinsip kejujuran sangat penting dan merupakan kunci keberhasilan dalam bisnis. Jadi isu yang mengatakan bisnis itu tipu – tipu adalah tidak terbukti.
- c) Prinsip keadilan, Prinsip keadilan disini menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan sesuai dengan kriteria yang objektif serta dapat dipertanggung jawabkan.
- d) Prinsip saling menguntungkan, Setiap bisnis pasti mempunyai tujuan mencari keuntungan baik itu keuntungan dalam bentuk materi ataupun keuntungan dalam bentuk non materi misalnya, Kepuasan.
- e) Prinsip intergritas moral, Prinsip intergritas moral dimaknai sebagai tuntutan internal dalam diri pelaku bisnis atau perusahaan agar pelaku bisnis perlu menjalankan bisnis dengan tetap menjaga nama baiknya atau perusahaanya.

4. Etika Bisnis Dalam Syariah

Istilah yang paling dekat dengan etika dalam islam yaitu *Akhlaq*. Di dalam al-Qur'an istilah yang secara langsung berhubungan dengan etika adalah *al-khuluq* (Muhammad, Etika Bisnis Islami, 2004). *Al-khuluq* berasal dari kata dasar *khaluqa-khuluqan*, yang berarti, tabi'at, budi pekerti, kesatriaan, keprawiraan. Islam memberikan tuntunan akidah tauhid, dasar tauhid ini dipadu dengan contoh yang diberikan Rasulullah yang diharapkan akan menghasilkan manusia yang memiliki akhlak atau etika yang baik.

a. Etika Bisnis dalam Pasar Islami

Pasar sangatlah penting bagi keberlangsungan hidup masyarakat karena kemaslahatan manusia dalam mata pencaharian tidak mungkin terwujud tanpa adanya saling tukar menukar (*barter*) (Aziz, 2013). Maka itu pasar hadir sebagai tempat dimana, antara penjual dan pembeli bertemu dan melakukan transaksi jual beli barang dan atau jasa.

Dari fungsi pasar diatas pasar jadi rentan dengan hal-hal yang dzalim, sehingga Islam telah mengatur prinsip prinsip dasar dalam pasar Islami (Aziz, 2013) yaitu :

1. *Ar-Ridha*, yaitu segala transaksi yang dilakukan haruslah atas dasar kerelaan antara masing-masing pihak (*freedom contract*). Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT :
2. *Persaingan sehat (fair competition)*. Mekanisme pasar akan terhambat bekerja jika terjadi penimbunan atau monopoli. Monopoli dapat diartikan, setiap barang yang penahanannya akan membahayakan konsumen atau orang banyak.
3. *Kejujuran (honesty)*, kejujuran merupakan pilar yang sangat penting dalam islam, sebab kejujuran adalah nama lain dari kebenaran itu sendiri. Islam melarang tegas kebohongan dan penipuan dalam bentuk apapun.
4. *Keterbukaan (tranparancy)*, serta keadilan (*justice*). Pelaksanaan prinsip ini adalah transaksi yang dilakukan dituntut untuk berlaku benar dalam pngungkapan kehendak dan keadaan yang sesungguhnya.

D. Pasar Tradisional

Menurut Nugroho (dkk, 2011), Pasar merupakan institusi sosial yang diatur dengan norma-norma dan sangsi dan dibentuk melalui interaksi sosial. Pasar adalah sebuah mekanisme pertukaran barang dan jasa yang alamiah dan berlangsung sejak peradaban awal manusia (P3EI, 2008). Disini pasar berperan penting, karena keberadaan pasar dalam pergerakan ekonomi yaitu memajukan ekonomi masyarakat Indonesia baik itu pasar modern ataupun pasar tradisional. Serta pasar merupakan tempat pembeli dan penjual bersama-sama melakukan pertukaran (Assauri, Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi, 2010).

Sedangkan Pasar tradisional adalah pasar yang tumbuh dan berkembang di masyarakat dengan pedagangnya sebagian besar adalah orang pribumi (dkk, 2011). Dalam hal ini pasar modern dan pasar tradisional mempunyai ciri khas masing-masing, tetapi Pasar Tradisional yang tersebar baik di kota maupun di desa memiliki ciri khas dalam proses jual belinya, yaitu tidak hanya sebagai tempat bertemunya antar penjual dan pembeli tetapi juga merupakan tempat hubungan personal, tempat sumber info dan merupakan sarana penting bagi daya dukung perekonomian kota maupun desa.

METODELOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini menggunakan Metode Kualitatif. Dimana Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada *filosofat postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawanya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna dari pada *generalisasi* (Sugiyono, 2011). Penelitian kualitatif juga diartikan sebagai proses eksplorasi dan memahami makna perilaku individu dan kelompok, menggambarkan masalah sosial atau masalah

kemanusiaan. Proses penelitian ini yaitu membuat pertanyaan penelitian dan prosedur yang masih bersifat sementara, mengumpulkan data pada seting partisipan, analisis data secara induktif, membangun data yang parsial ke dalam tema, dan selanjutnya memberikan interpretasi terhadap makna suatu data. Kegiatan akhir adalah membuat laporan ke dalam struktur yang fleksibel (Sugiyono, Metodologi Penelitian Manajemen, 2014). Penelitian kualitatif yang diibaratkan oleh Bogdan (Sugiyono, Metodologi Penelitian Manajemen, 2014), seperti orang mau piknik, sehingga ia baru tahu tempat yang akan dituju, tetapi tentu belum tahu pasti apa yang ditempat itu, ia akan tahu setelah memasuki obyek, dengan cara membaca berbagai informasi, gambar, berfikir dan melihat obyek dan aktifitas orang yang akan disekelilingnya, melakukan wawancara dan sebagainya (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D, 2011).

B. Subjek dan objek Penelitian

Subjek penelitian adalah sumber utama data penelitian, yaitu yang memiliki data mengenai variabel-variabel yang diteliti (Azwar, 2005) subjek penelitian dalam skripsi ini adalah :

1. Ketua pengelola Pasar Tradisional Kecamatan Pajangan Bantul.
2. Pedagang kebutuhan pokok yang ada di Pasar Tradisional Kecamatan Pajangan Bantul.
3. Masyarakat atau konsumen Pasar Tradisional Kecamatan Pajangan Bantul.

C. Populasi dan Sampel

Pada penelitian ini populasinya adalah seluruh pedagang kebutuhan pokok di Pasar Tradisional Kecamatan Pajangan. Sedangkan sampel yang di gunakan pada penelitian ini menggunakan pendapat dari Gay (Umar, 1996) yaitu ukuran minimum sampel yang dapat diterima berdasarkan pada desain penelitian yang digunakan yaitu sebagai berikut :

- Metode deskriptif, minimal 10% populasi. Untuk populasi kecil min. 20% populasi.

Karena pada Pasar Tradisional Kecamatan Pajangan terdapat 90 pedagang maka pada penelitian ini peneliti mengambil 10 % dari 90 yaitu 9 orang pedagang. Pengambilan sampel dengan menggunakan metode yang pertama cara kluster (*Cluster Sampling*), yaitu mengelompokan populasi menjadi sub-sub populasi, yang kemudian dari masing-masing kluster dipilih dan diambil anggota sampelnya. Dari data yang diperoleh peneliti dari pengurus Pasar Tradisional Kecamatan Pajangan, maka pada penelitian ini pedagang kebutuhan pokok di Pasar Tradisional Kec. Pajangan dikelompokan menjadi:

1. Pedagang Sembako berjumlah 27 pedagang.
2. Pedagang Sayuran berjumlah 18 pedagang.
3. Pedagang Makanan Jadi berjumlah 24 pedagang.
4. Pedagang Pakaian berjumlah 9 pedagang.
5. Pedagang Daging Ayam berjumlah 5 pedagang.
6. Pedagang Tempe Tahu berjumlah 7 pedagang.

Selanjutnya untuk pengambilan anggota sampel peneliti menggunakan metode *Random Sampling* dengan cara undian yaitu memberi nomor-nomor

pada seluruh anggota populasi, lalu secara acak dipilih nomor-nomor sesuai dengan banyaknya jumlah sampel yang dibutuhkan (Umar, 1996). Untuk pengambilan sampelnya diambil 10% dari masing-masing kategori yaitu: pedagang Sembako 2 orang, pedagang Sayuran 2 orang, pedagang Makanan Jadi 2 orang, pedagang Pakaian 1 orang, pedagang daging ayam 1 orang, dan pedagang tempe tahu 1 orang.

D. Teknik Dan Instrumen Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung berhadapan dengan yang diwawancarai tetapi dapat juga secara tidak langsung seperti memberikan daftar pertanyaan untuk dijawab pada kesempatan lain (Umar, 1996).
2. Observasi adalah pengamatan, perhatian atau pengawasan (Supardi, 2005).
3. Dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variable. Dokumen disini meliputi materi (bahan) yang berupa video, film, memo, catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah ilmiah, prasasti, notulen rapat, lembaran, agenda dan sebagainya yang dapat digunakan sebagai bahan informasi penunjang, dan sebagai bagian berasal dari kajian kasus yang merupakan sumber data pokok dari hasil observasi dan wawancara mendalam (Ghony, 2014).

E. Tempat dan Waktu Penelitian

Untuk keberlanjutan observasi yang peneliti lakukan serta terselesainya penelitian ini, maka penelitian ini akan dilaksanakan di Pasar Kecamatan Pajangan Kabupaten Bantul Yogyakarta, dan dilaksanakan pada bulan November 2015 – Januari 2016.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif yang dikemukakan oleh Seidde (Meleong, 2011) prosesnya berjalan sebagai berikut :

- a. Mencatat yang menghasilkan catatan lapangan, dengan hal itu diberi kode agar sumber datanya tetap dapat ditelusuri.
- b. Mengumpulkan, memilah-milah, mengklasifikasikan, mensisensikan, membuat ikhtisar, dan membuat indeksinya.
- c. Berfikir, dengan jalan membuat agar kategori data itu mempunyai makna, mencari dan menemukan pola dan hubungan-hubungan, dan membuat temuan-temuan umum

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Pasar Tradisional Kec. Pajangan Bantul Atau Pasar Tradisional Sudimoro ini adalah salah satu bentuk pemikiran dari tokoh masyarakat setempat yang bertujuan supaya masyarakat tidak harus berjalan jauh ke desa seberang atau ke pusat kota Yogyakarta jika ingin berbelanja, Maka itu diadakanya pusat belanja yang dekat dengan masyarakat. Dahulu karena pusat jual beli yang ada di Triwidadi ini hanya kecil dan belum bisa disebut dengan Pasar serta pedagang yang berjualan di pasar Tradisional ini hanya sekitar 5

pedagang, jadi Pasar Tradisional ini hanya dikelola oleh satu pengelola dari tokoh masyarakat setempat. Karena Pasar Tradisional Sudimoro ini semakin berkembang dan semakin banyak pedagang berdatangan maka pada tahun 1992, para Pamong Desa Triwidadi bekerjasama dengan masyarakat mulai membentuk sebuah pengurus yang mengelola pasar Tradisional ini. Jadi tahun 1992 dianggap sebagai tahun berdirinya Pasar Tradisional Sudimoro. Dalam kepengurusan terbaru yang masa jabatan tahun 2013 sampai 2017 pengurus mencatat ada 150 pedagang yang berjualan di Pasar Tradisional ini.

B. Gambaran jual beli kebutuhan pokok di Pasar Tradisional Kecamatan Pajangan

Di pasar tradisional Kecamatan Pajangan atau pasar Sudimoro terdapat 150 pedagang. Dari 150 pedagang tersebut yang menjual kebutuhan pokok ada 90 pedagang, terdiri dari pedagang sembako 27 orang, pedagang sayuran 18 orang, pedagang makanan jadi 24 orang, pedagang daging ayam 5 orang, pedagang pakaian 9 orang dan pedagang tempe tahu 7. Data ini diperoleh dari wawancara dengan pengurus atau pengelola Pasar Tradisional Sudimoro Kecamatan Pajangan Bantul. Berikut kami sampaikan data seperti di bawah ini :

Tabel 1
Data Jumlah Pedagang

No.	Pedagang	Jumlah
1	Sembako	27
2	Sayuran	18
3	makanan jadi	24
4	pakaian	9
5	Daging Ayam	5
6	Tempe tahu	7
6	Lainya	60

Dalam hal ini setelah peneliti melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi di Pasar Tradisional Sudimoro dari bulan November sampai Januari 2016, peneliti memperoleh hasil bahwa praktek jual beli kebutuhan pokok di Pasar Tradisional Sudimoro adalah sebagai berikut:

1. Produk yang dijual belikan

Di Pasar Tradisional Sudimoro ini hanya menjual kebutuhan pokok seperti makan minum dan pakaian saja. Untuk itu barang yang diperjual belikan adalah: sembako, Sayuran, Makanan jadi, Pakaian, Daging ayam dan tempe, tahu.

2. Harga barang yang dijual belikan

Naik turunnya harga dipasaran menjadi dilema bagi Pedagang kebutuhan pokok di Pasar Tradisional Sudimoro sehingga dalam penentuan harga pun berubah-ubah. Tetapi dalam penentuan harga dari masing-masing bahan tidak tentu tergantung keadaan dan naik turunnya harga. Walaupun begitu peneliti bisa menyimpulkan bahwa dalam

penjualan mereka mengambil keuntungan 10 sampai 50% bahkan sampai harga penuh dari harga kulakan.

3. Strategi dalam persaingan

Setiap pedagang yang ada di Pasar Tradisional ini mempunyai strategi dalam bersaing tetapi disini dapat disimpulkan dalam system promosi para pedagang kebutuhan pokok di pasar tradisional sudimoro menggunakan strategi menawarkan langsung, *getok tular* (dari mulut ke mulut) dan strategi promosi lainnya.

4. Menjaga Kepercayaan Konsumen

Dalam hal mempertahankan kepercayaan konsumen pedagang di Pasar Tradisional Sudimoro selalu menjunjung tinggi sikap ramah, kekeluargaan, kejujuran, kualitas serta selalu menjaga kesehatan dengan menjaga kebersihan tempat jualan sampai makanan yang dijual.

C. Tinjauan Etika Bisnis Syariah Terhadap Praktek Jual Beli

1. Syarat syah jual beli

a. Yang berkaitan dengan pihak–pihak pelaku. Di Pasar Tradisional Sudimoro telah memenuhi syarat syah jual beli karena pedagang di Pasar Tradisional Sudimoro ini berusia dari 23 tahun keatas.

b. Yang berkaitan dengan objek jual belinya

Jika dilihat dari syarat syah jual beli yang kedua yaitu jual beli tersebut harus suci, bermanfaat, bisa di serah terimakan dan merupakan milik penuh dari salah satu pihak. Tidak akan sah bila memperjual belikan barang najis dan milik orang lain. Maka jual beli dipasar sudimoro sudah sesuai karena bahan yang dijual belikan di pasar ini adalah bahan-bahan kebutuhan pokok seperti sembako, makanan jadi, sayuran, pakaian dan lainnya, serta tidak ada pedagang yang memperjual belikan barang yang najis dan hal-hal yang dilarang oleh Islam.

Dilihat dari manfaatnya juga sudah sesuai karena selain suci bahan yang dijual belikan dipasar ini sangat bermanfaat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat sekitar. dengan syarat syah jual beli, karena dilihat dari barang yang dijual belikan adalah barang-barang yang halal serta dilihat dari syarat sah dan manfaat daripada barang yang dijual belikan di Pasar Tradisional Sudimoro ini juga sangat bermanfaat.

2. Ditinjau dari Akad jual beli

Ada beberapa keterkaitan yang membuat akad jual beli dilarang yaitu yang berkaitan dengan objek jual belinya dan ada juga yang berkaitan dengan komitmen sebuah akad jual beli yang disepakati (al-Mushlih, 2008).

Yang berkaitan dengan tempat Akad, adalah sebagai berikut :

a. Tidak terpenuhinya syarat wajib adanya objek akad (tempat Akad),

Karena di pasar sudimoro adalah pasar yang masih tradisional dan hanya pasar lokal maka di Pasar Tradisional Sudimoro melakukan transaksi secara langsung dan sudah terpenuhi adanya penjual, adanya pembeli, adanya barang yang diperjual belikan dan adanya akad.

- b. Tidak terpenuhinya syarat dapat dimanfaatkan objek jual beli tersebut (secara *syar'i*), seperti jual beli bangkai, darah, dan najis, karena semua itu tidak dianggap sebagai barang yang bernilai.
- c. Tidak terpenuhinya syarat kepemilikan penuh atas objek akad oleh pihak yang menjual, seperti misalnya si penjual menjual milik orang lain tanpa seizinnya, atau tidak memiliki hak kuasa menjualnya.

Yang berkaitan dengan komitmen terhadap Akad jual belinya ada dua macam:

- a. Karena akad yang mengandung Riba.
- b. Karena akad yang mengandung kecurangan (*gharar*).

Untuk sebab-sebab lainnya yang paling kuat sehingga dilarangnya suatu jual beli adalah sebagai berikut : Objek jual beli yang haram, Riba, Kecurangan (*gharar*).

Jika melihat transaksi yang dilakukan di Pasar Tradisional Sudimoro belum bisa dikatakan sesuai dengan syarat akad jual beli karena salah satu faktor syarat akad seperti diatas tidak terpenuhi yaitu syarat yang berkaitan dengan komitmen akad jual beli.

3. Prinsip etika bisnis dalam pasar Islami

Dalam hal etika pasar Islami Islam telah mengatur prinsip prinsip dasar dalam pasar Islami (Aziz, 2013) yaitu :

- a. *Ar-Ridha*, yaitu segala transaksi yang dilakukan haruslah atas dasar kerelaan antara masing-masing pihak (*freedom contract*). Tetapi sejauh pengamatan peneliti di Pasar Tradisional Sudimoro belum terlihat adanya keridhaan, karena terkadang masih ada pembeli yang protes walaupun begitu mereka tetap membeli karena keterpaksaan hanya dipenjual tersebut yang masih ada stok barang yang hendak dibeli.
- b. *Persaingan sehat (fair competition)*. Mekanisme pasar akan terhambat bekerja jika terjadi penimbunan atau monopoli. Monopoli dapat diartikan, setiap barang yang penahanannya akan membahayakan konsumen atau orang banyak. Walaupun di Pasar Tradisional Sudimoro masih menjunjung nilai kekeluargaan dan persaudaraan tetapi dalam hal berbisnis mereka tentunya saling bersaing satu sama lain dan terkadang persaingan itu merugikan pedagang yang lain. Jadi persaingan di Pasar Tradisional Sudimoro ini belum sehat.
- c. *Kejujuran (honesty)*, kejujuran merupakan pilar yang sangat penting dalam Islam, sebab kejujuran adalah nama lain dari kebenaran itu sendiri. Islam melarang tegas kebohongan dan penipuan dalam bentuk apapun. Etika bisnis Islam dalam perdagangan memang dianjurkan bahkan sangat penting bagi para pelaku dagang untuk mencapai kesuksesan berdagang agar membawa keberkahan baik di dunia maupun di akhirat. Hasil observasi dan dokumentasi yang peneliti lakukan di Pasar Tradisional Sudimoro ini bahwa para pedagang di Pasar Tradisional Sudimoro ini memang belum bisa sepenuhnya menjalankan prinsip kejujuran tetapi pedagang di Pasar ini selalu berusaha memberikan rasa kejujuran dalam setiap transaksi jual beli mereka. Bukankah dalam hukum jual beli sudah jelas apa yang

dilarang dan jelas-jelas mengandung penipuan dalam jual beli seperti pada hadist Nabi SAW yang diriwayatkan Ahmad (Abidin, 2000) berikut:

عَنْ ابْنِ مَسْعُودٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : لَا تَشْتَرُوا السَّمَكَ فِي الْمَاءِ فَإِنَّهُ غَرْرٌ .

Artinya: “Dari Ibnu Mas’ud r.a., ia berkata, ‘Rasulullah bersabda,’
Janglah kamu membeli ikan di dalam air karena jual beli
semacam itu mengandung tipuan.”

Karena sistem jual beli yang dilakukan di Pasar Tradisional Sudimoro ini barang yang mereka jual di display di “*dasaran*” atau lapak maka pembeli akan melihat dan bisa memilih barang dagangan tersebut dan ini tidak menutup-nutupi dari barang yang dijual belikan. Sehingga tidak ada tipuan dalam hal produk yang dijualnya. Dan juga dalam hal menawarkan produk yang di jual, para pedagang di Pasar Tradisional Sudimoro juga sudah menerapkan sistem kejujuran dimana memberikan gambaran yang jelas tentang barang yang dijualnya dan tidak menyembunyikan cacat yang ada mengenai barang yang mereka jual. Jadi transaksi yang dilakukan di Pasar Tradisional Sudimoro sudah sesuai dengan prinsip kejujuran dalam syariah.

- d. *Keterbukaan (tranparancy)*, serta keadilan (*justice*). Pelaksanaan prinsip ini adalah transaksi yang dilakukan dituntut untuk berlaku benar dalam pengungkapan kehendak dan keadaan yang sesungguhnya. Dalam hal ini peneliti belum menemukan adanya keterbukaan antara pedagang kepada pembeli, memang mereka terbuka tentang kualitas barang misalnya jika ada barang yang rusak atau jelek mereka sampaikan kepada pembeli dan menawarkan barang yang lebih bagus kualitasnya. Tetapi dalam hal harga mereka belum bisa terbuka kepada pembeli, misalnya jika ada konsumen atau pembeli ingin membeli barang A yang seharusnya dikatakan oleh pedagang adalah “*barang ini harga kulakanya sekian, terserah anda mau membelinya dengan harga berapa*” tapi ini belum diterapkan oleh pedagang di Pasar Tradisional Sudimoro. Biasanya pedagang sudah mematok harga sendiri dan tidak memberitahukan keadaan yang sebenarnya kepada pembeli, mungkin ini juga adalah hak privasi dari para pedagang. Tetapi dalam penentuan harga untuk satu barang sering berubah-ubah dan tidak tentu, ini menjadi kebingungan tersendiri untuk para konsumen karena harga yang berubah dan cenderung tidak dijelaskan oleh pedagang alasan perubahan harga tersebut.

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari rangkaian penelusuran dan analisis yang telah dilakukan dalam aktivitas penelitian ini, melalui observasi, wawancara dan studi dokumentasi, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Jual beli yang dilakukan di Pasar Tradisional Kecamatan Pajangan ini sudah sesuai dengan jual beli Syariah karena dilihat dari syarat sah jual beli yaitu produk yang diperjual belikan adalah produk kebutuhan pokok seperti sembako, makanan jadi, sayuran, daging, ayam, tahu tempe, dan pakaian. Jadi produk tersebut produk yang halal dan tidak najis. Namun jika dilihat dari akad jual beli maka jual beli yang dilakukan di Pasar Tradisional Sudimoro belum bisa dikatakan sesuai dengan syarat akad jual beli karena salah satu faktor syarat akad tidak terpenuhi yaitu syarat yang berkaitan dengan komitmen akad jual beli. Di Pasar Tradisional Sudimoro ini masih ada pedagang yang curang, juga dalam menentukan harga seringkali tidak tentu.
2. Tinjauan Etika Bisnis Syariah terhadap praktek jual beli di Pasar Tradisional Sudimoro sudah menerapkan satu prinsip yaitu *Kejujuran* dimana para pedagang di Pasar Tradisional Sudimoro ini memberikan gambaran yang jelas tentang barang yang dijualnya dan tidak menyembunyikan cacat yang ada mengenai barang yang mereka jual, dan tiga prinsip yang belum sesuai dengan transaksi jual beli di Pasar Tradisional Sudimoro yaitu prinsip *Ar-Ridha*, di Pasar Tradisional Sudimoro belum terlihat adanya keridhaan, karena terkadang masih ada pembeli yang protes, *Persaingan sehat* di Pasar Tradisional Sudimoro masih terlihat adanya persaingan yang kurang sehat karena masih ada pedagang yang menjual dagangan dan merugikan pedagang lain, dan *Keterbukaan*, serta *keadilan* dimana pedagang di Pasar ini belum bisa terbuka kepada konsumen. Bukan terbuka hanya tentang barang tetapi harga yang ditawarkan masih ditutup-tutupi dan harga tersebut sering tidak tentu atau berubah-ubah tanpa menjelaskannya kepada konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, I. M. (2000). *Fiqih Mazhab Syafi'i*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- al-Muslih, S. a.-S. (2008). *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*. Jakarta: Darul Haq.
- Assauri, S. (2010). *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT. Rajagrafindu Persada.
- Assauri, S. (2010). *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT. Rajagrafindu Persada.
- Aziz, A. (2013). *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta.
- Azwar, S. (2005). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Basyir, A. A. (2000). *Asas-asas Hukum Muamalat (Hukum Perdata Islam)*. Yogyakarta: Anggota IKAPI.
- dkk, E. S. (2011). *Eksistensi Pasar Tradisional*. Yogyakarta: Balai Pelestarian Sejarah Dan Nilai Tradisional Yogyakarta.
- Evers, M. S.-D. (1985). *Kemiskinan Dan Kebutuhan Pokok*. Jakarta: CV. Rajawali.
- Fahmi, I. (2014). *Etika Bisnis (teori, kasus, dan solusi)*. Bandung: Alfabeta.
- Ghony, D. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: AR-Ruzz Media.
- Hakim, L. (2012). *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*. Jakarta: Erlangga.
- Haroen, N. (2000). *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Nedia Pratama.
- Keraf, A. S. (1998). *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Mannan, M. A. (1997). *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*. Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Prima Yasa.
- Meleong, L. J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdkarya.
- Muhammad. (2004). *Etika & Perlindungan Dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Muhammad. (2004). *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: UPP-AMP YKPN.
- Nawawi, I. (2012). *Fikih Muamalah Klasik Dan Kontemporer*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- P3EI. (2008). *Ekonomi Islam*. Jakarta: PTajagrafindu Persada.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metodologi Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Supardi. (2005). *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis*. Yogyakarta: UII Press Yogyakarta.
- Umar, H. (1996). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: rajagrafindu Persada.
- <http://www.alsofwah.or.id> diakses pada hari sabtu 13-02-2016, pukul 14.30 WIB.
- <http://www.npslawoffice.com> diakses hari sabtu 13-02-2016, pukul 14.45WIB.