

**ANALISIS PERILAKU EKONOMI PEDAGANG SAGU
DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
DI KECAMATAN MASAMBA**

Skripsi

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo*



Oleh:

ELVIRA ARISKAYANTI AMRAN

2104010020

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) PALOPO
2025**

**ANALISIS PERILAKU EKONOMI PEDAGANG SAGU
DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
DI KECAMATAN MASAMBA**

Skripsi

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo*



Oleh:

ELVIRA ARISKAYANTI AMRAN

2104010020

Pembimbing:

Hamida, S.E.Sy., M.E.Sy.

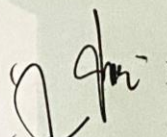
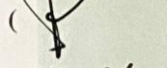
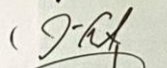
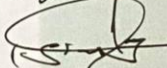
**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) PALOPO
2025**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Analisis Prilaku Ekonomi Pedagang Sagu dalam Perspektif Etika Bisnis Islam di Kecamatan Masamba yang ditulis oleh Elvira Ariskayanti Amran Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 2104010020, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Rabu, 27 Agustus 2025 Miladiyah bertepatan dengan 3 Safar 1447 Hijriah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

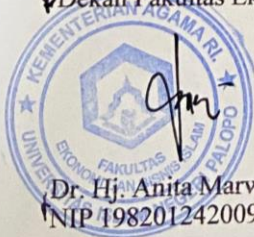
Palopo, 3 September 2025

TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I, M.H. I. | Ketua Sidang | () |
| 2. Ilham, S.Ag., M.A. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Muh. Abdi Imam, S.E., M.Si., Ak. CA | Penguji I | () |
| 4. Humaidi S, S.El., M.El. | Penguji II | () |
| 5. Hamida, S.E.Sy., M.E.Sy. | Pembimbing | () |

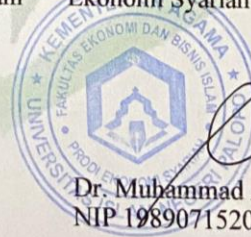
Mengetahui:

a.n. Rektor UIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.
NIP 198201242009012006

Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah



Dr. Muhammad Alwi, S.Sy., M.E.I.
NIP 198907152019081001

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Elvira Ariskayanti Amran

Nim : 2104010020

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri, bukan plagiasi ataupun duplikat dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya dan segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



Elvira Ariskayanti Amran
2104010020

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا
مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ (اما بعد)

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi yang berjudul “Analisis Perilaku Ekonomi Pedagang Sagu Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam di Kecamatan Masamba” dapat diselesaikan tepat pada waktunya.

Tujuan penulisan skripsi ini sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dalam bidang Ekonomi Syariah pada Universitas Islam Negeri (UIN) Palopo. Penulis telah berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan hasil yang terbaik dalam penulisan skripsi ini dan tidak mungkin terwujud tanpa adanya semangat, dorongan, bimbingan, dan bantuan hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada kedua orang tua tercinta Bapak Amran dan Ibu Sarwia, yang selalu menjadi sumber kekuatan dan inspirasi dalam hidup saya. Di setiap langkahku, ada doa-doa kalian yang diam diam mengetuk langit, ada peluh yang tak pernah kalian keluhkan, ada cinta yang tak pernah kalian pinta balasannya. Terima kasih atas setiap pengorbanan yang tak terucap, atas pelajaran hidup yang kalian tanamkan dengan sabar, dan atas cinta tanpa syarat yang menjadi pelita di setiap gelapku.

Skripsi ini adalah buah dari perjalanan panjang, yang tak mungkin kujalani tanpa restu dan dukungan kalian. Semoga Allah SWT senantiasa membalas segala kebaikan Bapak dan Ibu dengan limpahan rahmat dan keberkahan.

Selanjutnya penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yaitu:

1. Dr. Abbas Langaji, S.Ag., M.Ag selaku Rektor UIN Palopo; Dr. Munir Yusuf, M.Pd selaku Wakil Rektor Bagian Akademik dan Pengembangan; Dr. Masruddin, S.S., M. Hum. Selaku Wakil Rektor Bagian Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan; serta Dr. Takdir, S.H. MH. selaku Wakil Rektor Bagian Kemahasiswaan dan Kerjasama yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi ini, tempat penulis menimba ilmu pengetahuan.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Palopo, Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.; Wakil Dekan Bagian Akademik Ilham, S.Ag., MA.; Wakil Dekan Bagian Administrasi Umum Dr. Alia Lestari, S.Si., M.Si.; Wakil Dekan Bagian Kemahasiswaan dan Kerjasama Muhammad Ilyas, S.Ag., M.A.
3. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, Muhammad Alwi, S.Sy., M.E.I. dan Sekertaris Program Studi Ekonomi Syariah, Hardianti Yusuf, S.E.Sy., M.E. beserta jajaran staf yang telah memberikan motivasi serta mencurahkan perhatiannya dalam membimbing dan memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Dosen pembimbing, Ibu Hamida, S.E.Sy., M.E.Sy. yang telah bersedia dan

sabar dalam memberikan arahan, bimbingan, serta masukan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Penguji I, Muh. Abdi Imam, S.E., M.Si., Ak., C.A.. dan Penguji II Humaidi S., S.E., M.E. yang telah memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Ilham, S.Ag.,M.A. selaku dosen penasehat akademik yang senantiasa memberikan bimbingan dan semangat kepada penulis selama melaksanakan perkuliahan di UIN Palopo
7. Zainuddin S S.E., M.Ak selaku kepala unit perpustakaan beserta karyawan dan karyawan dalam ruang lingkup UIN Palopo, yang telah banyak membantu, khususnya dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen beserta seluruh staf pegawai UIN Palopo yang telah mendidik dan membantu penulis selama berada di UIN Palopo.
9. Saudari penulis Rahma Yanti Amran, terimakasih telah menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi dan selalu mensupport, mendukung dan menyemangati penulis sampai penyelesaian skripsi dan selalu menemani penulis dalam suka dan duka. Penulis ucapkan terimakasih untuk kakak ku tercinta.
10. Saudara penulis Hermawan Amran, penulis berterimakasih atas semua dukungan dan semangat untuk penulis selama ini untuk menyelesaikan skripsi dan selalu menemani penulis dalam suka dan duka, penulis ucapkan terimakasih kepada kakak tercinta

11. Penulis ucapkan terimakasih kepada M. Alfath atas segala dukungan dan dorongan selama penulis menyelesaikan skripsi dan telah menemani penulis dalam suka dan duka, penulis ucapkan terimakasih kepada M. Alfath tercinta

12. Sahabat penulis Alvina, Ayuni, Della, Lulu, Citra, Elfira yang telah menemani penulis melewati suka dan duka, memberikan support penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberi manfaat dan semoga usaha penulis bernilai ibadah di sisi Allah *Subahanahu Wata'ala*. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kekeliruan serta masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang bersifat membangun, penulis menerima dengan hati yang lapang dan ikhlas. Semoga skripsi ini menjadi salah satu wujud bakti penulis yang dapat memberikan manfaat bagi yang memerlukan serta bernilai ibadah di sisi-Nya *Aamiin Allahumma Aamiin*.

Palopo, Juli 2025

Elvira Ariskayanti Amran

PEDOMAN TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

Transliterasi adalah mengalihkan suatu tulisan ke dalam aksara misalnya, dari aksara Arab ke Aksara Latin. Berikut ini adalah surat keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1997 tentang Transliterasi Arab-Latin yang peneliti gunakan dalam penelitian skripsi ini.

1. *Konsonan*

Daftar huruf bahasa arab dan transliterasinya ke dalam huruf latin dapat dilihat dibawah ini:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ṡa'	Ṡ	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa'	Ḥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓ	Ẓ	Zet dengan titik di atas
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Ṣad	Ṣ	Es dengan titik di bawah
ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭ	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet dengan titik di bawah
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi

ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Min	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostof
ي	Ya'	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda diakritik atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda Vokal	Nama	Latin	Keterangan
اَ	<i>Fathah</i>	A	Á
اِ	<i>Kasrah</i>	I	Í
اُ	<i>Dammah</i>	U	Ú

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَي	<i>Fathah dan yā'</i>	Ai	a dan i
اُو	<i>Fathah dan wau</i>	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوْلَ : *hauula*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ اِ اُ	<i>fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>yā</i>	<i>ā</i>	a dan garis di atas
إِ	<i>kasrah</i> dan <i>yā'</i>	<i>ī</i>	i dan garis di atas
و	<i>ḍammah</i> dan <i>wau</i>	<i>ū</i>	u dan garis di atas

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *rāmā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

4. *Tā marbūtah*

Transliterasi untuk *tā' marbūtah* ada dua, yaitu *tā' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. sedangkan *tā' marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha [h].

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	: <i>raudah al-atfāl</i>
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ	: <i>al-madīnah al-fādilah</i>
الْحِكْمَةُ	: <i>al-hikmah</i>

5. Syaddah (*Tasydīd*)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ـّـ, dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا	: <i>rabbanā</i>
نَجَّيْنَا	: <i>najjainā</i>
الْحَقُّ	: <i>al-haqq</i>
نُعِمْ	: <i>nu'ima</i>
عَدُوُّ	: <i>'aduwwun</i>

Jika huruf *kasrah* (ـِ) ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ـِ) aka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

عَلِيٌّ	: 'Alī (bukan 'Aliyy atau A'ly)
عَرَبِيٌّ	: 'Arabī (bukan A'rabiyy atau 'Arabiy)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *alif lam ma'rifah* (ال). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi

seperti biasa , al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsi yah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalزالah</i> (bukan <i>az-zalزالah</i>)
الْفَلْسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ	: <i>ta'murūna</i>
النَّوْعُ	: <i>al-nau'</i>
شَيْءٌ	: <i>syai'un</i>
أُمِرْتُ	: <i>umirtu</i>

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya,

kata Al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Syarh al-Arba'īn al-Nawāwī

Risālah fī Ri'āyah al-Maslahah

9. *Lafz al-Jalālah*

Kata “Allah swt.” yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāfilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

بِاللّٰهِ : *billāh*

دِيْنُ اللّٰهِ : *dīnullāh*

Adapun *tā' marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, diteransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللّٰهِ *hum fī rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri

didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān

Nasīr al-Dīn al-Tūsī

Nasr Hāmid Abū Zayd

Al-Tūfī

Al-Maslahah fī al-Tasyrī' al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muh}ammad Ibnu) Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid (bukan, Zaīd, Nasr Hāmid Abū)

11. Singkatan

Swt.	: <i>Subhanahu wa ta 'ala</i>
Saw.	: <i>SallAllah swt.u 'alaihi wa sallam</i>
as	: <i>'alaihi al-salam</i>
ra	: <i>RadiAllah swt.u 'anha</i>
H	: Hijriyah
M	: Masehi
No.	: Nomor
Vol	: Volume
QS.	: Qur'an Surah
HR	: Hadist Riwayat

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERYANTAAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PRAKATA	v
PEDOMAN TRANSLITER ARAB DAN SINGKATAN	ix
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR KUTIPAN AYAT.....	xix
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
ABSTRAK.....	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah.....	8
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN TEORI	11
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan	11
B. Landasan Teori.....	15
1. Etika Bisnis Islam.....	15
2. Perilaku Konsumen dan Produsen dalam Islam	26
3. Perilaku Sosial Ekonomi dalam Islam	33
4. Teori Integratif	34
C. Kerangka Pikir	36
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	38
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	39
C. Informan Penelitian	39
D. Fokus Penelitian.....	40
E. Sumber Data.....	41
F. Teknik Pengumpulan Data	41
G. Teknik Keabsahan Data.....	43
H. Teknik Analisis Data	44
BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA	44
A. Deskripsi Data	44

B. Pembahasan	68
BAB V PENUTUP	80
A. Simpulan	80
B. Saran	81

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR KUTIPAN AYAT

Kutipan Ayat 1	QS. Al-Mutaffifin/83:1-3.....	3
Kutipan Ayat 2	QS. Al-Isra/17:35	4
Kutipan Ayat 3	QS. Al-Baqarah/2:29	17
Kutipan Ayat 4	QS. Al-An'am/6:152	18
Kutipan Ayat 5	QS. Al-Nisa/4:29.....	21
Kutipan Ayat 6	QS. Al- Baqarah/2:168	30
Kutipan Ayat 7	QS. Al-A'raf /7:31.....	30
Kutipan Ayat 8	QS. Al-Hasyr /59:7.....	33
Kutipan Ayat 9	QS. Al-Mu'minun/23:8	74
Kutipan Ayat 10	QS. An-Nahl/16: 90.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Data Jumlah Penduduk Kecamatan Masamba	46
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian	36
Gambar 4.1 Peta Wilayah Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Pedoman Wawancara.....	87
Lampiran 2	Dokumentasi.....	104

ABSTRAK

Elvira Ariskayanti Amran, 2025. *“Analisis Perilaku Ekonomi Pedagang Sagu Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam di Kecamatan Masamba”*. Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Palopo Universitas Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Hamida.

Penelitian ini membahas terkait analisis perilaku ekonomi pedagang sagu dalam perspektif etika bisnis islam di Kecamatan Masamba. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku jual beli sagu yang dilakukan pedagang sagu ditinjau dari etika bisnis Islam.

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif. Jenis sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder dengan menggunakan instrument observasi, wawancara, dan dokumentasi. Alat yang digunakan mengambil data dalam penelitian ini ialah telepon seluler, kamera, dan pedoman wawancara. Teknik analisis data yang digunakan adalah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Motivasi pedagang sagu dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain keterwarisan usaha dari keluarga, keterbatasan lapangan kerja, fleksibilitas waktu kerja, kemudahan memperoleh bahan baku dari wilayah sekitar, serta permintaan pasar yang terus meningkat, baik dari dalam maupun luar daerah. 2) Para pedagang sagu secara umum telah menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam kegiatan perdagangan mereka, meskipun tidak memahami konsep tersebut secara teoritis atau akademis. 3) Praktik jual beli sagu oleh pedagang di Kecamatan Masamba telah mencerminkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, antara lain: jujur, amanah, adil, tidak menipu, niat karena allah, dan tanggung jawab sosial.

Kata Kunci: Perilaku Ekonomi, Etika Bisnis Islam

ABSTRACT

Elvira Ariskayanti Amran, 2025. *“Analysis of the Economic Behavior of Sago Traders in the Perspective of Islamic Business Ethics in Masamba District”*. Thesis of the Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, UIN Palopo, State Islamic University of Palopo. Supervised by Hamida.

This study discusses the analysis of the economic behavior of sago traders from the perspective of Islamic business ethics in Masamba District. This study aims to analyze the buying and selling behavior of sago traders from the perspective of Islamic business ethics.

This study employed a qualitative approach. The data sources used were primary and secondary data, using observation, interviews, and documentation as instruments. The tools used for data collection in this study were a mobile phone, a camera, and an interview guide. The data analysis techniques employed were data collection, data reduction, data presentation, and conclusion drawing.

The results of this study indicate that: 1) Sago traders' motivations are influenced by various factors, including family inheritance, limited employment opportunities, flexible working hours, easy access to raw materials from the surrounding area, and increasing market demand, both domestically and internationally. 2) Sago traders generally apply Islamic business ethics values in their trading activities, despite not having a theoretical or academic understanding of the concept. 3) The practice of buying and selling sago by traders in Masamba District reflects the principles of Islamic business ethics, including: honesty, trustworthiness, fairness, not cheating, intentions for the sake of Allah, and social responsibility.

Keywords: *Economic Behavior, Islamic Business Ethics*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki ketahanan pangan yang kurang stabil, ketergantungan bangsa Indonesia untuk beras sangat tinggi, sehingga ketika kebutuhan beras dalam negeri tidak tercukupi, maka Indonesia harus mengimpor beras. Impor beras sangat beresiko tinggi. Dalam kaitan dengan itu maka program diversifikasi pangan terus dilakukan oleh pemerintah. Salah satu tanaman yang berpotensi yaitu tanaman sagu (*Metroxylon sp.*) merupakan salah satu tanaman penghasil karbohidrat yang paling potensial dan mendukung program ketahanan pangan Indonesia.¹

Sagu memiliki potensi yang paling besar untuk digunakan sebagai alternatif sumber karbohidrat. Sagu merupakan tanaman asli Indonesia yang mempunyai potensi besar sebagai penyuplai kebutuhan karbohidrat Indonesia sebagai pengganti beras. Potensinya yang besar juga berlaku sebagai sumber pakan ternak, sumber bahan pangan industri, dan sumber energi. Pohon sagu yang menghasilkan sagu merupakan salah satu bahan pangan utama (*staple food*) bagi sebagian masyarakat di Indonesia seperti Papua, Maluku, Sulawesi Selatan, Sulawesi Tengah, Sulawesi Tenggara dan Mentawai di Sumatera Barat.²

¹Yohanes Latumahina, "Analisis Margin Pemasaran Produk Sagu (Studi Kasus Bioindustri Sawa) Di Negeri Waraka Kabupaten Maluku Tengah," *Agrilan* 9 No 1 (2021): 32–44.

²Syusantie Sylfia Sairdama et al., "Analisis Pendapatan Pedagang Pati/Tepung Sagu Pada Pasar Sental Kalibobo Dan Pasar Karang Tumaritis Di Distrik Nabire Kabupaten Nabire," *Jurnal Cakrawala Ilmiah* 2, no. 10 (2023): 3975–82, <https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalailmiah.v2i10.5887>.

Kebutuhan akan pati/tepung sagu di tingkat nasional dan internasional mengalami peningkatan yang cukup besar antara lain untuk kebutuhan industri pangan maupun energi (bioetanol). Kondisi seperti ini akan sangat menguntungkan usaha agroindustri sagu di Indonesia. Pengembangan usaha sagu dilakukan karena sagu memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan tanaman pangan lainnya. Pohon sagu berpotensi dan menghasilkan produksi yang sangat tinggi. Tepung sagu adalah pati/tepung yang diperoleh dari pengolahan empelur pohon sagu. Produk-produk makanan sagu tradisional dikenal dengan nama papeda, sagu lempeng, sagu tutupala, sagu uha, sinoli, bagea, dan sebagainya. Sagu juga digunakan untuk bahan pangan yang lebih komersial seperti roti, biskuit, mie, sohun, kerupuk, bihun, dan sebagainya.³

Sagu tidak hanya berperan sebagai komoditas pangan utama, tetapi juga menjadi sumber mata pencaharian bagi para pelaku usaha perdagangan. Namun demikian, dalam praktik jual beli sagu, sering muncul permasalahan yang berkaitan dengan kejujuran dalam proses penimbangan, mutu produk, serta keterbukaan dalam penetapan harga. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji perilaku pedagang dalam menjalankan aktivitas usahanya, khususnya melalui pendekatan etika bisnis Islam yang mengedepankan prinsip kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial.

Dalam kehidupan sehari-hari, setiap individu memiliki berbagai macam kebutuhan, baik kebutuhan primer maupun kebutuhan sekunder. Namun demikian, tidak semua individu mampu memenuhi seluruh kebutuhannya secara

³Syusantie Sylfia Sairdama et al., “Analisis Pendapatan Pedagang Pati/Tepung Sagu Pada Pasar Sental Kalibobo Dan Pasar Karang Tumaritis Di Distrik Nabire Kabupaten Nabire,” *Jurnal Cakrawala Ilmiah* 2, no. 10 (2023): 3975–82.

mandiri. Oleh karena itu, interaksi ekonomi antaranggota masyarakat, seperti kegiatan jual beli, menjadi sarana untuk saling memenuhi kebutuhan tersebut. Umumnya, barang-barang kebutuhan tersebut tersedia di pasar dan diperjualbelikan secara bebas. Dalam perspektif ajaran Islam, praktik jual beli diperbolehkan selama objek transaksi bukanlah barang yang diharamkan, seperti daging babi, minuman beralkohol, dan komoditas lain yang secara jelas dilarang oleh syariat.⁴ Allah swt menciptakan manusia dengan saling membutuhkan bantuan satu sama lain, pada hakikatnya manusia memiliki sifat sebagai makhluk sosial yang memerlukan bantuan orang lain untuk mempertahankan hidupnya. Interaksi manusia sebagai makhluk sosial ini dikenal sebagai muamalah.⁵

Etika bisnis Islam memberikan pedoman yang jelas tentang bagaimana muamalah khususnya dalam kegiatan ekonomi yang seharusnya dilakukan dengan mempertimbangkan aspek moral dan keadilan.⁶ Dalam Al-Quran dan Hadits, terdapat banyak ajaran yang mengatur etika dalam perdagangan, seperti larangan menipu, kecurangan dalam timbangan, dan anjuran untuk berlaku jujur, seperti yang disebutkan dalam QS. Al-Mutaffifin/83:1-3 sebagai berikut:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ۝ ١ الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ۖ ٢ وَإِذَا كَالُواهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ۚ ٣

Terjemahnya:

“Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan

⁴Fasiha, “The Effect of Product and Service Quality on Consumer Loyalty at Palopo Minimarkets,” *IKONOMIKA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 7, no. 2 (2022): 177–92, <https://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/ikonomika>.

⁵Muspita Sari, Suriah Pebriyani Jasmin, and Hardianti Yusuf, “Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Dengan Hadiah,” *Al-Kharaj* 3, no. 2 (2024): 130–49.

⁶Abrar Za, “Etika Transaksi Bisnis Perspektif Islam (Penerapan Di Lembaga Keuangan Syari ’ Ah),” *Jurnal Ekonomi, Perbankan Dan Manajemen Syariah* 6, no. 1 (2024): 1–13.

apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi".⁷

Ayat ini memberikan peringatan keras bagi orang-orang yang berlaku curang dalam timbangan dan takaran. Kata "kecelakaan besar" (ويل, *wail*) menunjukkan ancaman hukuman yang sangat berat. Ini menunjukkan betapa seriusnya dosa kecurangan dalam perdagangan. Orang yang curang digambarkan sebagai mereka yang meminta haknya secara penuh ketika menerima takaran atau timbangan dari orang lain, tetapi mengurangi hak orang lain saat mereka menakar atau menimbang untuk orang lain. Ini menunjukkan sifat egois dan tidak adil, di mana mereka ingin hak mereka terpenuhi secara sempurna, namun tidak berlaku adil kepada orang lain.

Demikian pula dalam QS. Al-Isra/17:35 sebagai berikut:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزَنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ٣٥

Terjemahnya:

“Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya”.⁸

Ayat ini mengajarkan tentang pentingnya kejujuran, keadilan, dan integritas dalam transaksi. Dengan menyempurnakan takaran dan timbangan serta menggunakan neraca yang benar, seseorang tidak hanya berbuat baik kepada sesama, tetapi juga mendapatkan keberkahan dan kebaikan di dunia dan akhirat. Penjual juga harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan

⁷Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya* (Bandung: Syamil, 2020).

⁸Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya* (Bandung: Syamil, 2020)

pelanggannya agar dapat melakukan perbaikan dan inovasi yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan setelah bertransaksi.⁹

Penerapan prinsip-prinsip etika bisnis memiliki relevansi yang tinggi dalam aktivitas perdagangan sagu di Kecamatan Masamba, mengingat sagu merupakan salah satu komoditas pangan utama yang berperan penting dalam menopang perekonomian masyarakat setempat. Para pedagang sagu menjalankan usahanya di berbagai lokasi, seperti pasar tradisional maupun di sepanjang jalan, dengan menerapkan berbagai strategi untuk menarik minat konsumen. Namun demikian, dalam pelaksanaannya masih dijumpai sejumlah permasalahan yang mencerminkan perilaku pedagang yang belum sepenuhnya sejalan dengan nilai-nilai etika bisnis yang ideal.

Berdasarkan hasil pengamatan diketahui bahwa sebagian pedagang sagu di Kecamatan Masamba belum sepenuhnya menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam kegiatan perdagangannya, ditemukan adanya praktik yang tidak etis, seperti pengurangan takaran sagu dari ukuran yang seharusnya demi memperoleh keuntungan yang lebih besar. Di sisi lain, terdapat pula pedagang yang telah mengedepankan nilai-nilai kejujuran dan keadilan sesuai ajaran etika bisnis Islam. Namun demikian, keberadaan praktik pengurangan takaran ini menimbulkan pertanyaan sejauh mana pemahaman dan implementasi etika bisnis Islam benar-benar dijalankan oleh para pedagang sagu di wilayah ini.

⁹Fasiha Fasiha, Nurfadilah Nurfadilah, and Mineliani Putri Daming, "Analysis of Differences in Customer Satisfaction in Courier Service Business in Palopo City," *Dinamis : Journal of Islamic Management and Bussiness* 4, no. 1 (2022): 70–76, <https://doi.org/10.24256/dinamis.v4i2.3419>.

Dari sisi konsumen, yang berjumlah lima orang dalam penelitian ini, terdapat keluhan terkait ketidaksesuaian antara harga dan takaran sagu yang diterima. Beberapa konsumen mengungkapkan bahwa meskipun harga sagu mengalami kenaikan, berat atau takaran yang diberikan justru berkurang. Kondisi ini menimbulkan rasa ketidakpuasan dan menunjukkan masih adanya praktik yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam, khususnya terkait kejujuran, keadilan, dan transparansi dalam perdagangan. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk menganalisis perilaku pedagang sagu dalam perspektif etika bisnis Islam, guna menilai sejauh mana prinsip-prinsip tersebut telah dijalankan serta merumuskan solusi agar praktik perdagangan yang lebih adil dan beretika dapat diterapkan di Kecamatan Masamba.

Dalam ranah penelitian tentang etika bisnis Islam, sebagian besar kajian yang tersedia cenderung terfokus pada sektor perdagangan umum dan industri berskala besar. Sementara itu, studi yang secara khusus menelaah perilaku pedagang sagu dalam kerangka etika bisnis Islam masih sangat terbatas. Penelitian yang ada umumnya membahas praktik perdagangan tradisional secara luas, namun belum banyak yang mengupas secara mendalam penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam, seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab, dalam konteks perdagangan sagu, khususnya di wilayah Kecamatan Masamba. Selain itu, belum banyak penelitian yang menyoroti faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan pedagang terhadap prinsip etika bisnis Islam, baik dari aspek pemahaman agama, lingkungan bisnis, maupun tekanan pasar. Studi yang ada juga masih kurang dalam mengidentifikasi tantangan spesifik yang dihadapi pedagang sagu dalam

menerapkan etika bisnis Islam, seperti persaingan harga, akses modal, serta kesadaran terhadap hukum Islam dalam perdagangan. Lebih lanjut, belum ditemukan kajian yang secara kontekstual menggunakan pendekatan studi kasus di Kecamatan Masamba, sehingga penelitian ini diharapkan dapat mengisi kesenjangan tersebut dengan memberikan analisis berbasis data empiris dari pedagang sagu di wilayah tersebut. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam memperkaya literatur terkait etika bisnis Islam dalam perdagangan sagu serta memberikan rekomendasi yang lebih aplikatif bagi para pelaku usaha dan pemangku kepentingan terkait.

Penelitian ini memiliki urgensi yang tinggi, mengingat sagu merupakan salah satu komoditas strategis yang menopang ketahanan pangan sekaligus menjadi sumber penghidupan masyarakat di Kecamatan Masamba. Melalui analisis terhadap perilaku ekonomi pedagang sagu dalam perspektif etika bisnis Islam, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai sejauh mana nilai-nilai kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab diterapkan dalam praktik perdagangan lokal. Temuan penelitian ini dapat memberikan kontribusi nyata terhadap penguatan ekonomi lokal, khususnya melalui pengembangan praktik bisnis yang berlandaskan nilai-nilai etis dan religius. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan penting bagi pihak terkait, seperti pemerintah daerah, lembaga keagamaan, dan instansi pembinaan usaha, dalam merancang program pembinaan dan pengawasan terhadap pelaku usaha agar tercipta ekosistem perdagangan yang adil, transparan, dan berkelanjutan.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk meneliti “Analisis Perilaku Ekonomi Pedagang Sagu dalam Perspektif Etika Bisnis Islam di Kecamatan Masamba”.

B. Batasan Penelitian

Agar penelitian yang dilakukan lebih fokus dan terarah, maka perlu adanya batasan dalam penelitian ini. Dilihat dari luasnya lokasi objek penelitian, oleh karena itu penulis membatasi dengan hanya yang berkaitan dengan Analisis Perilaku Ekonomi Pedagang Sagu dalam Perspektif Etika Bisnis Islam di Kec. Masamba.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apa saja faktor-faktor yang memotivasi pelaku ekonomi pedagang sagu di Kecamatan Masamba?
2. Bagaimana pemahaman pedagang sagu terhadap etika bisnis Islam?
3. Bagaimana perilaku jual beli sagu yang dilakukan pedagang sagu ditinjau dari etika bisnis Islam?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Mengeksplorasi faktor-faktor yang memotivasi pelaku ekonomi pedagang sagu di Kecamatan Masamba.
2. Menganalisis pemahaman pedagang sagu terhadap etika bisnis Islam.
3. Menganalisis perilaku jual beli sagu yang dilakukan pedagang sagu ditinjau dari etika bisnis Islam.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoretis, penelitian ini dapat memperkuat teori etika bisnis Islam dalam konteks perdagangan tradisional. Analisis empiris terhadap perilaku pedagang sagu diharapkan dapat memberikan bukti empiris yang relevan dengan teori yang ada.

2. Manfaat Praktis

- a. Memberikan wawasan bagi pedagang sagu di Kecamatan Masamba tentang pentingnya menerapkan etika bisnis Islam. Dengan memahami prinsip kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab sosial, diharapkan perilaku pedagang dapat berubah menjadi lebih etis dan berkeadilan.
- b. Membantu konsumen untuk lebih kritis dalam memilih produk dan pedagang yang beretika. Dengan adanya penelitian ini, konsumen diharapkan lebih sadar akan hak-haknya dalam transaksi jual beli yang sesuai dengan ajaran Islam.
- c. Penelitian ini juga bermanfaat bagi pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan yang mendukung perdagangan yang beretika. Hasil penelitian dapat menjadi masukan untuk membuat regulasi yang melindungi konsumen dan mendorong perdagangan yang adil dan transparan.
- d. Selain itu, penelitian ini bermanfaat bagi akademisi dan peneliti sebagai referensi dalam mengembangkan studi etika bisnis Islam di sektor perdagangan tradisional. Dengan menambah literatur tentang perilaku pedagang sagu, diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu ekonomi Islam.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Beberapa penelitian terdahulu terkait Perilaku Pedagang Sagu dalam Perspektif Etika Bisnis Islam:

1. Penelitian Sermaf yang berjudul Strategi Pemasaran Sagu dalam Meningkatkan Potensi Pasar Perspektif Manajemen Bisnis Syariah. Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif deskriptif. Dari penelitian ini diperoleh hasil bahwa penerapan strategi yang digunakan oleh pengusaha sagu adalah menjadikan pasar sebagai tempat menjual usaha sagu mereka dan juga ada beberapa penjual sagu yang menggunakan media sosial sebagai tempat promosi dan karena pengetahuan dari masyarakat atau konsumen sagu banyak yang sudah mengetahui tempat goni atau rumah pengusaha sagu tersebut dari mulut ke mulut sehingga konsumen langsung membeli sagu di goni atau memesan sagu melalui telpon. Usaha sagu di Dusun Hurnala berupa tumang, sagu lempeng, dan sagu gula. Strategi pemasaran sagu perspektif bisnis syariah yang dilakukan oleh penjual sagu di Dusun Hurnala menerapkan strategi pemasaran yang mencontoh praktik pemasaran dan sifat Nabi Muhammad saw, yaitu Siddiq (jujur, benar), Amanah (Dapat Dipercaya), Fathanah (Cerdas), dan Tabligh (komunikatif).¹⁰

¹⁰Nur Jihan Fahira Hasan Sermaf, "Strategi Pemasaran Sagu Dalam Meningkatkan Potensi Pasar Perspektif Manajemen Bisnis Syariah," *Amal: Jurnal Ekonomi Syariah* 4, no. 02 (2023): 61–78, <https://doi.org/10.33477/eksy.v4i02.4017>.

Persamaan penelitian: Kedua penelitian tersebut memiliki persamaan dalam objek penelitian, yaitu sama-sama berfokus pada perdagangan sagu. Selain itu, keduanya menggunakan perspektif bisnis Islam dalam menganalisis praktik yang dilakukan oleh pedagang atau pengusaha sagu. Dari segi metodologi, kedua penelitian ini juga menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menggambarkan fenomena yang terjadi di lapangan.

Meskipun memiliki beberapa persamaan, terdapat pula perbedaan yang signifikan antara kedua penelitian ini. Penelitian ini berfokus pada analisis perilaku pedagang sagu dari sudut pandang etika bisnis Islam, yakni dengan mengeksplorasi bagaimana perilaku mereka dalam menjalankan bisnis sesuai dengan prinsip-prinsip etika Islam. Sementara itu, penelitian Sermaf lebih menitikberatkan pada strategi pemasaran sagu untuk meningkatkan potensi pasar dengan menggunakan pendekatan manajemen bisnis syariah, yang meliputi penggunaan pasar fisik dan media sosial sebagai alat promosi. Perbedaan lainnya terlihat pada hasil penelitian dan aspek yang dianalisis. Penelitian ini diharapkan memberikan wawasan tentang perilaku etis pedagang sagu dalam berbisnis menurut etika bisnis Islam, sedangkan penelitian Sermaf menemukan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan mencontoh sifat-sifat Nabi Muhammad SAW, yaitu Siddiq (jujur), Amanah (dapat dipercaya), Fathanah (cerdas), dan Tabligh (komunikatif).

2. Penelitian Munawaroh yang berjudul Analisis Perilaku Pedagang Grosir Pakaian di Pasar Pagi Samarinda dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif deskriptif. Hasil

yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang di Pasar Pagi Samarinda sudah baik dalam hal keramahan, kualitas barang/produk, penepatan janji, pelayanan, dan persaingan sesama pedagang. Meskipun masih terdapat pedagang yang melakukan penyimpangan dalam berdagang. Sedangkan Perilaku pedagang grosir pakaian di pasar Pagi Samarinda dilihat dari lima prinsip etika bisnis dalam Islam, yaitu pada prinsip kesatuan (tauhid), prinsip keseimbangan (keadilan), prinsip kehendak bebas (*free will*), prinsip tanggungjawab (*responsibility*), dan prinsip kebajikan (ihsan) menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang memegang kelima prinsip diatas. Walaupun masih beberapa pedagang yang tidak memegang prinsip tersebut, namun sebagian besar pedagang telah melakukan perdagangan sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam.¹¹

Persamaan antara penelitian tentang Analisis Perilaku Pedagang Sagu dalam Perspektif Etika Bisnis Islam di Kecamatan Masamba dan penelitian Munawaroh yang berjudul Analisis Perilaku Pedagang Grosir Pakaian di Pasar Pagi Samarinda dalam Perspektif Etika Bisnis Islam terletak pada fokus kajian yang sama, yaitu menganalisis perilaku pedagang dalam konteks etika bisnis Islam. Kedua penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengeksplorasi perilaku pedagang berdasarkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, seperti prinsip kesatuan

¹¹Mahmudhatul Munawaroh, Muhammad Iswadi, and Yusran Yusran, "Analisis Perilaku Pedagang Grosir Pakaian Di Pasar Pagi Samarinda Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam," *Borneo Islamic Finance and Economics Journal* 2, no. 1 (2023): 109–22, <https://doi.org/10.21093/bifej.v0i0.4777>.

(*tauhid*), keseimbangan (keadilan), kehendak bebas (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*), dan kebajikan (*ihsan*).

Perbedaannya terletak pada objek kajian, di mana penelitian pertama memfokuskan pada perilaku pedagang sagu di Kecamatan Masamba, sedangkan penelitian Munawaroh memfokuskan pada pedagang grosir pakaian di Pasar Pagi Samarinda. Selain itu, perbedaan lain terlihat pada temuan penelitian; penelitian Munawaroh menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang grosir pakaian sudah memegang prinsip etika bisnis Islam meskipun masih ada yang melakukan penyimpangan, sedangkan hasil penelitian pada pedagang sagu di Kecamatan Masamba masih perlu dianalisis lebih lanjut untuk mengetahui penerapan prinsip-prinsip tersebut dalam praktik sehari-hari.

3. Penelitian Umuri yang berjudul Analisis Perilaku Pedagang Kaki Lima Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam. Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku pedagang makanan jajanan di Kota Banda Aceh telah sesuai dengan etika bisnis Islam, seperti perilaku religius (*tauhid*), keseimbangan (*'adl*), kehendak bebas (*ikhtiyār*), tanggung jawab (*farḍ*), dan kebajikan (*iḥsān*).¹²

Persamaan antara penelitian tentang Analisis Perilaku Pedagang Sagu dalam Perspektif Etika Bisnis Islam di Kecamatan Masamba dan penelitian Umuri yang berjudul Analisis Perilaku Pedagang Kaki Lima Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam terletak pada fokus kajian yang sama, yaitu

¹²Khairil Umuri and Azharsyah Ibrahim, "Analisis Perilaku Pedagang Kaki Lima Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam," *Jurnal Iqtisaduna* 6, no. 2 (2020): 187–97.

menganalisis perilaku pedagang berdasarkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Kedua penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk mengkaji perilaku pedagang dalam perspektif prinsip-prinsip etika bisnis Islam, seperti perilaku religius (tawḥid), keseimbangan (‘adl), kehendak bebas (ikhtiyār), tanggung jawab (farḍ), dan kebajikan (iḥsān).

Perbedaannya terletak pada objek kajian, di mana penelitian pertama memfokuskan pada perilaku pedagang sagu di Kecamatan Masamba, sedangkan penelitian Umuri memfokuskan pada pedagang kaki lima yang menjual makanan jajanan di Kota Banda Aceh. Selain itu, hasil penelitian Umuri menunjukkan bahwa perilaku pedagang makanan jajanan di Kota Banda Aceh secara umum sudah sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, sedangkan hasil penelitian pada pedagang sagu di Kecamatan Masamba masih perlu dianalisis lebih lanjut.

B. Landasan Teori

1. Etika Bisnis Islam

a. Pengertian etika bisnis Islam

Definisi etika bisnis Islam adalah ilmu yang mempelajari tentang baik dan buruk berkenaan dengan produk atau pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan. Artinya, etika bisnis Islam merupakan landasan perilaku manusia yang dijadikan pedoman dalam suatu kebiasaan atau. Secara sederhana mempelajari etika bisnis Islam berarti mempelajari tentang mana yang baik dan buruk, serta benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan kepada prinsip-prinsip moralitas dalam islam sesuai

dengan al-Qur'an dan Hadist.¹³ Etika bisnis Islam merupakan aktivitas bisnis yang berbasis pada aturan-aturan ilahiah dan bertujuan untuk selalu mengingat Allah dalam rangka beribadah dan menghasilkan maslahat tidak hanya bagi dirinya sendiri maupun orang lain, serta menjauhkan berbagai tindakan-tindakan yang merugikan orang lain.¹⁴

Berdasarkan pengertian di atas dapat dipahami bahwa etika bisnis Islam atau etika bisnis dalam Islam ialah ilmu yang membahas perihal usaha ekonomi khususnya perdagangan dari sudut pandang baik dan buruk serta salah dan benar menurut standar Islam.

b. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

Prinsip etika bisnis Islam merupakan karakter bisnis yang digunakan untuk menentukan sukses tidaknya sebuah bisnis yang dijalankan atau dimiliki pebisnis apalagi pebisnis muslim yang menghendaki kesuksesan dalam berbisnis. Prinsip-prinsip umum etika bisnis, yaitu:¹⁵

1) Kesatuan (Tauhid)

Konsep kesatuan (tauhid) merupakan sumber utama etika Islam yang menunjukkan hubungan dimensi vertikal antara manusia dengan Tuhannya, yang berarti bahwa Allah SWT sebagai Tuhan Yang Maha Esa menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah dimuka bumi untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya.

¹³Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2017).

¹⁴Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Al-Karim Dan Terjemahannya Dengan Transliterasi* (Semarang: Karya Toha Putra, 2018).

¹⁵Fakhry Zamzam and Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan* (Sleman: Deepublish Publisher, 2020).

Sebagaimana firman Allah SWT, dalam QS. Al-Baqarah/2:29 sebagai berikut:

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ اسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَوَاتٍ ۚ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ۝ ٢٩

Terjemahnya:

*“Dialah Allah, yang menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu dan Dia berkehendak (menciptakan) langit, lalu dijadikan-Nya tujuh langit. Dan Dia Maha Mengetahui segala sesuatu”.*¹⁶

Tauhid menjadi dasar sekaligus motivasi untuk menjamin kelangsungan hidup, kecukupan, kekuasaan dan kehormatan manusia yang telah didesain oleh Allah untuk menjadi makhluk yang dimuliakan. Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa dari konsep tauhid memadukan/menggabungkan aspek religius, dengan aspek-aspek lainnya. Misalnya dalam aspek ekonomi yang akan mendorong manusia ke dalam suatu keutuhan yang selaras, konsisten dalam dirinya, dan selalu merasa diawasi oleh Tuhan. Dalam konsep ini akan menimbulkan perasaan dalam diri manusia bahwa ia akan merasa direkam segala aktivitas kehidupannya, termasuk dalam aktivitas ekonomi. Karena Allah SWT mempunyai sifat Raqib (Maha Mengawasi) atas seluruh gerak langkah aktivitas kehidupan makhluk ciptaan-Nya.

Penerapan konsep ini, maka pengusaha muslim dalam melakukan aktivitas bisnisnya tidak akan melakukan paling tidak tiga hal sebagai berikut: Pertama, menghindari adanya diskriminasi terhadap pekerja, pemasok, pembeli atau siapa pun atas dasar pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin, atau agama, dalam

¹⁶Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya Dengan Transliterasi* (Semarang: Karya Toha Putra, 2018)

hal ini menganggap konsumen sama tanpa adanya pembeda. Kedua, Allah-lah yang paling ditakuti dan dicintai, hal ini dimaksudkan agar para pelaku bisnis selalu mengingat perintah dan menjauhi larangan Allah Swt. Ketiga, menghindari terjadinya praktek-praktek kotor bisnis, hal ini dimaksudkan dalam berdagang menjualkan barang yang tidak dilarang agama.

2) Keseimbangan (Keadilan/Equilibrium)

Keadilan adalah suatu masalah yang sangat sulit diterapkan, mudah dikatakan tetapi sulit dilaksanakan. Konsep keadilan ekonomi dalam Islam mengharuskan setiap orang mendapatkan haknya dan tidak mengambil hak atau bagian orang lain. Keadilan/keseimbangan adalah menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam, dan berhubungan dengan harmoni segala sesuatu di alam semesta. Prinsip kedua ini lebih menggambarkan dimensi kehidupan pribadi yang bersifat horizontal. Hal itu disebabkan karena lebih banyak berhubungan dengan sesama. Prinsip keseimbangan (Equilibrium) yang berisikan ajaran keadilan merupakan salah satu prinsip dasar harus dipegang oleh siapapun dalam kehidupannya sebagaimana Allah SWT berfirman, dalam QS. Al-An'am/6:152 sebagai berikut:

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ وَأَوْفُوا بِالْكَيْلِ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ لَا تُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ذَلِكُمْ وَصْنُكُمْ بِهِ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ١٥٢

Terjemahnya:

“Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, hingga sampai ia dewasa. Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya. Dan apabila kamu berkata, maka hendaklah kamu berlaku adil, kendatipun ia adalah kerabat(mu),

*dan penuhilah janji Allah. Yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat”.*¹⁷

Prinsip keadilan menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan acuan yang adil dan sesuai dengan criteria yang rasional objektif dan dapat dipertanggungjawabkan. Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta dan hak Allah dan Rasulnya berlaku sebagai stakeholder dari perilaku adil seseorang. Semua hak-hak tersebut harus ditempatkan sebagaimana mestinya (sesuai aturan syariah). Tidak mengakomodir salah satu hak di atas, dapat menempatkan seseorang tersebut pada kezaliman, karenanya orang yang adil akan lebih dekat kepada ketakwaan.¹⁸

Perilaku keseimbangan dan keadilan dalam bisnis secara tegas dijelaskan dalam konteks perbendaharaan bisnis (klasik) agar pengusaha muslim menyempurnakan takaran bila menakar dan menimbang dengan neraca yang benar, karena hal itu merupakan perilaku yang terbaik dan membawa akibat yang terbaik pula. Pada struktur ekonomi dan bisnis, agar kualitas kesetimbangan dapat mengendalikan semua tindakan manusia, maka harus memenuhi beberapa persyaratan. Pertama, hubungan-hubungan dasar antar konsumsi, distribusi dan produksi harus berhenti pada suatu keseimbangan tertentu demi menghindari pemusatan kekuasaan ekonomi dan bisnis dalam

¹⁷Departemen Agama Republik Indonesia *Dengan Transliterasi* (Semarang: Karya Toha Putra, 2018).

¹⁸Fakhry Zamzam and Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*.

genggaman segelintir orang. Kedua, keadaan perekonomian yang tidak konsisten dalam distribusi pendapatan dan kekayaan harus ditolak karena Islam menolak daur tertutup pendapatan dan kekayaan yang menjadi semakin menyempit. Ketiga, akibat pengaruh dari sikap egalitarian yang kuat demikian, maka dalam ekonomi dan bisnis Islam tidak mengakui adanya, baik hak milik yang terbatas maupun sistem pasar yang bebas tak terkendali. Hal ini disebabkan bahwa ekonomi dan bisnis dalam pandangan Islam bertujuan bagi penciptaan keadilan sosial. Dengan demikian jelas bahwa keseimbangan merupakan landasan pikir kesadaran dalam pendayagunaan dan pengembangan harta benda agar harta benda tidak menyebabkan kebinasaan bagi manusia melainkan bagi menjadi media menuju kesempurnaan jiwa manusia menjadi khalifah.¹⁹

3) Kehendak bebas

Kebebasan berarti bahwa manusia sebagai individu dan kolektif mempunyai kebebasan penuh untuk melakukan aktivitas bisnis. Kebebasan tersebut mempunyai koridor yang harus ditaati oleh manusia dalam rangka menciptakan ketertiban dan kesejahteraan bagi manusia itu sendiri. Dalam ekonomi, manusia bebas mengimplementasikan kaidah-kaidah Islam karena masalah ekonomi termasuk kepada aspek muamalah bukan ibadah maka berlaku padanya kaidah umum semua boleh kecuali yang dilarang yang tidak boleh dalam Islam adalah ketidakadilan dan riba.²⁰

Seseorang atau kelompok memiliki kewenangan absolute dalam melakukan jual beli. Ia berhak memperjualbelikan harta kekayaan tanpa ada

¹⁹Fakhry Zamzam and Havis Aravik.

²⁰Fakhry Zamzam and Havis Aravik.

pemaksaan dari orang lain. Namun Allah SWT melarang kebebasan yang merugikan salah satu pihak ibarat memakan harta sesama saudara sendiri seperti firman Allah SWT, dalam QS. Al-Nisa/4:29 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ٢٩

Terjemahnya:

*“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”.*²¹

Konsep Islam memahami bahwa institusi ekonomi seperti pasar dapat berperan efektif dalam kehidupan perekonomian. Manusia memiliki kecenderungan untuk berkompetisi dalam segala hal, tak terkecuali kebebasan dalam melakukan kontrak di pasar. Oleh sebab itu, pasar seharusnya menjadi cerminan dari berlakunya hukum penawaran dan permintaan yang direpresentasikan oleh harga, pasar tidak terdistorsi oleh tangan-tangan yang sengaja memperlakukannya. Islam tidak memberikan ruang kepada intervensi dari pihak mana pun untuk menentukan harga, kecuali adanya kondisi darurat. Pasar Islami harus bisa menjamin adanya kebebasan pada masuk atau keluarnya sebuah komoditas di pasar serta tidak diperkenankan melakukan persaingan dengan cara-cara yang kotor dan bisa merugikan orang banyak. Berdasarkan hal tersebut, kemudian berkehendak atau berlaku bebas dapat diterapkan pada

²¹Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Al-Karim Dan Terjemahannya Dengan Transliterasi* (Semarang: Karya Toha Putra, 2018).

semua aspek kehidupan ini, tak terkecuali dalam dunia perekonomian khususnya bisnis.²²

4) Tanggung jawab

Tanggung jawab merupakan suatu prinsip dinamis yang berhubungan dengan perilaku manusia. Segala kebebasan dalam melakukan segala aktifitas bisnis oleh manusia, maka manusia tidak terlepas dari pertanggung jawaban yang harus diberikan manusia atas aktifitas yang dilakukan. Tanggung jawab dalam bisnis harus ditampilkan secara transparan (keterbukaan), kejujuran, pelayanan yang optimal dan berbuat yang terbaik dalam segala urusan. Aksioma tanggung jawab individu begitu mendasar dalam ajaran-ajaran Islam. Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya.²³

Dalam dunia bisnis pertanggungjawaban juga sangat berlaku. Setelah melaksanakan segala aktifitas bisnis dengan berbagai bentuk kebebasan, bukan berarti semuanya selesai saat tujuan yang dikehendaki tercapai, atau ketika sudah mendapatkan keuntungan. Semua itu perlu adanya pertanggungjawaban atas apa yang telah pebisnis lakukan, baik itu pertanggungjawaban ketika ia bertransaksi, memproduksi barang, melakukan jual beli, melakukan perjanjian dan lain sebagainya, semuanya harus dipertanggungjawabkan sesuai dengan aturan yang berlaku.

²²Fakhry Zamzam and Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*.

²³Fakhry Zamzam and Havis Aravik.

Allah SWT menghendaki agar manusia selalu bertanggungjawab atas segala perbuatannya, tidak terlepas dalam melakukan kegiatan bisnis, agar selalu bertanggung jawab sehingga akan senantiasa melakukan kegiatan bisnis yang baik.

5) Kebajikan (ihsan)

Kebajikan (ihsan) artinya melaksanakan perbuatan baik yang memberikan manfaat kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu yakinlah bahwa Allah melihat. Keihsanan adalah tindakan terpuji yang dapat mempengaruhi hampir setiap aspek dalam hidup, keihsanan adalah atribut yang selalu mempunyai tempat terbaik disisi Allah. Kedermawanan hati (leniency) dapat terkait dengan keihsanan. Jika diekspresikan dalam bentuk perilaku kesopanan dan kesantunan, pemaaf, mempermudah kesulitan yang dialami orang lain.²⁴

Dalam pandangan Islam sikap ini sangat dianjurkan. Aplikasinya, menurut al-Ghazali terdapat tiga prinsip pengejawantahan kebajikan: Pertama, memberi kelonggaran waktu kepada pihak terutang untuk membayar utangnya, jika perlu mengutangi utangnya. Kedua, menerima pengembalian barang yang sudah dibeli. Ketiga, membayar utang sebelum waktu penagihan tiba.

Dalam sebuah kerajaan bisnis, terdapat sejumlah perbuatan yang dapat mensupport pelaksanaan aksioma ihsan dalam bisnis.²⁵

²⁴Fakhry Zamzam and Havis Aravik.

²⁵Fakhry Zamzam and Havis Aravik.

1) Kemurahan hati (*leniency*)

Kemurahan hati dalam bisnis berarti memberikan kelonggaran dan kebaikan kepada pelanggan, karyawan, maupun mitra bisnis. Contohnya termasuk memberikan potongan harga, memperpanjang waktu pembayaran bagi pelanggan yang kesulitan finansial, atau memberi bonus kepada karyawan atas kerja keras mereka.

2) Motif pelayanan (*service motives*)

Dalam aksioma ihsan, motif utama dalam bisnis bukan sekadar mencari keuntungan, tetapi juga memberikan pelayanan terbaik. Ini berarti perusahaan berusaha memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan dengan tulus, memberikan produk dan layanan berkualitas, serta memperlakukan pelanggan dengan hormat dan adil. Dengan mengutamakan pelayanan, bisnis tidak hanya mendapatkan keuntungan materi tetapi juga keberkahan dan reputasi yang baik di mata masyarakat.

3) Kesadaran akan adanya Allah dan aturan yang berkaitan dengan pelaksanaan yang menjadi prioritas

Kesadaran ini mencakup keyakinan bahwa setiap tindakan dalam bisnis diawasi oleh Allah dan akan dipertanggungjawabkan di akhirat. Oleh karena itu, pebisnis yang berpegang pada aksioma ihsan akan memprioritaskan etika dan aturan syariah dalam setiap keputusan bisnis. Misalnya, menghindari kecurangan, riba, dan penipuan, serta menjalankan bisnis dengan jujur dan transparan. Kesadaran ini menjadi landasan moral yang kuat sehingga segala aktivitas bisnis dilakukan dengan niat yang baik dan benar sesuai dengan ajaran Islam.

c. Indikator Etika Bisnis Islam

1) Amanah

Amanah berarti dapat dipercaya dalam menjalankan tanggung jawab, menjaga hak orang lain, dan tidak berkhianat terhadap kepercayaan yang diberikan. Dalam bisnis, amanah mencakup ketepatan janji, menjaga rahasia usaha, dan tidak memanfaatkan kelemahan mitra usaha untuk keuntungan pribadi.

2) Jujur (Shidq)

Jujur berarti mengatakan dan melakukan sesuatu yang sesuai fakta. Dalam bisnis, jujur mencakup keterbukaan dalam menjelaskan kualitas produk, harga, maupun kondisi barang.

3) Adil

Adil berarti memberikan hak kepada yang berhak, memperlakukan orang secara proporsional, dan tidak diskriminatif. Dalam konteks bisnis, adil bisa diterapkan dalam menetapkan harga, memperlakukan karyawan, dan menyelesaikan perselisihan dengan objektif.

4) Tidak Menipu (Gharar/Tadlis)

Islam melarang bentuk kecurangan atau penipuan dalam transaksi. Termasuk menipu adalah menyembunyikan cacat barang, memanipulasi takaran atau timbangan, dan membuat iklan palsu.

5) Niat karena Allah

Segala aktivitas, termasuk bisnis, harus diniatkan sebagai ibadah kepada Allah. Ini menjadi landasan spiritual agar usaha tidak sekadar mencari keuntungan dunia, tapi juga keberkahan dan keridhaan-Nya.

6) Tanggung Jawab Sosial

Pelaku usaha Islam tidak hanya mencari laba, tapi juga bertanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Ini mencakup kepedulian terhadap karyawan, konsumen, fakir miskin, serta tidak merusak lingkungan.

2. Perilaku Konsumen dan Produsen dalam Islam

a. Pengertian perilaku

Perilaku merupakan segala perbuatan atau tindakan atau manusia yang kelihatan atau tidak kelihatan yang didasari maupun tidak didasari termasuk didalamnya cara berbicara, cara melakukan sesuatu dan bereaksi terhadap segala sesuatu yang datangnya dari luar maupun dari dalam dirinya.²⁶ Perilaku manusia adalah semua kegiatan atau aktivitas manusia, baik yang diamati langsung, maupun yang tidak dapat diamati oleh pihak luar.²⁷

Perilaku manusia adalah semua kegiatan atau aktivitas manusia, baik yang diamati langsung, maupun yang tidak dapat diamati oleh pihak luar. Sedangkan dalam pengertian umum perilaku adalah segala perbuatan atau tindakan yang dilakukan oleh makhluk hidup. Pengertian perilaku dapat dibatasi sebagai keadaan jiwa untuk berpendapat, berfikir, bersikap, dan lain sebagainya yang merupakan refleksi dari berbagai macam aspek, baik fisik maupun non fisik. Perilaku atau aktivitas pada individu atau organisme tidak timbul dengan sendirinya, tetapi sebagai akibat dari stimulus yang diterima oleh organisme yang bersangkutan baik stimulus eksternal maupun stimulus internal. Perilaku individu dapat mempengaruhi individu itu sendiri, di samping itu perilaku juga

²⁶Achmad Charis Zubbir, *Kuliah Etika* (Jakarta: Rajawali Press, 2017).

²⁷Soekidjo Notoatmodjo, *Pendidikan Dan Perilaku Kesehatan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2018).

berpengaruh pada lingkungan. Demikian pula lingkungan dapat mempengaruhi individu, demikian sebaliknya. Oleh sebab itu, dalam perspektif psikologi, perilaku manusia (*human behaviour*) dipandang sebagai reaksi yang dapat bersifat sederhana maupun bersifat kompleks.²⁸

Proses pembentukan perilaku dipengaruhi oleh beberapa faktor yang berasal dari dalam diri individu itu sendiri, faktor-faktor tersebut antara lain:²⁹

- 1) Persepsi adalah sebagai pengalaman yang dihasilkan melalui indera penglihatan, pendengaran, penciuman, dan sebagainya.
- 2) Motivasi diartikan sebagai dorongan untuk bertindak untuk mencapai suatu tujuan tertentu, hasil dari pada dorongan dan gerakan ini diwujudkan dalam bentuk perilaku.
- 3) Emosi, Perilaku juga dapat timbul karena emosi. Aspek psikologis yang mempengaruhi emosi berhubungan erat dengan keadaan jasmani, sedangkan keadaan jasmani merupakan hasil keturunan (bawaan). Manusia dalam mencapai kedewasaan semua aspek yang berhubungan dengan keturunan dan emosi akan berkembang sesuai dengan hukum perkembangan, oleh karena itu perilaku yang timbul karena emosi merupakan perilaku bawaan.
- 4) Belajar diartikan sebagai suatu pembentukan perilaku dihasilkan dari praktek-praktek dalam lingkungan kehidupan. Belajar adalah suatu perubahan perilaku yang dihasilkan dari perilaku terdahulu.

²⁸Azwar, *Sikap Manusia Teori Dan Pengukurannya* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2018).

²⁹Azwar, *Sikap Manusia Teori Dan Pengukurannya* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2018)

Perilaku manusia terjadi melalui suatu proses yang berurutan. Sebelum orang mengadopsi perilaku baru (berperilaku baru), di dalam diri orang tersebut terjadi proses yang berurutan, yaitu:³⁰

- 1) *Awareness* (kesadaran), yaitu orang tersebut menyadari atau mengetahui stimulus (objek) terlebih dahulu.
- 2) *Interest* (tertarik), yaitu orang mulai tertarik kepada stimulus.
- 3) *Evaluation* (menimbang baik dan tidaknya stimulus bagi dirinya). Hal ini berarti sikap responden sudah lebih baik lagi.
- 4) *Trial*, orang telah mulai mencoba perilaku baru.
- 5) *Adoption*, subjek telah berperilaku baru sesuai dengan pengetahuan, kesadaran, dan sikapnya terhadap stimulus.

Apabila penerimaan perilaku baru atau adopsi perilaku melalui proses seperti ini didasari oleh pengetahuan, kesadaran, dan sikap yang positif maka perilaku tersebut akan menjadi kebiasaan atau bersifat langgeng. Di dalam Islam perilaku juga disebut dengan akhlak. Dari sinilah kemudian Imam Ghazali berfikir bahwa: Jika kondisi jiwa itu melahirkan aktivitas indah dan terpuji, baik menurut akal atau syara, maka hal tersebut dinamai akhlak yang baik namun bila yang keluar itu adalah aktivitas yang jelek, maka dinamai akhlak yang jelek.³¹

Dalam bahasa Indonesia, selain menerima perkataan akhlak, salah satu juga diartikan sebagai perilaku karena mempunyai makna dan tujuan yang sama. Akhlak adalah sifat yang tertanam dalam jiwa yang mendorongnya untuk

³⁰Soekidjo Notoatmodjo, *Pendidikan Dan Perilaku Kesehatan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2018)

³¹M. Hasyim Samhuri, *Akhlaq Tasawuf: Dalam Kontruksi Piramida Ilmu Islam* (Malang: Madani Media, 2017).

melakukan perbuatan tanpa melakukan pemikiran dan pertimbangan. Menurut Al-Ghazali ulumuddin akhlak adalah sebagai sifat yang tertanam dalam jiwa yang memunculkan perbuatan-perbuatan dengan mudah tanpa memerlukan pertimbangan pemikiran. Akhlak disini adalah sifat yang mudah tertanam dalam diri dan menjadi adat kebiasaan seseorang, sehingga secara otomatis terekspresi dalam amal perbuatan dan tindakannya.³²

Jadi dari beberapa pendapat dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku adalah perbuatan manusia yang terlahir dengan tindakan yang berasal dari jiwa yang secara spontan dan menjadikan adat kebiasaan dalam melakukannya.

b. Perilaku konsumen dalam Islam

Perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal kegiatan mengevaluasi. Istilah perilaku konsumen diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.³³

Dalam Islam, perilaku konsumen tidak hanya didasarkan pada kepuasan pribadi atau keuntungan material semata, tetapi juga dipandu oleh nilai-nilai akhlak dan syariat. Seorang konsumen muslim harus mempertimbangkan aspek halal-haram, kemaslahatan, serta tidak berlebih-lebihan. Prinsip-prinsip perilaku konsumen menurut Islam:

³²Damanhuri, *Akhlaq Perspektif Tawawuf Syekh Abdurrauf As-Singkili* (Jakarta: Lectura Press, 2018).

³³ Heru Kreshna Reza, *Perilaku Konsumen* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2022).

1) Mengonsumsi Barang Halal dan Thayyib

Konsumen muslim wajib memilih barang/jasa yang halal (diperbolehkan secara hukum Islam) dan thayyib (baik dan bermanfaat). Firman Allah SWT, dalam QS. Al- Baqarah/2:168 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ
عَدُوٌّ مُبِينٌ

Terjemahnya:

*“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”.*³⁴

2) Menjauhi Israf (Berlebih-lebihan)

Islam melarang konsumsi yang berlebihan atau mubazir. Firman Allah SWT, dalam QS. Al-A’raf /7:31 sebagai berikut:

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ
٣١ □

Terjemahnya

*“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”.*³⁵

3) Tidak Mengonsumsi Barang Haram

Seperti makanan haram (babi, bangkai, alkohol), atau barang hasil pencurian dan korupsi.

4) Berperilaku Hemat dan Sederhana

³⁴Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Al-Karim Dan Terjemahannya Dengan Transliterasi* (Semarang: Karya Toha Putra, 2018).

³⁵Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Al-Karim Dan Terjemahannya Dengan Transliterasi* (Semarang: Karya Toha Putra, 2018).

Konsumen diajarkan untuk bijak dalam membelanjakan harta agar tidak terjerumus pada gaya hidup konsumtif.

5) Memperhatikan Masalah

Konsumen mempertimbangkan manfaat bagi diri, keluarga, dan masyarakat, serta tidak membeli sesuatu yang dapat menimbulkan kerusakan.

c. Perilaku Produsen dalam Islam

Produsen dalam Islam adalah pihak yang memproduksi atau menyediakan barang dan jasa, dengan tanggung jawab tidak hanya kepada konsumen, tetapi juga kepada Allah SWT. Tindakan mereka harus mencerminkan keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial. Tujuan produksi dalam Islam sendiri adalah menghasilkan sesuatu yang halal. Halal adalah jumlah dari semua proses produksi, dari mana bahan baku berasal hingga barang dan jasa yang dibuat. Apabila seorang Muslim ingin menjadi produsen, dia tidak boleh melakukan hal-hal yang menurut Islam salah, seperti mengurangi timbangan dan menjual produk berkualitas rendah dengan harga yang dinaikkan, untuk menipu konsumen. Produsen dengan perilaku ekonomi Islam tidak akan pernah mempertimbangkan jumlah waktu yang diberikan kepada mereka; mereka hanya mementingkan kepuasan konsumen yang membeli produk atau layanan mereka.³⁶

Perilaku produsen dalam hal tindakan ekonomi, produsen adalah orang yang paling penting ketika mereka harus membuat dan menjual barang atau jasa berdasarkan apa yang diinginkan pasar. Pakaian, makanan, dan hal-hal lain

³⁶ Nadila Nadila, Achmad Abubakar, and Halimah Basri, "Analisis Konsep Perilaku Produsen Dalam Hukum Ekonomi Islam (Tijauan Q.S Al – Maidah Ayat 87)," *Al-Amwal : Journal of Islamic Economic Law* 8, no. 2 (2023): 1–20, <https://doi.org/10.24256/alw.v8i2.3831>.

seperti itu adalah contoh barang jadi. Tujuan produsen bukan hanya untuk menghasilkan uang yang cukup agar perusahaan bahagia, tetapi juga untuk beribadah kepada Allah, yang merupakan tujuan akhir dalam ekonomi Islam. Ekonomi konvensional, di sisi lain, mengarahkan untuk mengejar kepentingan sendiri untuk menghasilkan uang sebanyak mungkin. Sebagai bagian dari proses produksi, seorang produsen berusaha keluar dari kemiskinan dengan cara memenuhi kebutuhan masyarakat dan memaksimalkan keuntungan dari usaha tersebut. Seorang produsen yang bertindak sesuai dengan syariah Islam dituntut untuk mewujudkan produksi yang sukses dan berimbang. Prinsip-prinsip perilaku produsen menurut Islam:

1) Memproduksi Barang Halal

Tidak diperbolehkan memproduksi atau memperjualbelikan barang haram, seperti minuman keras atau narkoba.

2) Jujur dalam Produksi dan Promosi

Tidak menipu konsumen dengan kualitas, takaran, atau harga. Nabi Muhammad SAW bersabda: *“Barang siapa menipu maka ia bukan dari golonganku.”* (HR. Muslim)

3) Menjaga Kualitas Produk

Islam mengajarkan untuk memberikan kualitas terbaik agar tidak merugikan konsumen dan menjaga reputasi.

4) Menetapkan Harga secara Adil

Tidak memanfaatkan kelangkaan barang untuk menaikkan harga seenaknya (ihtikar/penimbunan dilarang).

5) Menjaga Lingkungan dan Etika Sosial

Produsen harus memperhatikan dampak sosial dan lingkungan dari proses produksinya.

3. Perilaku Sosial Ekonomi dalam Islam

Perilaku sosial ekonomi dalam Islam mencerminkan hubungan antara manusia dalam aspek muamalah (hubungan sosial dan ekonomi), yang dilandasi oleh nilai-nilai tauhid, keadilan, kejujuran, solidaritas, dan tanggung jawab sosial. Islam tidak hanya mengatur aspek ibadah, tetapi juga aktivitas sosial-ekonomi agar menciptakan kesejahteraan yang merata dan berkah bagi semua.

Prinsip-Prinsip Perilaku Sosial Ekonomi dalam Islam:

a. Keadilan dalam Distribusi Kekayaan

Islam menganjurkan distribusi kekayaan secara adil, tidak hanya menumpuk pada golongan tertentu. Alatnya antara lain: zakat, infak, sedekah, wakaf. Firman Allah SWT, dalam QS. Al-Hasyr /59:7 sebagai berikut:

مَا آفَاءَ اللَّهُ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ۝٧

Terjemahnya:

“Apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah kepada Rasul-Nya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota maka adalah untuk Allah, untuk Rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu. Apa yang diberikan Rasul kepadamu, maka terimalah. Dan apa yang dilarangnya bagimu, maka tinggalkanlah. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah amat keras hukumannya”.³⁷

b. Larangan Riba dan Transaksi yang Merugikan

³⁷Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Al-Karim Dan Terjemahannya Dengan Transliterasi* (Semarang: Karya Toha Putra, 2018).

Riba dilarang karena mengeksploitasi pihak lain dan menciptakan ketimpangan.

- c. Transaksi gharar (ketidakjelasan), maysir (judi), dan penipuan juga dilarang.
- d. Etika Bisnis dan Kerja

Islam menekankan kejujuran, transparansi, dan saling ridha dalam setiap aktivitas ekonomi. Rasulullah SAW bersabda: "Pedagang yang jujur dan amanah akan bersama para nabi, shiddiqin, dan syuhada." (HR. Tirmidzi)

- e. Keseimbangan antara Dunia dan Akhirat

Muslim harus seimbang dalam mencari rezeki dunia tanpa melupakan akhirat.

- f. Solidaritas Sosial

Islam mendorong kepedulian terhadap kaum lemah, seperti fakir miskin dan anak yatim, melalui zakat dan sedekah.

- g. Produktivitas dan Kemandirian Ekonomi

Islam menganjurkan umatnya untuk bekerja keras dan tidak bergantung pada orang lain (HR. Bukhari).

4. Teori Integratif

- a. Pengertian Teori Integratif

Teori integratif adalah pendekatan dalam ilmu sosial (termasuk ekonomi, psikologi, dan sosiologi) yang berusaha menggabungkan berbagai teori yang sudah ada ke dalam suatu kerangka yang utuh dan menyeluruh. Tujuannya adalah untuk menjelaskan perilaku manusia secara lebih komprehensif dengan mempertimbangkan banyak aspek, baik dari sisi individu maupun lingkungan sosialnya. Teori ini tidak hanya fokus pada satu faktor saja (seperti motivasi

ekonomi atau kebutuhan psikologis), tetapi mencoba menyatukan aspek biologis, psikologis, sosial, budaya, dan spiritual dalam memahami suatu fenomena.

b. Karakteristik Teori Integratif

- 1) Multidimensi: Menggabungkan berbagai perspektif (misalnya ekonomi, agama, sosial, dan budaya).
- 2) Holistik: Melihat perilaku sebagai bagian dari sistem yang saling berkaitan.
- 3) Fleksibel: Dapat digunakan dalam berbagai konteks, seperti pendidikan, kesehatan, ekonomi, dan perilaku keagamaan.
- 4) Komprehensif: Berusaha menjawab kelemahan atau keterbatasan teori-teori tunggal yang terlalu sempit.

c. Contoh Penerapan Teori Integratif

Dalam Perilaku Sosial Ekonomi Islam: Teori integratif dapat digunakan untuk menjelaskan bahwa perilaku konsumen muslim tidak hanya didorong oleh keinginan mendapatkan keuntungan (teori ekonomi klasik), tetapi juga oleh nilai agama, etika, budaya, dan norma sosial. Jadi, keputusan membeli, bekerja, atau berdagang bukan hanya soal untung rugi, tapi juga halal-haram, berkah atau tidaknya rezeki.

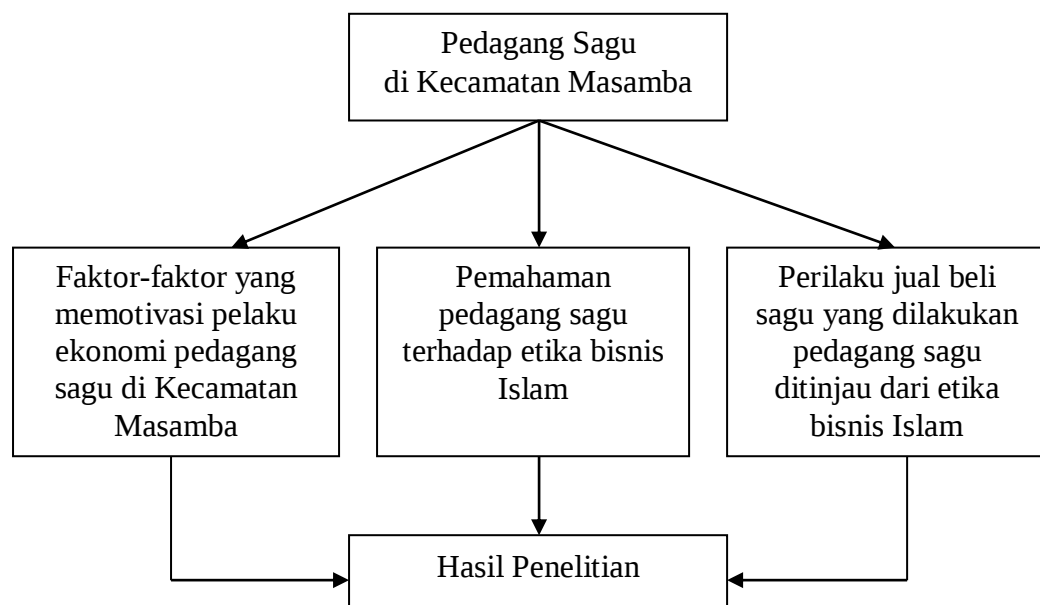
d. Relevansi dalam Kajian Islam

Dalam Islam, pendekatan integratif sangat relevan karena Islam tidak memisahkan urusan dunia dan akhirat. Dalam praktik ekonomi Islam misalnya, aktivitas ekonomi dikaitkan dengan nilai spiritual (ibadah), tanggung jawab sosial, serta aturan syariah. Maka teori integratif bisa menjadi landasan untuk

memahami bagaimana prinsip Islam menyatukan aspek duniawi dan ukhrawi dalam satu sistem nilai.

C. Kerangka Pikir

Untuk mengetahui tentang variabel yang akan diteliti, akan digambarkan dalam kerangka konsep sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

Penelitian ini berfokus pada perilaku penjualan pedagang sagu di Kecamatan Masamba dengan melihat dua aspek utama, yaitu pemahaman pedagang terhadap etika bisnis Islam dan praktik jual beli sagu yang mereka lakukan. Etika bisnis Islam menekankan prinsip kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab dalam setiap transaksi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana pedagang sagu memahami prinsip-prinsip ini dan bagaimana pemahaman tersebut mempengaruhi perilaku penjualan mereka. Selain itu, penelitian ini juga ingin mengungkap apakah praktik jual beli yang

dilakukan sudah sesuai dengan nilai-nilai etika bisnis Islam atau justru bertentangan dengan prinsip kejujuran dan keadilan.

Pemahaman pedagang sagu terhadap etika bisnis Islam menjadi salah satu fokus utama karena hal ini dapat memengaruhi cara mereka bertransaksi. Apabila pedagang memiliki pemahaman yang baik, maka mereka cenderung menjalankan transaksi secara jujur dan adil, misalnya dengan tidak menipu dalam penimbangan atau tidak menaikkan harga secara tidak wajar. Namun, jika pemahaman mereka minim, ada kemungkinan munculnya praktik-praktik yang kurang sesuai dengan prinsip syariah, seperti melakukan manipulasi kualitas atau kuantitas sagu. Oleh karena itu, penting untuk mengidentifikasi tingkat pemahaman etika bisnis Islam di kalangan pedagang sagu agar dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tentang perilaku penjualan mereka.

Selain aspek pemahaman, penelitian ini juga akan mengkaji praktik jual beli yang dilakukan oleh pedagang sagu. Hal ini mencakup cara mereka dalam menetapkan harga, proses tawar-menawar, hingga cara penyampaian informasi produk kepada konsumen. Dalam perspektif etika bisnis Islam, praktik jual beli harus dilakukan secara transparan dan adil. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengamati apakah pedagang sagu di Kecamatan Masamba telah menerapkan prinsip-prinsip ini atau masih terdapat pelanggaran etika dalam transaksi mereka. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan rekomendasi untuk meningkatkan kesadaran etika bisnis di kalangan pedagang sagu, sehingga tercipta perdagangan yang lebih adil dan sesuai dengan prinsip syariah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini mengadopsi metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Hal ini dilakukan dengan menelaah berbagai buku referensi dan jurnal yang relevan dengan topik penelitian.³⁸ Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.³⁹

Pada penelitian kualitatif data dikumpulkan umumnya berbentuk kata-kata, gambar-gambar, dan kebanyakan bukan angka-angka, walaupun ada angka-angka sifatnya hanya sebagai penunjang, data yang dimaksud meliputi transkrip wawancara, catatan data lapangan, foto-foto, dokumen dan catatan lainnya.⁴⁰ Alasan peneliti menggunakan metode kualitatif dalam penelitian ini adalah untuk mendiskripsikan secara sistematis data-data yang diperoleh dari fakta yang ada di lapangan yang kemudian diberi analisa. Jenis penelitian ini yaitu

³⁸Arifuddin Arifuddin and M. Ilham, "Internalisasi Nilai-Nilai Pendidikan; Kontribusi Lembaga Informal Terhadap Pembinaan Karakter Anak," *IQRO: Journal of Islamic Education* 3, no. 1 (2020): 31–44, <https://doi.org/10.24256/iqro.v3i1.1398>.

³⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019).

⁴⁰Muh. Alwi and Nurafifah Nurafifah, "Praktek Jual Beli Batu Sungai Dalam Tinjaua N Hukum Islam Di Lingkungan Jambu Tua Kelrahan Darma Kecamatan Poewali," *J-Alif: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah Dan Budaya Islam* 5, no. 1 (2020): 30, <https://doi.org/10.35329/jalif.v5i1.1785>.

penelitian deskriptif, penelitian ini merupakan tipe penelitian yang menggambarkan atau menjabarkan mengenai suatu objek penelitian berdasarkan karakteristik yang dimiliki. Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan menjelaskan fenomena sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampling lainnya.⁴¹

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Kecamatan Masamba pada bulan Juli sampai dengan Agustus 2025.

C. Informan Penelitian

Penelitian tentang perilaku pedagang sagu dalam perspektif etika bisnis Islam di Kecamatan Masamba akan melibatkan beberapa informan utama, yaitu informan utama 3 pedagang dan informan pendukung 5 konsumen. Alasan pemilihan informan dalam penelitian ini didasarkan pada relevansi dan keterlibatan mereka dalam aktivitas perdagangan sagu serta pemahaman mereka terhadap prinsip etika bisnis Islam. Pedagang sagu dipilih sebagai informan utama karena mereka merupakan pelaku utama dalam praktik perdagangan yang akan dianalisis. Sebanyak 5 pedagang dipilih untuk mewakili variasi pola perdagangan yang ada di Kecamatan Masamba, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif terkait penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam praktik sehari-hari mereka.

Selain itu, 5 konsumen juga dilibatkan untuk memberikan perspektif eksternal terkait perilaku pedagang sagu dalam interaksi bisnis. Konsumen

⁴¹Rahmat Kriyatono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2016).

dipilih karena mereka memiliki pengalaman langsung dalam bertransaksi dengan pedagang sagu, sehingga dapat memberikan penilaian objektif mengenai apakah pedagang menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, seperti kejujuran, transparansi, dan keadilan dalam transaksi.

Teknik penentuan informan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Pedagang sagu dipilih berdasarkan keterlibatan mereka dalam perdagangan sagu di Kecamatan Masamba, sementara konsumen dipilih berdasarkan pengalaman mereka dalam bertransaksi dengan pedagang sagu. Teknik ini digunakan agar data yang diperoleh lebih relevan dan dapat memberikan gambaran yang lebih akurat mengenai penerapan etika bisnis Islam dalam perdagangan sagu di wilayah tersebut.

D. Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada analisis perilaku pedagang sagu di Kecamatan Masamba dalam perspektif etika bisnis Islam, dengan menyoroti aspek kejujuran dalam transaksi, keadilan dalam penentuan harga dan distribusi, serta tanggung jawab sosial terhadap masyarakat. Selain itu, penelitian ini juga mengkaji bagaimana pedagang menepati akad dan janji dalam perdagangan, serta apakah terdapat praktik *riba*, *gharar*, atau persaingan usaha yang tidak sehat. Kualitas produk dan layanan yang diberikan kepada konsumen turut menjadi perhatian, guna memahami sejauh mana prinsip-prinsip Islam diterapkan dalam menjaga kepercayaan pelanggan.

E. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara media). Data primer dalam penelitian ini akan diperoleh secara langsung dari pedagang sagu dan pembeli/konsumen di Kecamatan Masamba.
2. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari laporan-laporan tertulis, buku-buku, jurnal penelitian, artikel dan website yang berkaitan dengan masalah penelitian.

F. Teknik Pengumpulan Data

Sesuai dengan bentuk pendekatan penelitian kualitatif dan sumber data yang akan digunakan, maka teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan analisis dokumen, observasi dan wawancara. Metode pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian kualitatif pada umumnya menggunakan teknik observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Atas dasar konsep tersebut, maka ketiga teknik pengumpulan data di atas digunakan dalam penelitian ini. Ketiga teknik pengumpulan data tersebut adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Dalam penelitian ini, teknik observasi digunakan untuk memperkuat data, terutama urgensi metode pembelajaran. Dalam penelitian ini, observasi dilakukan secara langsung di lapangan untuk memahami perilaku dan aktivitas

ekonomi pedagang sagu secara lebih nyata. Observasi dilaksanakan di beberapa titik penjualan sagu yang tersebar di Pasar Sentral Masamba dan sekitarnya. Peneliti memilih waktu kunjungan yang bervariasi, baik pagi, siang, maupun sore hari, guna menangkap dinamika kegiatan perdagangan dalam waktu yang berbeda-beda. Sebelum melakukan observasi, peneliti telah menyiapkan alat-alat pendukung seperti buku catatan lapangan, alat tulis, serta alat perekam suara dan kamera (jika diperlukan dan diizinkan oleh informan). Observasi yang dilakukan bersifat non-partisipatif, di mana peneliti hanya mengamati tanpa terlibat langsung dalam kegiatan jual beli.

Peneliti memperhatikan berbagai aspek seperti cara pedagang menata dagangannya, bagaimana mereka melayani pembeli, cara mereka berkomunikasi, serta sikap dan tindakan yang berkaitan dengan kejujuran dalam timbangan dan harga. Selain itu, peneliti juga mencatat bentuk tanggung jawab sosial pedagang, misalnya dalam bentuk pemberian sagu tambahan kepada pelanggan tetap, pemberian potongan harga, atau sikap tolong-menolong dengan pedagang lain. Semua temuan dari lapangan dicatat secara sistematis sebagai data pendukung yang akan dianalisis bersama hasil wawancara.

2. Wawancara

Wawancara yang dilakukan dengan dua bentuk, yaitu wawancara terstruktur dan wawancara tak terstruktur. Dalam penelitian ini wawancara digunakan untuk mengadakan komunikasi dengan pihak terkait atau subjek penelitian, yaitu penjual sagu dan pembeli sagu.

G. Teknik Keabsahan Data

Menurut Sugiyono keabsahan data pada penelitian kualitatif merupakan pembuktian keabsahan atau kevalidan data-data yang ditemukan di lapangan. Data hasil penelitian dapat dikatakan valid apabila data-data tersebut mengandung kebenaran sesuai dengan data yang ada di lapangan.⁴² Dalam penelitian kualitatif, peneliti menggunakan beberapa jenis uji validasi data, antara lain:

1. Triangulasi artinya pengecekan kembali data-data yang telah telah diperoleh dari berbagai sumber dan berbagai waktu. Ada tiga triangulasi yang digunakan:⁴³
 - a. Triangulasi sumber artinya pengujian keabsahan data yang telah di peroleh dari berbagai sumber.
 - b. Triangulasi teknik artinya pengecekan sumber data yang diperoleh dengan berbagai cara, apabila ditemukan perbedaan antara data tersebut maka peneliti harus melakukan diskusi kembali dengan sumber data yang bersangkutan untuk memastikan data mana yang dianggap benar.
 - c. Triangulasi waktu dalam penelitian untuk mengecek keabsahan data maka perlu dilakukan pengecekan yang berhubungan dengan penelitian kita baik dilakukan dengan wawancara, observasi, atau teknik yang berbeda dalam waktu yang berbeda. Apakah data tersebut sudah benar atau tidak,

⁴² Sugiyono. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2019), 365.

⁴³ Sugiyono. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2019), 369-370.

apabila data tersebut tidak benar maka perlu dilakukan lagi penelitian agar diperoleh kepastian datanya.

2. Mengadakan *member check* merupakan suatu proses untuk meninjau data yang telah peneliti peroleh dari penyedia data. *Member check* tersebut berupaya untuk mengetahui apakah data yang diperoleh sesuai dengan data yang diberikan oleh penyedia data. Jika penyedia data mengkonfirmasi datanya, berarti data tersebut valid dan lebih dapat diandalkan. Tujuannya agar informasi yang diperoleh dan digunakan untuk menulis laporan konsisten dengan sumber data atau orang yang memberikan informasi tersebut.⁴⁴

H. Teknik Analisis Data

Aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh.

Teknik analisa data meliputi:

1. Pengumpulan data adalah mencari dan mengumpulkan data yang diperlukan terhadap berbagai jenis dan bentuk data yang ada di lapangan kemudian data tersebut dicatat. Penulis mengumpulkan data dengan cara wawancara, dokumentasi dan observasi pada penjual sagu.
2. Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan tertulis di lapangan. Reduksi data merupakan bentuk analisis data yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan serta membuang

⁴⁴ Sugiyono. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2019), 367.

yang tidak perlu dan mengorganisasikan data dengan cara sedemikian rupa sehingga kesimpulan-kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi. Penelitian ini, proses reduksi data dilakukan dengan mengumpulkan data dari hasil wawancara, observasi dan dokumen dari kesemuanya kemudian dipilih dan dikelompokkan berdasarkan kemiripan data.

3. Penyajian data merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya pemeriksaan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Data yang telah dikategorikan tersebut kemudian diorganisasikan sebagai bahan penyajian data. Data tersebut kemudian disajikan secara deskriptif berdasarkan pada aspek yang diteliti, sehingga dapat menggambarkan seluruh atau sebagian dari aspek yang diteliti.
4. Penarikan kesimpulan atau verifikasi data merupakan bagian dari kegiatan-kegiatan konfigurasi yang utuh dimana kesimpulan-kesimpulan yang dibuat juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Verifikasi sebagai bagian dari suatu kegiatan dari konfigurasi yang utuh, artinya makna-makna yang muncul dari data harus dilaporkan kebenarannya, kekokohan dan kelancarannya yaitu yang merupakan validitasnya.

Analisis data dilakukan dalam suatu proses, pelaksanaannya mulai dilakukan sejak pengumpulan data dan dilakukan secara intensif. Sesudah meninggalkan lapangan, menganalisis data memerlukan usaha pemusatan perhatian, pengarahannya tenaga fisik dan pikiran, selain itu peneliti perlu mendalami kepustakaan guna mengkonfirmasi teori baru yang mungkin ditemukan.

BAB IV

DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Data

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a. Gambaran Umum Kecamatan Masamba



Gambar 4.1 Peta Wilayah Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara

Kecamatan Masamba merupakan salah satu kecamatan yang terletak di bagian tengah Kabupaten Luwu Utara dengan luas wilayah 1.068,85 km² atau sekitar 14,25 persen dari luas Kabupaten Luwu Utara secara keseluruhan. Masamba memiliki 19 desa/kelurahan. Desa/kelurahan terluas di Kecamatan Masamba adalah Lantang Tallang dengan luas 276,3 km persegi. Sedangkan,

desa/kelurahan dengan luas terkecil adalah Bone dengan luas 3,5 km persegi. Dengan posisi yang strategis menjadikan Kecamatan Masamba ideal dijadikan sebagai ibu kota Kabupaten Luwu Utara.⁴⁵

Kecamatan Masamba sendiri berbatasan dengan Kecamatan Rampi di bagian utara, di bagian timur berbatasan langsung dengan Kecamatan Mappideceng sedangkan masing-masing di bagian selatan dan barat berbatasan dengan Kecamatan Malangke dan Baebunta. Kecamatan Masamba berada pada jalur Trans-Sulawesi yang mana menghubungkan Sulawesi Selatan dan Sulawesi Tengah (poros Poso - Palopo) dan Sulawesi Tenggara (poros Kolaka – Palopo).

b. Jumlah Penduduk Kecamatan Masamba

Kecamatan Masamba memiliki 19 desa/kelurahan yaitu: Rompu, Torada, Pongo, Pombakka, Lapapa, Laba, Kappuna, Bone, Baloli, Kamiri, Bone Tua, Pandak, Baliase, Masamba, Sepakat, Pincara, Lantang Tallang, Sumillin dan Maipi.

⁴⁵ BPS Luwu Utara. 2024.

<https://luwuutarakab.bps.go.id/id/publication/2024/09/26/aa379600895a4a08222159cd/kecamatan-masamba-dalam-angka-2024.html> .diakses tanggal 07 Juli 2025

Tabel 4.1 Data Jumlah Penduduk Kecamatan Masamba

No	Desa/kelurahan	Jumlah penduduk (orang)		Total
		Laki-laki	Perempuan	
1	Desa Rompu	820	822	1.642
2	Desa Torada	283	261	544
3	Desa Pongo	868	791	1.659
4	Desa Pombakka	543	559	1.102
5	Desa Lapapa	520	554	1.074
6	Desa Laba	1.077	1.154	2.231
7	Kelurahan Kappuna	3.050	3.128	6.178
8	Kelurahan Bone	2.568	2.621	5.189
9	Desa Baloli	708	751	1.459
10	Desa Kamiri	690	748	1.438
11	Kelurahan Bone Tua	2.745	2.809	5.554
12	Desa Pandak	754	747	1.501
13	Kelurahan Baliase	1.748	1.886	3.634
14	Desa Masamba	503	514	1.017
15	Desa Sepakat	1.036	943	1.979
16	Desa Pincara	310	300	610
17	Desa Lantang Tallang	662	588	1.250
18	Desa Sumillin	205	200	405
19	Desa Maipi	391	409	800
Total Jumlah Penduduk		19.481	19.785	39.266

Sumber: BPS Luwu Utara tahun 2024

2. Analisis Perilaku Ekonomi Pedagang Sagu dalam Perspektif Etika Bisnis Islam di Kecamatan Masamba

Dari hasil penelitian lapangan diperoleh data yang memberikan banyak informasi tentang perilaku ekonomi pedagang sagu dalam perspektif etika bisnis islam di Kecamatan Masamba. Penelitian dilakukan dengan mewawancarai pedagang sagu dan pembeli/konsumen sagu di Kecamatan Masamba yang mayoritas penduduknya muslim. Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu utara merupakan daerah yang potensial dan memberi banyak keuntungan kepada

masyarakat yang mau bekerja dan berusaha, khususnya dibidang usaha penjualan sagu, dimana Kecamatan Masamba merupakan salah satu daerah penghasil sagu. Sehingga mayoritas masyarakatnya bekerja sebagai pedagang sagu dan petani sagu.

a. Faktor-Faktor yang Memotivasi Pelaku Ekonomi Pedagang Sagu di Kecamatan Masamba

Berdasarkan hasil wawancara dengan tiga informan yang berprofesi sebagai pedagang sagu di Kecamatan Masamba, ditemukan bahwa terdapat beragam alasan yang mendorong mereka untuk menekuni usaha ini. Alasan-alasan tersebut mencerminkan kondisi sosial, ekonomi, dan budaya yang berkembang di masyarakat.

Salah satu informan menyampaikan bahwa dirinya hanya melanjutkan usaha keluarga, karena sejak dulu orang tuanya sudah menjalankan pekerjaan ini. Ia pun memilih untuk tetap berdagang sagu karena merasa tidak memiliki keahlian lain yang bisa dijadikan sumber penghasilan. Seperti diungkapkan oleh ibu Sartika yang mengatakan bahwa:

“Usaha menjual sagu ini sudah menjadi usaha keluarga nak, saya ini cuma melanjutkan saja, karena saya juga tidak punya keahlian lain kasian, makanya saya memilih menjual sagu saja.”⁴⁶

Informan lain menuturkan bahwa awalnya ia mulai berdagang sagu karena tidak ada pekerjaan lain yang bisa dilakukan pada waktu itu. Namun, seiring berjalannya waktu, ia merasa nyaman dan menikmati pekerjaan tersebut

⁴⁶ Sartika, wawancara Pedagang Sagu Kecamatan Masamba pada Selasa, 01 Juli 2025.

karena dapat mengatur waktu secara mandiri sesuai kebutuhan keluarga. Hal ini diungkapkan oleh ibu Diana, beliau mengatakan bahwa:

“Karena tidak ada kerjaan lain waktu itu. Tapi lama-lama senangji juga, bisa atur sendiri waktu.”⁴⁷

Pernyataan tersebut mencerminkan bahwa tradisi keluarga memiliki peran besar dalam membentuk pilihan ekonomi masyarakat setempat, khususnya dalam mempertahankan usaha yang telah dianggap sebagai sumber utama penghidupan. Selain itu dalam prosesnya, usaha ini justru memberikan kenyamanan karena memungkinkan pelakunya untuk bekerja secara mandiri dan fleksibel, serta tetap dapat memenuhi kebutuhan keluarga.

Sebagian besar pedagang menjual jenis sagu basah yang diperoleh dari daerah sekitar. Hal ini menunjukkan bahwa ketersediaan bahan baku sagu yang dapat diperoleh dengan mudah, sehingga hal tersebut juga menjadi faktor pendukung bagi para pedagang. Sebagaimana dijelaskan oleh ibu Ida bahwa:

“Beli dari orang lain dek, yang di daerah radda.”⁴⁸

Hal ini menunjukkan adanya kemudahan akses terhadap bahan baku sagu, baik melalui pengolahan sendiri maupun membeli dari wilayah lain yang memang dikenal sebagai penghasil sagu.

Dalam perkembangannya, pasar untuk sagu Masamba mulai meluas hingga ke luar daerah seperti Morowali, Makassar, Palu, dan Poso. Hal ini berkontribusi pada meningkatnya keuntungan para pedagang. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Sartika bahwa:

⁴⁷ Diana, wawancara Pedagang Sagu Kecamatan Masamba pada Selasa, 01 Juli 2025.

⁴⁸ Ida, wawancara Pedagang Sagu Kecamatan Masamba pada Selasa, 01 Juli 2025.

“Dulu itu keuntungan dari jual sagu kurang bagus kasian, tapi alhamdulillah sekarang sudah lumayan mi untungnya cukup mi untuk kebutuhan hari-hari dirumah karena banyak mi pembeli dari morowali, makassar, palu dengan poso.”⁴⁹

Dari segi ekonomi, informan lain mengungkapkan bahwa hasil berdagang sagu meskipun tidak besar, namun sudah cukup untuk mencukupi kebutuhan pokok sehari-hari. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Ida yaitu:

“Alhamdulillah cukup ji. Walau tidak besar kasian, tapi bisa ji dipake untuk makan, bayar sekolahnya anak-anak, dengan kebutuhan rumah tangga lainnya.”⁵⁰

Namun demikian, dalam menjalankan usaha ini, para pedagang juga menghadapi sejumlah kendala, terutama yang berkaitan dengan faktor cuaca dan musim. Hal ini disampaikan oleh Ibu Ida yang mengatakan bahwa:

“Kendalanya itu kalau musim hujan dengan musim buah-buahan. Karena kalau musim hujan air yang dipake itu kurang bagus jadi na pengaruhi mi juga kualitas sagunya.”⁵¹

Informan lain juga mengungkap kendala atau tantangan yang ia hadapi, terutama dalam hal persaingan dan kualitas produk. Persaingan antarpengjual semakin meningkat, sehingga kualitas sagu harus benar-benar dijaga agar pelanggan tetap setia. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Diana:

“Saingan banyakmi sekarang. Kalau sagu jelek, pembeli bisa tidak kembali.”⁵²

Hal ini menunjukkan bahwa tidak hanya terkendala cuaca atau musim, pedagang sagu juga menghadapi kendala dalam hal persaingan antar pedagang sagu.

⁴⁹ Sartika, wawancara Pedagang Sagu Kecamatan Masamba pada Selasa, 01 Juli 2025.

⁵⁰ Ida, wawancara Pedagang Sagu Kecamatan Masamba pada Selasa, 01 Juli 2025.

⁵¹ Ida, wawancara Pedagang Sagu Kecamatan Masamba pada Selasa, 01 Juli 2025.

⁵² Diana, wawancara Pedagang Sagu Kecamatan Masamba pada Selasa, 01 Juli 2025.

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa motivasi para pedagang sagu di Kecamatan Masamba dalam menjalankan usahanya dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain keterwarisan usaha dari keluarga, keterbatasan pilihan pekerjaan, fleksibilitas waktu kerja, dan kemudahan memperoleh bahan baku sagu dari daerah sekitar. Selain itu, meningkatnya permintaan dari luar daerah turut memberikan dorongan ekonomi bagi para pedagang untuk terus menjalankan usaha ini. Meskipun demikian, mereka tetap menghadapi sejumlah tantangan, seperti kondisi cuaca yang mempengaruhi kualitas sagu serta persaingan usaha yang semakin ketat, yang menuntut pedagang untuk menjaga mutu produk agar dapat mempertahankan pelanggan.

b. Pemahaman Pedagang Sagu Terhadap Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam merupakan seperangkat nilai dan prinsip moral yang bersumber dari ajaran Islam dan menjadi pedoman dalam aktivitas ekonomi, termasuk dalam kegiatan berdagang. Prinsip-prinsip seperti kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan menjauhi praktik yang merugikan orang lain (gharar, riba, penipuan) menjadi landasan utama dalam membentuk perilaku bisnis yang sesuai dengan syariat Islam. Namun demikian, tidak semua pelaku usaha di sektor tradisional memiliki pemahaman yang formal atau mendalam terhadap konsep tersebut.

Dalam konteks ini, peneliti menggali sejauh mana pemahaman pedagang sagu di Kecamatan Masamba terhadap etika bisnis Islam melalui wawancara langsung. Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar informan tidak secara khusus mengetahui atau memahami konsep etika bisnis dalam Islam

secara teori, namun tetap mempraktikkan nilai-nilai dasar yang mencerminkan prinsip-prinsip etika Islam dalam kegiatan berdagang.

Sebagaimana yang disampaikan oleh salah satu informan yaitu Ibu Diana:

“Saya tidak tahu kalau ada pale aturan khusus dalam Islam soal berdagang. Selama ini saya berdagang sesuai kebiasaan saja. Kalau ada yang salah, ya saya belajar pelan-pelan.”⁵³

Hampir senada dengan Ibu Diana, informan lain yaitu Ibu Sartika juga menyampaikan bahwa:

“Terus terang saya tidak terlalu saya tahu kasian anu begitu. Tidak pernah pi ka belajar seperti itu. Tapi yang saya tahu itu kalau dalam islam itu tidak boleh ki memaksa orang untuk membeli, harus ki jujur, kalau ma takar atau ma timbang ki harus sesuai tidak boleh curang.”⁵⁴

Pernyataan dari kedua infoman tersebut menunjukkan bahwa praktik berdagang yang dilakukan lebih banyak didasarkan pada pengalaman dan kebiasaan lokal, bukan dari pemahaman formal terhadap konsep etika bisnis Islam.

Namun, ketika ditanya nilai-nilai apa yang menjadi pegangan dalam berdagang, informan tersebut menunjukkan prinsip-prinsip yang sejalan dengan ajaran Islam, sebagaimana diungkapkan oleh Ibu Sartika bahwa:

“Nilai yang saya pegang itu ya jujur. Saya usahakan tidak menipu pembeli, apa adanya saja. Kalau sagunya kurang bagus, saya bilang terus terang. Saya pikir kalau kita jujur, pembeli juga percaya dan bisa kembali beli lagi.”⁵⁵

Pemahaman serupa mengenai pentingnya kejujuran dalam berdagang. Seperti disampaikan oleh Ibu Ida dalam kutipan berikut:

⁵³ Diana, wawancara Pedagang Sagu Kecamatan Masamba pada Selasa, 01 Juli 2025.

⁵⁴ Sartika, wawancara Pedagang Sagu Kecamatan Masamba pada Selasa, 01 Juli 2025.

⁵⁵ Sartika, wawancara Pedagang Sagu Kecamatan Masamba pada Selasa, 01 Juli 2025.

“Saya selalu berusaha supaya tidak merugikan orang. Kalau ada komplain, saya terima. Saya juga ndak pernah main curang soal timbangan. Bagi saya yang penting dagang dengan hati tenang..”⁵⁶

Pernyataan dari kedua informan tersebut menunjukkan bahwa meskipun para pedagang tidak secara formal memahami konsep etika bisnis Islam, namun dalam praktik kesehariannya mereka telah menerapkan nilai-nilai utama yang menjadi fondasi dalam etika bisnis menurut ajaran Islam, seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab terhadap konsumen. Kejujuran dalam menyampaikan kualitas barang, tidak menipu dalam timbangan, serta kesediaan menerima keluhan dari pembeli adalah bentuk nyata dari perilaku bisnis yang etis. Hal ini sejalan dengan prinsip *sidq* (jujur), *‘adl* (adil), dan *amanah* (dapat dipercaya) dalam Islam.

Berdasarkan hasil wawancara antara peneliti dan informan yang telah disebutkan, dapat disimpulkan bahwa para pedagang sagu di Kecamatan Masamba pada dasarnya telah menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam praktik berdagang mereka, meskipun tanpa pemahaman formal atau teoritis terhadap konsep tersebut. Praktik seperti jujur dalam berjualan, tidak memaksakan pembeli, menjaga timbangan, dan menerima komplain dengan terbuka merupakan wujud nyata dari nilai-nilai Islam yang mencerminkan prinsip kejujuran (*sidq*), keadilan (*‘adl*), dan amanah dalam bermuamalah. Hal ini menunjukkan bahwa etika bisnis dalam Islam tidak selalu harus dipahami melalui pendekatan akademik atau normatif, melainkan dapat tumbuh secara alamiah melalui pengalaman, nilai budaya, dan kesadaran religius yang terbentuk dalam keseharian pedagang.

⁵⁶ Sartika, wawancara Pedagang Sagu Kecamatan Masamba pada Selasa, 01 Juli 2025.

c. Perilaku Jual Beli Sagu Yang Dilakukan Pedagang Sagu Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam

Dalam penelitian ini, peneliti meninjau perilaku jual beli para pedagang sagu di Kecamatan Masamba berdasarkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang meliputi nilai jujur (*sidq*), amanah, adil (*'adl*), tidak menipu (*ghisy*), niat karena Allah, serta tanggung jawab sosial. Melalui wawancara langsung dengan beberapa pedagang dan juga pembeli, maka diperoleh gambaran sebagai berikut:

a) Jujur (*Sidq*)

Kejujuran merupakan salah satu prinsip utama dalam etika bisnis Islam yang mengharuskan pedagang menyampaikan kondisi barang sebagaimana adanya, tanpa menutup-nutupi kekurangan yang ada. Hasil wawancara menunjukkan bahwa para pedagang sagu di Kecamatan Masamba umumnya menjunjung tinggi nilai kejujuran ini dalam praktik jual belinya. Hal ini sesuai dengan apa yang disampaikan oleh salah satu pedagang sagu yaitu Ibu Ida:

“Iye saya kasih tahu kalau memang sagunya kurang bagus, saya bilang ke pembeli dan biasanya saya kasih saja harga lebih murah.”⁵⁷

Ibu Ida juga menambahkan bahwa:

“Biasa juga tergoda, apalagi kalau stok mulai menipis atau habis’i. Tapi saya selalu ingat kalau menjual ki itu ibadah nah kalau di tipu orang atau bohong, saya yang berdosa, untung banyak ki memang tapi tidak berkah itu rejeki yang didapat baru pasti pembeli kapok mi beli sama kita kalau ketahuan ki bohong.”⁵⁸

Hal ini menunjukkan bahwa meskipun sempat tergoda untuk menutupi kekurangan barang demi keuntungan, namun informan tersebut memilih tetap jujur karena pertimbangan nilai agama.

⁵⁷ Ida, wawancara Pedagang Sagu Kecamatan Masamba pada Selasa, 01 Juli 2025.

⁵⁸ Ida, wawancara Pedagang Sagu Kecamatan Masamba pada Selasa, 01 Juli 2025.

Sikap jujur ini juga diakui oleh para pembeli. Seorang pembeli yang menjadi informan dalam penelitian ini menyatakan bahwa ia merasa percaya dan nyaman membeli sagu dari penjual langganannya karena kejujuran yang ditunjukkan. Ibu Linda selaku pembeli mengungkapkan bahwa:

“Kalau saya beli di situ karena dia jujurmi orangnya. Kalau sagunya agak kurang bagus, dia kasih tahu dulu. Jadi saya tidak pernah rasa tertipu.”⁵⁹

Hal senada disampaikan juga oleh pembeli lain yaitu Ibu Marni yang mengungkapkan bahwa:

“Iye na kasih tau ji ki.”⁶⁰

Namun berbeda dengan pendapat informan yang lain yang juga merupakan pembeli yaitu Ibu Eva, ia mengungkapkan bahwa:

“Kadang tidak na bilang, nanti sampai ki dirumah baru diperhatikan kalau sagunya kurang bersih.”⁶¹

Hal ini menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar pedagang sagu di Kecamatan Masamba telah menunjukkan sikap jujur dalam transaksi, penerapannya belum sepenuhnya merata. Pengakuan dari Ibu Linda dan Ibu Marni memperkuat temuan bahwa kejujuran pedagang menjadi faktor penting yang membangun kepercayaan konsumen, namun pernyataan Ibu Eva mencerminkan bahwa masih ada pedagang yang belum konsisten dalam menyampaikan kondisi sebenarnya dari barang dagangan mereka.

Berdasarkan hasil wawancara antara peneliti dan informan yang telah disebutkan, dapat disimpulkan bahwa nilai kejujuran dalam praktik jual beli sagu di Kecamatan Masamba telah menjadi prinsip yang dijunjung oleh

⁵⁹ Linda, wawancara Pembeli Sagu Kecamatan Masamba pada Rabu, 02 Juli 2025.

⁶⁰ Marni, wawancara Pembeli Sagu Kecamatan Masamba pada Rabu, 02 Juli 2025.

⁶¹ Eva, wawancara Pembeli Sagu Kecamatan Masamba pada Rabu, 02 Juli 2025.

sebagian besar pedagang, meskipun belum diterapkan secara merata oleh semua pelaku usaha. Pedagang yang memiliki kesadaran akan pentingnya kejujuran tidak hanya mempertimbangkan aspek keuntungan duniawi, tetapi juga menempatkan aktivitas berdagang sebagai bagian dari ibadah yang menuntut kejujuran dan tanggung jawab moral. Hal ini sejalan dengan prinsip etika bisnis Islam yang menempatkan *sidq* (jujur) sebagai fondasi utama dalam muamalah, serta menegaskan bahwa kepercayaan konsumen terbentuk dari komitmen pedagang dalam menyampaikan kondisi barang secara transparan.

b) Amanah

Amanah merupakan salah satu prinsip utama dalam etika bisnis Islam yang menuntut kejujuran dan tanggung jawab dalam menjaga hak orang lain, termasuk dalam hal takaran dan timbangan. Dalam konteks perdagangan sagu di Kecamatan Masamba, para pedagang umumnya menunjukkan sikap amanah dengan menjaga kesesuaian takaran barang yang dijual kepada konsumen.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang sagu menggunakan ukuran tetap yang dikenal oleh masyarakat, seperti “balabba”, yaitu karung kecil dengan kapasitas sekitar 15 kg. Ibu Sartika, salah satu pedagang sagu, menjelaskan bahwa:

“Saya jual sagu dalam bentuk karung kecil/balabba, mungkin beratnya itu sekitar 15 kg, ada juga dalam ukuran karung besar. Kalau dijual dalam bentuk balabba nak, dijamin sesuai ji karena sudah di sesuaikan memang mi takarannya.”⁶²

Meskipun tidak menggunakan timbangan digital secara langsung, para pedagang mengandalkan ukuran konvensional yang sudah lama diterapkan

⁶² Sartika, wawancara Pedagang Sagu Kecamatan Masamba pada Selasa, 01 Juli 2025.

secara turun-temurun. Mereka tetap berupaya menjaga konsistensi dan keadilan dalam takaran. Sebagaimana disampaikan oleh Ibu Sartika:

“Saya tidak pakai timbangan, tapi sudah pakai ukuran tetap, yaitu satu balabba. Itu karung kecil yang dari dulu sudah biasa dipakai. Ukurannya sama semua, jadi pembeli juga sudah tahu dan percaya. Saya tidak pernah kurangi isinya.”⁶³

Dalam kasus tertentu, ketika terjadi kekeliruan takaran yang disebabkan oleh kelalaian, pedagang tetap menunjukkan sikap bertanggung jawab. Hal ini tercermin dalam pernyataan yang disampaikan oleh Ibu Diana berikut ini:

“Pernah, waktu itu karena buru-buru. Tapi saya ingat ji muka/wajah pembelinya, jadi pas dia datang lagi saya kasih tambahan. Saya bilang jujur ke dia, dan dia malah makin percaya sama saya.”⁶⁴

Sikap amanah ini juga diakui oleh para pembeli. Salah satu pembeli yaitu Ibu Ayu menyampaikan bahwa:

“Saya tidak pernah ukur ulang, tapi kelihatannya sesuai ji.”⁶⁵

Sementara itu, Ibu Eva yang juga merupakan pembeli, menyampaikan pengalamannya ketika membeli sagu, namun takarannya tidak sesuai:

“Biasa tidak sesuai juga caranya ma takar, kadang lebih sedikit dilihat kalau dibandingkan ditempat lain”⁶⁶

Bila pembeli merasa takaran tidak sesuai biasanya penjual/pedagang akan memberikan tambahan sagu agar takarannya sesuai. Hal ini sesuai dengan pernyataan salah satu pembeli yaitu Ibu Ayu mengatakan bahwa:

“Pernah ukurannya kurang menurut saya. Kalau komplek biasanya langsung di tambahkan sagunya”⁶⁷

⁶³ Sartika, wawancara Pedagang Sagu Kecamatan Masamba pada Selasa, 01 Juli 2025.

⁶⁴ Diana, wawancara Pedagang Sagu Kecamatan Masamba pada Selasa, 01 Juli 2025.

⁶⁵ Ayu, wawancara Pembeli Sagu Kecamatan Masamba pada Rabu, 02 Juli 2025.

⁶⁶ Eva, wawancara Pembeli Sagu Kecamatan Masamba pada Rabu, 02 Juli 2025.

⁶⁷ Ayu, wawancara Pembeli Sagu Kecamatan Masamba pada Rabu, 02 Juli 2025.

Pernyataan dari informan pembeli memperkuat bahwa pedagang sagu di Kecamatan Masamba tidak hanya menjaga amanah melalui ukuran tetap yang dipercaya, tetapi juga menunjukkan sikap terbuka dan bertanggung jawab ketika terjadi ketidaksesuaian. Hal ini sesuai dengan prinsip amanah dalam Islam, yaitu memelihara kepercayaan dan tidak mengurangi hak orang lain dalam aktivitas muamalah.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa praktik amanah telah menjadi bagian dari kebiasaan berdagang para pelaku usaha sagu di Kecamatan Masamba, meskipun dilakukan secara tradisional tanpa alat ukur modern, namun nilai kepercayaan dan tanggung jawab tetap dijaga secara konsisten.

c) Adil

Dalam prinsip etika bisnis Islam, keadilan menjadi landasan penting yang mengatur interaksi antara penjual dan pembeli. Seorang pedagang yang adil adalah pedagang yang tidak memberatkan pembeli, menetapkan harga sesuai dengan kualitas dan modal, serta memberikan perlakuan yang proporsional kepada semua konsumen.

Dari hasil wawancara, ditemukan bahwa pedagang sagu di Kecamatan Masamba pada umumnya telah berupaya menerapkan prinsip keadilan dalam menetapkan harga jual. Ibu Diana, salah satu pedagang sagu, menyampaikan:

“Saya buat hitung-hitung dari modal, ongkos angkut, lalu saya sesuaikan dengan kualitas. Saya juga cek harga di penjual lain supaya tidak jauh beda.”⁶⁸

⁶⁸ Diana, wawancara Pedagang Sagu Kecamatan Masamba pada Selasa, 01 Juli 2025.

Hal serupa diungkapkan oleh Ibu Ida, pedagang lain yang juga menjelaskan bahwa:

“Saya lihat harga pasar juga, terus disesuaikan dengan modal. Biasanya saya ambil untung sedikit ji, yang penting cepat laku. Kalau kualitasnya bagus, kadang saya naikan sedikit.”⁶⁹

Mengenai harga yang diterapkan, pedagang menyebutkan variasi harga yang disesuaikan dengan ukuran dan jenis kemasan sagu, seperti yang disampaikan oleh Ibu Sartika dalam kutipan wawancara berikut:

“Kalau karung besar harga 130.000, kalau karung kecil harganya 25.000, yang sedang itu harganya 50.000.”⁷⁰

Karena Ibu Diana menggunakan takaran dari wadah plasti beliau menjual sagunya relatif lebih murah, seperti yang disampaikan dalam kutipan wawancara berikut:

“1 wadah plastik itu 5.000, tapi isinya saya kasih penuh”⁷¹

Selain itu, sikap adil juga tampak dalam konsistensi harga kepada semua pembeli, dengan sedikit toleransi untuk pembeli dalam jumlah besar atau pelanggan tetap. Ibu Ida menyatakan:

“Sebisa mungkin sama. Tapi kalau ada yang beli banyak atau langganan, kadang saya ku kasih potongan. Saya tetap jaga agar tidak merugikan.”⁷²

Bentuk lain dari keadilan ini juga diperlihatkan dalam cara pedagang memberi tambahan barang sebagai bentuk apresiasi terhadap pelanggan, seperti yang disampaikan oleh Ibu Diana:

“Sama semua ji sebenarnya saya kasih harga, cuma biasa kan ada yang beli dalam jumlah banyak jadi saya cuma kasih lebih-lebih saja sagunya.”⁷³

⁶⁹ Ida, wawancara Pedagang Sagu Kecamatan Masamba pada Selasa, 01 Juli 2025.

⁷⁰ Sartika, wawancara Pedagang Sagu Kecamatan Masamba pada Selasa, 01 Juli 2025.

⁷¹ Diana, wawancara Pedagang Sagu Kecamatan Masamba pada Selasa, 01 Juli 2025.

⁷² Ida, wawancara Pedagang Sagu Kecamatan Masamba pada Selasa, 01 Juli 2025.

Dari sisi konsumen, mayoritas pembeli menilai bahwa para pedagang sagu telah bersikap adil dalam praktik jual beli. Seorang pembeli yaitu Ibu Marni mengungkapkan bahwa:

“Menurut saya, kebanyakan sudah adil.” ⁷⁴

Namun ada pula pembeli yang mengakui bahwa tidak semua pedagang berlaku adil, seperti yang diungkapkan oleh Ibu Rahayu:

“Ada ji satu dua yang tidak adil, tapi mayoritas adil ji.” ⁷⁵

Hal ini menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar pedagang telah berupaya menjalankan keadilan dalam menetapkan harga dan melayani konsumen, masih ada segelintir praktik yang perlu mendapat perhatian agar prinsip keadilan benar-benar diterapkan secara menyeluruh.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dan informan dapat disimpulkan bahwa praktik keadilan dalam perdagangan sagu di Kecamatan Masamba sudah cukup kuat, baik dari sisi penetapan harga maupun perlakuan terhadap konsumen, meskipun masih ada ruang untuk perbaikan dalam penerapannya secara merata.

d) Tidak Menipu

Dalam ajaran Islam, menipu dalam jual beli termasuk ke dalam perbuatan yang sangat dilarang. Rasulullah SAW dengan tegas mencela praktik kecurangan dalam perdagangan. Menipu dalam konteks ini tidak hanya terbatas pada manipulasi timbangan, tetapi juga meliputi menyembunyikan cacat barang,

⁷³ Diana, wawancara Pedagang Sagu Kecamatan Masamba pada Selasa, 01 Juli 2025.

⁷⁴ Marni, wawancara Pembeli Sagu Kecamatan Masamba pada Rabu, 02 Juli 2025.

⁷⁵ Rahayu, wawancara Pembeli Sagu Kecamatan Masamba pada Rabu, 02 Juli 2025.

mencampur kualitas, hingga tidak memberikan informasi yang jelas kepada pembeli.

Hasil wawancara dengan para pedagang sagu menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang memiliki kesadaran tinggi untuk menghindari praktik penipuan dalam berdagang. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Sartika:

“Pernah, tapi biasanya itu ku kasih tahu ji pembeli kalau itu sagu lama mi. Biar na tahu dari awal. Kalau tidak laku-laku pale nah, biasa saya pake sendiri ji atau ku kasih tetangga ku.”⁷⁶

Hal serupa juga dikemukakan oleh pedagang lain, Ibu Ida:

“Kalau ada sagu yang lama, saya biasanya pisahkan dan saya kasih harga lebih murah, tapi tetap saya bilang ke pembeli.”⁷⁷

Pernyataan dari kedua pedagang tersebut menunjukkan bahwa pedagang tidak menyembunyikan informasi mengenai kualitas barang dagangan. Bahkan ketika sagu sudah lama disimpan, pedagang memilih memberi tahu pembeli atau menggunakan sendiri barang tersebut daripada menjual secara diam-diam.

Terkait praktik mencampur sagu atau mengurangi kualitas tanpa pemberitahuan, para pedagang menegaskan bahwa mereka tidak melakukannya karena alasan moral dan keimanan. Ibu Sartika selaku pedagang menyatakan bahwa:

“Tidak pernah. Takut ka takut berdosa kalau menipu. Karena saya pikir kalau kita jujur, pasti pembeli juga percaya dan kembali lagi membeli.”⁷⁸

Senada dengan Ibu Sartika, Ibu Ida juga mengungkapkan bahwa:

“Tidak. Ndak mau ka ambil resiko. Kita dagang bukan cuma cari untung, tapi juga cari berkah.”⁷⁹

⁷⁶ Sartika, wawancara Pedagang Sagu Kecamatan Masamba pada Selasa, 01 Juli 2025.

⁷⁷ Ida, wawancara Pedagang Sagu Kecamatan Masamba pada Selasa, 01 Juli 2025.

⁷⁸ Sartika, wawancara Pedagang Sagu Kecamatan Masamba pada Selasa, 01 Juli 2025.

⁷⁹ Ida, wawancara Pedagang Sagu Kecamatan Masamba pada Selasa, 01 Juli 2025.

Keterangan para pedagang ini mencerminkan nilai keislaman yang kuat dalam menjaga integritas bertransaksi. Kejujuran dan ketakutan akan dosa menjadi motivasi utama mereka untuk menghindari praktik kecurangan dalam jual beli.

Namun demikian, dari sisi konsumen, terdapat keragaman pengalaman. Salah satu pembeli menyampaikan bahwa ia belum pernah mengalami penipuan secara langsung, namun ia mendengar bahwa praktik tersebut memang pernah terjadi, seperti yang diungkapkan oleh Ibu Linda:

“Pernah dengar, tapi saya belum pernah alami.”⁸⁰

Sementara itu, pembeli lain menyampaikan pengalaman kurang menyenangkan saat membeli dari tempat yang bukan langganannya, seperti yang disampaikan oleh Ibu Rahayu:

“Pernah, sagunya dicampur dengan yang lama. Begitu mi biasa kalau beli di tempat lain, bukan dilanggan karena biasa stoknya habis jadi pindah tempat lain, nah ternyata dapat sagu yang sudah tidak bagus mi.”⁸¹

Hal ini menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar pedagang sagu di Kecamatan Masamba sudah menjauhi praktik penipuan dan berusaha menjaga kualitas kejujuran dalam berdagang, namun praktik tersebut belum sepenuhnya hilang. Masih ada oknum pedagang yang mencampur sagu berkualitas rendah tanpa pemberitahuan, terutama kepada pembeli yang bukan pelanggan tetap.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dan informan, maka dapat disimpulkan bahwa prinsip tidak menipu dalam etika bisnis Islam sudah banyak diterapkan oleh pedagang sagu di Kecamatan Masamba, meskipun

⁸⁰ Linda, wawancara Pembeli Sagu Kecamatan Masamba pada Rabu, 02 Juli 2025.

⁸¹ Rahayu, wawancara Pembeli Sagu Kecamatan Masamba pada Rabu, 02 Juli 2025.

implementasinya belum merata sepenuhnya. Hal ini menjadi catatan penting bagi pembinaan etika usaha agar seluruh pelaku perdagangan dapat konsisten dalam menjunjung tinggi kejujuran dan transparansi kepada konsumen.

e) Niat Karena Allah

Dalam etika bisnis Islam, niat (*niyyah*) menjadi aspek yang sangat fundamental dalam menentukan nilai amal seseorang, termasuk dalam kegiatan berdagang. Sebagaimana sabda Rasulullah SAW:

“Sesungguhnya setiap amal tergantung pada niatnya.” (HR. Bukhari dan Muslim).

Berdagang dalam Islam tidak semata-mata ditujukan untuk mencari keuntungan duniawi, tetapi juga dapat bernilai ibadah apabila diniatkan karena Allah dan dijalankan dengan prinsip-prinsip syariah seperti kejujuran, keadilan, dan amanah. Hasil wawancara dengan para pedagang sagu menunjukkan bahwa terdapat kesadaran religius yang kuat dalam memaknai aktivitas berdagang mereka. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Sartika:

“Saya berdagang untuk membantu ekonominya keluargaku, tapi saya niatkan juga karena Allah. Supaya usaha ku ini jadi jalan yang halal untuk cari rezeki.”⁸²

Pernyataan ini menunjukkan bahwa orientasi utama pedagang tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan ekonomi, tetapi juga menjadikan aktivitas jual beli sebagai bagian dari ibadah. Hal ini dipertegas oleh pernyataan pedagang lain yaitu Ibu Diana yang menyatakan bahwa:

“Tujuannya yah supaya usaha saya ini berkembang, tapi tetap saya niatkan sebagai usaha halal. Jadi bukan cuma cari uang, tapi juga biar berkah.”⁸³

⁸² Sartika, wawancara Pedagang Sagu Kecamatan Masamba pada Selasa, 01 Juli 2025.

Kedua pernyataan di atas mencerminkan kesadaran bahwa keberkahan dan nilai ibadah dalam berdagang hanya dapat diraih jika diniatkan karena Allah dan dilakukan dengan cara yang benar.

Lebih lanjut, ketika ditanya apakah berdagang dianggap sebagai ibadah atau hanya pekerjaan biasa, para pedagang menjawab dengan refleksi keimanan yang mendalam. Salah satu pedagang yaitu Ibu Sartika mengatakan bahwa:

“Kalau niatnya baik, tidak menipu, insyaAllah jadi ibadah. Kita membantu orang dapat makanan, itu juga bisa jadi pahala.”⁸⁴

Ibu Ida juga menambahkan bahwa:

“Saya anggap dua-duanya. Bisa jadi ibadah kalau diniatkan karena Allah dan dilakukan dengan cara yang benar.”⁸⁵

Dari pernyataan-pernyataan tersebut menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi dalam pandangan para pedagang tidak terlepas dari dimensi spiritual. Mereka menyadari bahwa berdagang dapat bernilai ibadah jika dilandasi dengan niat yang benar dan dilaksanakan sesuai ajaran agama.

Kesadaran ini juga tercermin dalam cara mereka memandang rezeki. Kedua pedagang menyatakan keyakinan bahwa keuntungan yang diperoleh berasal dari Allah. Seperti yang dikatakan oleh salah seorang pedagang yaitu Ibu:

“Saya percaya rezeki itu Allah yang atur. Kadang dagangan sepi, tapi ada saja jalan keluar. Itu yang saya syukuri.”⁸⁶

Hal senada pun disampaikan oleh Ibu Diana:

⁸³ Diana, wawancara Pedagang Sagu Kecamatan Masamba pada Selasa, 01 Juli 2025.

⁸⁴ Sartika, wawancara Pedagang Sagu Kecamatan Masamba pada Selasa, 01 Juli 2025.

⁸⁵ Ida, wawancara Pedagang Sagu Kecamatan Masamba pada Selasa, 01 Juli 2025.

⁸⁶ Sartika, wawancara Pedagang Sagu Kecamatan Masamba pada Selasa, 01 Juli 2025.

“Iya, saya percaya itu. Karena kadang kita sudah usaha maksimal, tapi tetap ada hari-hari sepi. Tapi ujung-ujungnya selalu ada jalan. Itu saya yakin dari Allah.”⁸⁷

Hal ini menegaskan bahwa dalam menjalankan usaha, para pedagang tetap bersandar pada keimanan bahwa hasil akhirnya adalah takdir dan karunia dari Allah. Dengan demikian, mereka mengedepankan nilai tawakal dan rasa syukur dalam menjalani dinamika usaha.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa indikator "niat karena Allah" telah tercermin dengan baik dalam perilaku ekonomi pedagang sagu di Kecamatan Masamba. Mereka menjadikan aktivitas berdagang bukan hanya sebagai sumber penghidupan, tetapi juga sebagai jalan menuju keberkahan dan nilai ibadah, sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam.

f) Tanggungjawab Sosial

Dalam perspektif etika bisnis Islam, pedagang tidak hanya berorientasi pada keuntungan pribadi, tetapi juga dituntut untuk memiliki tanggung jawab sosial terhadap masyarakat di sekitarnya. Prinsip tolong-menolong (*ta'awun*), peduli sesama (*ukhuwah*), dan kebaikan sosial menjadi bagian penting dalam menjalankan usaha yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga bermanfaat secara sosial dan spiritual.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa para pedagang sagu di Kecamatan Masamba memiliki kesadaran sosial dalam menjalankan aktivitas ekonominya. Hal ini terlihat dari sikap mereka dalam menghadapi keluhan konsumen. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Ida:

⁸⁷ Diana, wawancara Pedagang Sagu Kecamatan Masamba pada Selasa, 01 Juli 2025.

“Kalau ada pembeli yang mengeluh, saya langsung minta maaf dan tawarkan ganti sagu yang lain. Saya tidak mau mereka kecewa karena itu bisa pengaruhi kepercayaan mereka.”⁸⁸

Sementara pedagang lain menjelaskan pendekatannya yang lebih komunikatif namun tetap solutif. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Sartika:

“Biasanya saya jelaskan dulu kenapa sagunya bisa begitu, tapi tetap usahakan ganti kalau mereka benar-benar tidak puas.”⁸⁹

Pernyataan dari kedua pedagang tersebut menunjukkan bahwa pedagang tidak bersikap enggan mengakui kesalahan sebagai bentuk pembelaan diri, melainkan responsif dan bertanggung jawab terhadap kualitas produk yang mereka jual. Mereka sadar bahwa menjaga kepercayaan konsumen adalah bagian dari tanggung jawab sosial dalam berdagang.

Tanggung jawab sosial juga tercermin dalam kepedulian terhadap kondisi ekonomi masyarakat sekitar. Ketika ditanya apakah pernah membantu dengan memberikan harga murah atau sagu gratis, seperti yang disampaikan oleh Ibu:

“Iye pernah, biasanya saya kasih harga murah kalau saya tahu orangnya susah. Saya lihat-lihat situasi juga, kadang tergantung stok sagu yang saya punya.”⁹⁰

Salah satu pedagang yaitu Ibu mengungkapkan bahwa:

“Iye, sering. Apalagi kalau ada tetangga yang lagi susah atau ada acara duka. Saya biasa kasih sagu tanpa minta bayaran. Karena kalau satu kampung ki harus saling membantu.”⁹¹

Hal ini menunjukkan adanya sikap empatik yang seimbang, yakni pedagang tetap memiliki semangat sosial tetapi juga menjaga keberlanjutan

⁸⁸ Ida, wawancara Pedagang Sagu Kecamatan Masamba pada Selasa, 01 Juli 2025.

⁸⁹ Sartika, wawancara Pedagang Sagu Kecamatan Masamba pada Selasa, 01 Juli 2025.

⁹⁰ Ida, wawancara Pedagang Sagu Kecamatan Masamba pada Selasa, 01 Juli 2025.

⁹¹ Sartika, wawancara Pedagang Sagu Kecamatan Masamba pada Selasa, 01 Juli 2025.

usaha mereka. Pedagang juga menunjukkan kepedulian kepada konsumen yang kekurangan uang, dengan memberikan bantuan kepada orang yang membutuhkan tanpa memandang latar belakang mereka dan penuh toleransi. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Sartika:

“Tetap saya kasih. Kadang saya bilang nanti pi dibayari kalau sudah ada uang.”⁹²

Namun sedikit berbeda pendapat dengan Ibu Diana yang menyatakan bahwa:

“Kalau kurangnya tidak terlalu banyak ji, tetap saya kasih sagunya, tapi kalau kurangnya banyak saya juga ndak berani apalagi kalau saya tidak kenal.”⁹³

Perbedaan pendapat ini mencerminkan bahwa sikap pedagang dalam menanggapi konsumen yang kekurangan uang dipengaruhi oleh tingkat kedekatan sosial dan pertimbangan kemampuan usaha masing-masing. Ibu Sartika menunjukkan sikap dermawan dan kepercayaan penuh kepada pembelinya, sedangkan Ibu Diana lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan, terutama bila pembeli bukan pelanggan tetap. Meski begitu, keduanya tetap menunjukkan nilai-nilai empati dan kepedulian sosial, yang menjadi bagian dari etika bisnis Islam dalam bermuamalah secara adil dan penuh pertimbangan.

Lebih lanjut, sikap pedagang yang merasa bertanggung jawab menjaga kualitas dan ketersediaan sagu juga menjadi wujud nyata tanggung jawab sosial. Mereka menyadari pentingnya konsistensi dalam layanan. Seperti dijelaskan oleh Ibu Ida:

⁹² Sartika, wawancara Pedagang Sagu Kecamatan Masamba pada Selasa, 01 Juli 2025.

⁹³ Diana, wawancara Pedagang Sagu Kecamatan Masamba pada Selasa, 01 Juli 2025.

“Saya selalu jaga kualitas karena nama baik juga penting. Kalau tidak ada stok, saya cari dulu biar tidak kecewakan pembeli.”⁹⁴

Hampir senada dengan Ibu Ida, Ibu Sartika juga menyampaikan bahwa:

“Iye, saya rasa itu tanggung jawab saya juga. Orang-orang di sini sudah terbiasa beli dari saya. Jadi saya usahakan stok selalu ada dan bagus.”⁹⁵

Dari sisi konsumen, tanggapan masyarakat terhadap tanggung jawab sosial pedagang cukup beragam. Beberapa menyatakan bahwa masih ada pedagang yang hanya mengejar keuntungan. Seperti yang diungkapkan salah satu pembeli yaitu Ibu Marni:

“Menurut saya, kebanyakan pedagang di sini tidak terlalu mikir soal masyarakat sekitar. Pokoknya yang penting laku saja. Tapi ada juga beberapa yang mau bantu kalau ada yang kesusahan.”⁹⁶

Namun sebagian besar pembeli/konsumen tetap mengakui adanya pedagang yang peduli. Salah satunya adalah Ibu Rahayu:

“Saya pernah liat sendiri, ada pembeli tidak cukup uang, terus tetap dikasih sugu. Itu artinya pedagang juga mikir soal orang lain, bukan cuma dagangnya saja.”⁹⁷

Ibu Eva juga berpendapat bahwa:

“Ada ji beberapa pedagang yang suka bantu orang, misalnya tetangga yang susah. Tapi ada juga yang cuma pikir untung. Jadi, tanggung jawab sosialnya beda-beda tiap orang.”⁹⁸

Hal ini menunjukkan bahwa tingkat tanggung jawab sosial antar pedagang memang tidak seragam, namun tetap terdapat praktik-praktik baik yang bisa dijadikan teladan.

⁹⁴ Ida, wawancara Pedagang Sagu Kecamatan Masamba pada Selasa, 01 Juli 2025.

⁹⁵ Sartika, wawancara Pedagang Sagu Kecamatan Masamba pada Selasa, 01 Juli 2025.

⁹⁶ Marni, wawancara Pembeli Sagu Kecamatan Masamba pada Rabu, 02 Juli 2025.

⁹⁷ Ayu, wawancara Pembeli Sagu Kecamatan Masamba pada Rabu, 02 Juli 2025.

⁹⁸ Eva, wawancara Pembeli Sagu Kecamatan Masamba pada Rabu, 02 Juli 2025.

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa pedagang sagu di Kecamatan Masamba secara umum menunjukkan kesadaran dan tanggung jawab sosial dalam menjalankan aktivitas ekonomi mereka. Sikap ini tercermin dalam upaya mereka menjaga kualitas produk, memberikan pelayanan yang responsif terhadap keluhan konsumen, serta kepedulian terhadap kondisi ekonomi masyarakat sekitar. Meskipun terdapat variasi dalam penerapan tanggung jawab social tergantung pada kedekatan sosial, ketersediaan stok, dan pertimbangan keberlangsungan usaha nilai-nilai seperti kejujuran, empati, saling tolong-menolong, dan niat ibadah menjadi landasan penting dalam praktik berdagang mereka.

Dari perspektif etika bisnis Islam, perilaku pedagang ini menunjukkan penerapan prinsip-prinsip dasar seperti *ta'awun* (tolong-menolong), *ukhuwah* (persaudaraan), dan keadilan dalam bermuamalah. Hal ini membuktikan bahwa aktivitas perdagangan tidak semata-mata bertujuan mencari keuntungan material, tetapi juga menjadi sarana untuk meraih keberkahan dan kontribusi sosial, baik secara langsung kepada konsumen maupun masyarakat sekitar.

B. Pembahasan

1. Faktor-Faktor yang Memotivasi Pelaku Ekonomi Pedagang Sagu di Kecamatan Masamba

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh bahwa motivasi pedagang sagu di Kecamatan Masamba dalam menjalankan aktivitas ekonomi mereka dipengaruhi oleh sejumlah faktor internal dan eksternal. Faktor utama yang paling dominan adalah keterwarisan usaha dari keluarga (warisan keluarga turun temurun), yang mencerminkan bahwa kegiatan berdagang sagu telah menjadi

bagian dari tradisi dan budaya ekonomi lokal. Kegiatan ini diwariskan secara turun-temurun, sehingga tidak hanya menjadi sumber penghasilan, tetapi juga identitas ekonomi keluarga.

Faktor lainnya yaitu keterbatasan pilihan pekerjaan di wilayah Masamba juga menjadi alasan kuat mengapa banyak warga memilih menjadi pedagang sagu. Dalam konteks ini, berdagang dianggap sebagai alternatif terbaik yang sesuai dengan potensi sumber daya lokal.

Selain itu faktor lainnya yang mendorong mereka tetap bertahan sebagai pedagang sagu adalah fleksibilitas waktu kerja. Para pedagang merasa bahwa berdagang sagu memberikan keleluasaan dalam mengatur waktu, sehingga mereka dapat menyeimbangkan urusan rumah tangga dan pekerjaan. Fleksibilitas ini menciptakan kenyamanan secara psikologis, yang turut memperkuat motivasi mereka untuk tetap menjalani usaha meski dengan risiko tertentu.

Sisi lingkungan usaha juga turut memberikan pengaruh besar terhadap motivasi pedagang. Kemudahan memperoleh bahan baku sagu dari daerah sekitar menjadi faktor pendukung yang signifikan. Masamba dikenal sebagai salah satu daerah penghasil sagu di Luwu Utara yang menyediakan pasokan sagu melimpah dengan beragam jenis. Ketersediaan bahan baku yang mudah dijangkau ini sangat membantu keberlangsungan usaha para pedagang karena dapat menekan biaya produksi dan memastikan ketersediaan stok secara berkelanjutan.

Selain faktor internal tersebut, permintaan pasar dari luar daerah turut menjadi pendorong eksternal yang memperkuat motivasi pedagang. Beberapa

pedagang menyebut bahwa sagu dari Masamba mulai diminati oleh konsumen dari luar daerah seperti Morowali, Palu dan Poso. Hal ini menciptakan peluang ekonomi yang menjanjikan dan memberi harapan untuk pengembangan usaha ke arah yang lebih besar.

Meskipun demikian, para pedagang juga menghadapi tantangan yang cukup kompleks, antara lain pengaruh cuaca terhadap kualitas sagu serta persaingan usaha yang semakin ketat. Dalam konteks fikih muamalah, persaingan dalam perdagangan adalah hal yang dibenarkan selama dilakukan secara adil dan tidak mengandung unsur penipuan (*tadlis*) atau monopoli (*ihtikar*).⁹⁹ Untuk menghadapi tantangan ini, para pedagang berusaha menjaga mutu produk, baik dari segi kebersihan, rasa, maupun takaran. Upaya menjaga kualitas ini juga mencerminkan nilai amanah dalam Islam, yakni menjaga kepercayaan pelanggan dan tidak menyalahgunakan peluang usaha demi keuntungan semata.

Secara keseluruhan, motivasi para pedagang sagu di Kecamatan Masamba tidak hanya bersifat praktis, tetapi juga mencerminkan semangat untuk mempertahankan warisan budaya, memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga secara halal, dan menjaga hubungan baik dengan konsumen. Dalam perspektif Islam, hal ini sesuai dengan prinsip *al-maslahah* (mewujudkan kemanfaatan dan menolak kemudharatan), yang menjadi salah satu tujuan utama dalam fikih muamalah.

⁹⁹ Abdul Aziz Muhammad, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Kencana, 2004), 65.

2. Pemahaman Pedagang Sagu Terhadap Etika Bisnis Islam

Hasil wawancara menunjukkan bahwa para pedagang sagu di Kecamatan Masamba pada dasarnya telah menerapkan nilai-nilai etika yang sejalan dengan ajaran Islam dalam praktik berdagang mereka. Meskipun sebagian besar dari mereka tidak secara langsung menyebutkan bahwa perilaku tersebut bersumber dari prinsip-prinsip Islam, tindakan dan sikap yang mereka tunjukkan mencerminkan nilai kejujuran, kepedulian, tanggung jawab, dan rasa keadilan terhadap sesama.

Sebagian besar pedagang berusaha untuk bersikap jujur terhadap pembeli, misalnya dengan mengatakan kondisi sagu apa adanya jika memang terdapat kekurangan pada produk tersebut. Mereka juga terbuka dalam menerima keluhan pembeli dan bahkan bersedia mengganti barang yang tidak memuaskan. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara pedagang dan pembeli dibangun atas dasar kepercayaan dan keterbukaan.

Selain itu, para pedagang tidak memaksakan pembeli untuk membeli sagu jika tidak sesuai dengan kebutuhan atau harga. Mereka memberikan kebebasan kepada konsumen untuk memilih tanpa tekanan. Sikap ini menunjukkan adanya penghargaan terhadap hak dan kenyamanan pembeli.

Dalam hal menjaga ukuran dan harga, para pedagang cenderung berusaha adil. Mereka tidak mengurangi takaran atau menaikkan harga secara sewenang-wenang. Bahkan dalam kondisi tertentu, beberapa pedagang rela menjual dengan harga lebih murah atau memberikan sagu secara cuma-cuma kepada pembeli yang kurang mampu atau sudah menjadi langganan. Tindakan

ini mencerminkan adanya empati dan kesadaran sosial dalam menjalankan usaha.

Walaupun tidak semua pedagang memahami secara formal konsep “etika bisnis Islam”, nilai-nilai tersebut telah menjadi bagian dari kebiasaan dan budaya berdagang mereka. Sikap dan perilaku yang ditunjukkan oleh para pedagang bukan hanya didorong oleh keinginan untuk mendapatkan keuntungan, tetapi juga oleh rasa tanggung jawab sosial dan kesadaran akan pentingnya menjaga nama baik serta hubungan baik dengan pelanggan dan masyarakat sekitar.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pemahaman para pedagang sagu terhadap etika bisnis Islam lebih banyak diwujudkan dalam bentuk perilaku nyata yang dipengaruhi oleh pengalaman hidup, nilai-nilai yang diwariskan dalam lingkungan keluarga dan masyarakat, serta kesadaran moral yang mereka pegang dalam kehidupan sehari-hari.

3. Perilaku Jual Beli Sagu Yang Dilakukan Pedagang Sagu Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam

Berdasarkan hasil wawancara, perilaku jual beli yang dilakukan oleh para pedagang sagu di Kecamatan Masamba pada dasarnya telah mencerminkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Meskipun pelaksanaannya belum seragam, sebagian besar pedagang telah menjadikan nilai-nilai seperti kejujuran, amanah, keadilan, dan tanggung jawab sosial sebagai bagian dari praktik dagang mereka.

a. Jujur (*Sidq*)

Kejujuran merupakan salah satu aspek fundamental dalam perdagangan menurut Islam. Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang

sagu di Masamba menjaga kejujuran dalam menyampaikan kualitas produk mereka. Mereka tidak segan menginformasikan kepada pembeli jika ada kekurangan pada barang dagangannya, bahkan sebelum transaksi berlangsung. Hal ini sejalan dengan sabda Rasulullah SAW:

“Penjual dan pembeli diberi pilihan selama mereka belum berpisah. Jika keduanya jujur dan menjelaskan keadaan barang, maka akan diberkahi jual belinya. Namun jika menyembunyikan dan berdusta, maka dihapuskan keberkahan jual belinya.” (HR. Bukhari dan Muslim)¹⁰⁰

Para pedagang perlu memiliki pemahaman yang kuat tentang pentingnya kejujuran dalam menjalankan usahanya. Kejujuran bukan hanya menjadi jalan untuk meraih kesuksesan secara materi, tetapi juga menjadi sarana untuk memperoleh keberkahan dan kedudukan mulia di sisi Allah SWT. Lebih dari itu, kejujuran merupakan pondasi utama dalam menjaga kepercayaan konsumen, sehingga mereka merasa nyaman dan terdorong untuk kembali berbelanja serta meningkatkan jumlah pembelian.

Sikap jujur juga dapat memupuk rasa kasih sayang antar sesama, sebagaimana seseorang mencintai dirinya sendiri. Hal ini sejalan dengan ajaran Rasulullah SAW yang menekankan bahwa kejujuran adalah bagian dari kesempurnaan iman seorang muslim. Dengan menerapkan kejujuran dalam usaha, hal tersebut akan tercermin dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam aktivitas jual beli maupun dalam hubungan sosial dengan orang lain.

¹⁰⁰ Muhammad Idris. Serial Fikih Muamalah (Bag. 15): Mengenal Khiyar Majelis dan Pengaruhnya terhadap Akad Jual Beli. <https://muslim.or.id/82420-serial-fikih-muamalah-bag-15.html>. Diakses tanggal 08 Juli 2025

b. Amanah

Konsep *amanah* dalam muamalah berarti memelihara dan menunaikan tanggung jawab dengan baik, termasuk menjaga kepercayaan pelanggan dalam transaksi jual beli. Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa para pedagang sagu di Masamba umumnya menunjukkan sikap amanah melalui konsistensi dalam menjaga kualitas produk, takaran yang sesuai dan memenuhi janji kepada pelanggan, seperti menyediakan sagu sesuai pesanan. Dalam Islam, sifat amanah adalah ciri utama seorang mukmin, sebagaimana dijelaskan dalam firman Allah SWT dalam QS. Al-Mu'minun/23: 8

وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمْتِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رَاعُونَ^{١٠١}

Terjemahnya:

*“Dan orang-orang yang memelihara amanah-amanah (yang dipikulnya) dan janjinya”*¹⁰¹

Ayat ini menegaskan bahwa salah satu karakteristik orang beriman yang diridhai oleh Allah adalah mereka yang mampu menjaga kepercayaan dan menepati janji dalam segala aspek kehidupan, termasuk dalam urusan jual beli. Maksud dari ayat ini adalah bahwa seorang Muslim sejati hendaknya memegang teguh tanggung jawab sosial dan moralnya, termasuk menjaga integritas dan tidak berkhianat terhadap amanah yang dipercayakan oleh orang lain.

Meskipun sebagian pedagang telah menggunakan timbangan, cara mereka menimbang terkadang tidak sesuai standar, baik karena kebiasaan lama maupun kurangnya ketelitian saat proses penakaran. Ketidaksesuaian takaran ini dapat berdampak pada kerugian pembeli, baik secara materi karena jumlah

¹⁰¹Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya* (Bandung: Syamil, 2020)

barang yang diterima tidak sesuai dengan harga yang dibayarkan, maupun secara psikologis karena timbul rasa kecewa dan berkurangnya kepercayaan terhadap pedagang. Apabila kondisi ini terus berlanjut, hubungan baik antara penjual dan pembeli bisa terganggu, bahkan berpotensi membuat konsumen berpindah ke pedagang lain.

Sikap amanah sejatinya tidak hanya tercermin dalam menjaga kualitas produk, tetapi juga memastikan takaran sesuai dengan kesepakatan. Untuk mengatasi hal ini, pedagang dapat menerapkan prosedur penimbangan yang lebih konsisten, memeriksa ulang hasil timbangan sebelum diserahkan, atau membuat kesepakatan bersama mengenai standar takaran yang adil. Edukasi tentang pentingnya kejujuran dalam timbangan menurut etika bisnis Islam juga penting diberikan, karena hal tersebut merupakan bagian dari amanah yang sangat ditekankan dalam Al-Qur'an dan hadis.

Dengan demikian, amanah tidak hanya ditunjukkan dalam bentuk fisik seperti memberikan timbangan yang tepat, tetapi juga dalam bentuk non-fisik seperti menjaga komitmen terhadap pemberian informasi yang benar kepada pembeli, serta menjaga hubungan baik dan saling percaya antara penjual dan konsumen. Dalam keseharian, para pedagang sagu ini juga berupaya membangun reputasi baik di mata masyarakat, karena mereka menyadari bahwa kepercayaan pelanggan adalah aset jangka panjang yang menentukan kelangsungan usaha. Meskipun usaha mereka masih bersifat tradisional, nilai amanah tetap menjadi prinsip utama yang dijaga dan diwariskan dari generasi ke generasi.

c. Adil (*'Adl*)

Prinsip keadilan sangat dijunjung tinggi dalam Islam, termasuk dalam urusan ekonomi. Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa pedagang sagu di Masamba secara umum telah menerapkan keadilan, baik dari segi penetapan harga, takaran, maupun perlakuan terhadap konsumen. Meskipun belum sepenuhnya merata, banyak pedagang yang menetapkan harga sesuai dengan kualitas barang dan tidak membedakan pelayanan berdasarkan status sosial pembeli. Hal ini sesuai dengan prinsip *al-'adl* (keadilan) yang menjadi asas muamalah. Dalam QS. An-Nahl/16: 90, Allah SWT berfirman:

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ﴾

Terjemahnya:

*“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) Berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.”*¹⁰²

Dalam praktiknya, pedagang sagu di Kecamatan Masamba telah menunjukkan upaya menjaga keadilan ini, misalnya dengan tidak menaikkan harga seenaknya ketika permintaan sedang tinggi, serta tetap melayani pembeli yang kekurangan uang dengan cara yang manusiawi. Mereka menyadari bahwa keberkahan usaha tidak hanya datang dari keuntungan semata, tetapi juga dari kepuasan dan kepercayaan konsumen. Keadilan yang diterapkan ini juga mendorong terciptanya hubungan harmonis antara penjual dan pembeli, mengurangi konflik dalam transaksi, serta menjaga keberlangsungan usaha jangka panjang.

¹⁰²Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya* (Bandung: Syamil, 2020)

Dengan menerapkan keadilan dalam berdagang, para pelaku ekonomi tidak hanya menjaga nilai moral dan sosial, tetapi juga menegakkan nilai-nilai ajaran Islam yang mendorong keseimbangan antara hak dan kewajiban dalam aktivitas ekonomi.

d. Tidak Menipu

Etika bisnis Islam secara tegas melarang penipuan, menyembunyikan cacat (*tadlīs*), dan ketidakjelasan dalam transaksi (*gharar*). Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar pedagang sagu di Masamba telah menerapkan prinsip ini, meskipun beberapa informan mengakui bahwa masih ada pedagang yang terkadang tidak memberitahukan kekurangan barang kepada konsumen. Hal ini menjadi perhatian penting dalam *muamalah* agar tidak terjadi pengambilan hak orang lain secara tidak sah. Rasulullah SAW bersabda:

“Barang siapa yang menipu, maka bukanlah dari golonganku.” (HR. Muslim)¹⁰³

Larangan ini bertujuan untuk menjaga integritas dan kepercayaan dalam perdagangan, serta menghindari tindakan yang merusak hubungan sosial dan ekonomi. Penipuan dalam bentuk apa pun, baik menyembunyikan cacat barang, memanipulasi ukuran atau kualitas, maupun memberikan informasi yang menyesatkan, merupakan bentuk pengkhianatan terhadap prinsip kejujuran yang sangat dijunjung dalam Islam.

¹⁰³ Harwanto. Penipuan dalam Perspektif Islam: Tinjauan Al-Qur'an dan Hadis. <https://majelistablighpwmjateng.com/artikel/penipuan-dalam-perspektif-islam-tinjauan-al-quran-dan-hadis/> diakses tanggal 08 Juli 2025

Dalam konteks perdagangan tradisional seperti pedagang sagu, transparansi menjadi sangat penting karena tidak adanya pengemasan atau label informasi seperti pada produk modern. Oleh karena itu, penyampaian kondisi barang secara terbuka kepada konsumen menjadi satu-satunya cara untuk menjaga kejujuran. Kejujuran ini tidak hanya berdampak pada keberkahan usaha, tetapi juga memperkuat loyalitas konsumen dan reputasi pedagang dalam jangka panjang.

e. Niat Karena Allah

Niat merupakan aspek utama dalam setiap amal perbuatan dalam Islam. Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa beberapa pedagang sagu di Masamba menyampaikan bahwa mereka berdagang bukan hanya untuk memperoleh keuntungan materi, melainkan juga sebagai bentuk ibadah dan upaya mencari rezeki yang halal serta berkah. Kesadaran ini mencerminkan nilai ikhlas, yaitu melakukan suatu perbuatan semata-mata karena Allah SWT, bukan karena ingin dipuji, dihormati, atau sekadar mengejar keuntungan duniawi. Dalam sebuah hadis yang sangat masyhur, Rasulullah SAW bersabda:

“Sesungguhnya amal itu tergantung pada niatnya, dan sesungguhnya setiap orang (akan dibalas) berdasarkan apa yang ia niatkan...” (HR. Bukhari dan Muslim)¹⁰⁴

Hadis ini menegaskan bahwa nilai suatu amal, termasuk dalam kegiatan ekonomi seperti berdagang, sangat ditentukan oleh niat yang mendasarinya. Seorang pedagang yang berniat mencari rezeki halal untuk keluarga, membantu

¹⁰⁴Rikin. Mutiara Hadits – Edisi 03: Niat dan Ikhlas. <https://purbalingga.kemenag.go.id/mutiara-hadits-edisi-03-niat-dan-ikhlas/>. diakses tanggal 08 Juli 2025

konsumen mendapatkan kebutuhan pokok seperti sagu, serta menjaga prinsip kejujuran dan amanah, akan mendapatkan pahala dan keberkahan, meskipun aktivitas tersebut bersifat duniawi.

Dalam praktiknya, niat yang baik juga berpengaruh terhadap cara pedagang menjalankan usaha mereka. Misalnya, mereka cenderung lebih sabar menghadapi komplain konsumen, lebih rela memberi kelonggaran pembayaran kepada pembeli yang kekurangan uang, serta lebih tekun menjaga kualitas dagangan karena menyadari bahwa semua itu adalah bagian dari amanah yang harus dipertanggungjawabkan kepada Allah SWT. Dengan demikian, niat karena Allah menjadi fondasi spiritual dalam etika bisnis yang tidak hanya menjaga hubungan antara pedagang dan konsumen, tetapi juga memperkuat dimensi keimanan dalam menjalankan aktivitas ekonomi.

f. Tanggung Jawab Sosial

Etika bisnis Islam tidak hanya mengatur hubungan pedagang dengan konsumen secara individual, tetapi juga menekankan pentingnya tanggung jawab sosial terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar. Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa para pedagang sagu di Kecamatan Masamba menunjukkan kepedulian sosial yang cukup kuat. Beberapa informan menyampaikan bahwa mereka sering memberikan sagu secara cuma-cuma kepada tetangga atau pelanggan yang mengalami kesulitan ekonomi, serta bersedia memberikan kelonggaran pembayaran, khususnya kepada pelanggan tetap yang sudah dikenal dekat.

Lebih dari sekadar transaksi jual beli, sikap empati dan peduli terhadap sesama menjadi nilai tambah dalam usaha para pedagang sagu. Meskipun usaha

mereka berskala kecil dan dilakukan secara tradisional, tetapi kesadaran sosial yang mereka tunjukkan memperkuat posisi etis dalam berbisnis. Selain itu, bentuk tanggung jawab sosial ini juga memperlihatkan bahwa sebagian pedagang memiliki kesadaran spiritual, yakni menjadikan usaha mereka sebagai ladang amal dan kontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat. Kesadaran semacam ini penting dalam membangun sistem ekonomi yang tidak semata-mata berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada nilai-nilai kemanusiaan dan solidaritas sosial.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara dengan para pedagang dan konsumen sagu di Kecamatan Masamba, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Faktor-Faktor yang Memotivasi Pelaku Ekonomi Pedagang Sagu di Kecamatan Masamba

Motivasi pedagang sagu dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain keterwarisan usaha dari keluarga, keterbatasan lapangan kerja, fleksibilitas waktu kerja, kemudahan memperoleh bahan baku dari wilayah sekitar, serta permintaan pasar yang terus meningkat, baik dari dalam maupun luar daerah. Meskipun mereka menghadapi tantangan seperti persaingan usaha dan fluktuasi kualitas bahan baku akibat cuaca, para pedagang tetap menjaga keberlangsungan usahanya dengan menjaga mutu produk dan menjalin hubungan baik dengan pelanggan.

2. Pemahaman Pedagang Sagu terhadap Etika Bisnis Islam

Para pedagang sagu secara umum telah menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam kegiatan perdagangan mereka, meskipun tidak memahami konsep tersebut secara teoritis atau akademis. Nilai-nilai seperti kejujuran (*sidq*), keadilan (*‘adl*), dan amanah telah menjadi bagian dari keseharian dalam berdagang. Praktik tersebut terbentuk dari pengalaman hidup, nilai budaya lokal, serta kesadaran religius yang tumbuh secara alamiah.

3. Perilaku Jual Beli Sagu yang Dilakukan Pedagang Ditinjau dari Etika Bisnis Islam

Praktik jual beli sagu oleh pedagang di Kecamatan Masamba telah mencerminkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, antara lain: a) Jujur, dalam memberikan informasi mengenai barang dagangan, b) Amanah, dalam menjaga kepercayaan pelanggan dan konsistensi mutu produk, c) Adil, dalam penetapan harga dan perlakuan terhadap konsumen, d) Tidak menipu, dengan menghindari penjualan barang cacat tanpa pemberitahuan, e) Niat karena Allah, menjadikan usaha sebagai bentuk ibadah dan mencari rezeki halal, f) Tanggung jawab sosial, dengan membantu pelanggan yang kurang mampu dan menjaga kepedulian terhadap lingkungan sekitar

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disampaikan, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Para Pedagang Sagu

Diharapkan dapat terus meningkatkan pemahaman mereka terhadap nilai-nilai etika bisnis Islam, tidak hanya dalam praktik tetapi juga secara teori, agar mampu menjalankan usaha secara profesional, etis, dan berkelanjutan. Selain itu demi menjaga keberkahan usaha dan kepercayaan konsumen, disarankan untuk menghindari pengurangan timbangan atau takaran, meskipun dengan alat ukur tradisional. Kejujuran dalam timbangan adalah prinsip utama dalam perdagangan yang diajarkan oleh Islam dan menjadi dasar terciptanya kepercayaan jangka panjang dari konsumen.

2. Bagi Masyarakat selaku Konsumen/Pembeli

Perlu terus memberikan dukungan kepada pedagang lokal dengan memilih produk yang berkualitas serta menghargai upaya mereka dalam mempertahankan nilai-nilai etika dan budaya dalam berdagang.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dapat melanjutkan kajian ini dengan pendekatan kuantitatif atau memperluas wilayah penelitian agar diperoleh gambaran yang lebih luas dan mendalam mengenai praktik ekonomi pedagang tradisional dalam perspektif Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Charris Zubbir. *Kuliah Etika*. Jakarta: Rajawali Press, 2017.
- Alwi, Muh., and Nurafifah Nurafifah. "Praktek Jual Beli Batu Sungai Dalam Tinjauan Hukum Islam Di Lingkungan Jambu Tua Kelurahan Darma Kecamatan Poewali." *J-Alif: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah Dan Budaya Islam* 5, no. 1 (2020): 30. <https://doi.org/10.35329/jalif.v5i1.1785>.
- Arifuddin, Arifuddin, and M. Ilham. "Internalisasi Nilai-Nilai Pendidikan; Kontribusi Lembaga Informal Terhadap Pembinaan Karakter Anak." *IQRO: Journal of Islamic Education* 3, no. 1 (2020): 31–44. <https://doi.org/10.24256/iqro.v3i1.1398>.
- Azwar. *Sikap Manusia Teori Dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2018.
- Badroen, Faisal. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Damanhuri. *Akhlaq Perspektif Tawawuf Syekh Abdurrauf As-Singkili*. Jakarta: Lectura Press, 2018.
- Departemen Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*. Bandung: Syamil, 2020.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an Al-Karim Dan Terjemahannya Dengan Transliterasi*. Semarang: Karya Toha Putra, 2018.
- Fakhry Zamzam and Havis Aravik. *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*. Sleman: Deepublish Publisher, 2020.
- Fasiha. "The Effect of Product and Service Quality on Consumer Loyalty at Palopo Minimarkets." *IKONOMIKA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 7, no. 2 (2022): 177–92. <https://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/ikonomika>.
- Fasiha, Fasiha, Nurfadilah Nurfadilah, and Mineliani Putri Daming. "Analysis of Differences in Customer Satisfaction in Courier Service Business in Palopo City." *Dinamis: Journal of Islamic Management and Bussiness* 4, no. 1 (2022): 70–76. <https://doi.org/10.24256/dinamis.v4i2.3419>.
- Harwanto. Penipuan dalam Perspektif Islam: Tinjauan Al-Qur'an dan Hadis. <https://majelistablighpwmjateng.com/artikel/penipuan-dalam-perspektif-islam-tinjauan-al-quran-dan-hadis/> diakses tanggal 08 Juli 2025
- Heru Kreshna Reza. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2022.

- Idris, Muhammad. Serial Fikih Muamalah (Bag. 15): Mengenal Khiyar Majelis dan Pengaruhnya terhadap Akad Jual Beli. <https://muslim.or.id/82420-serial-fikih-muamalah-bag-15.html>. Diakses tanggal 08 Juli 2025
- M. Hasyim Samhuri. *Akhlak Tasawuf: Dalam Kontruksi Piramida Ilmu Islam*. Malang: Madani Media, 2017.
- Muhammad, Abdul Aziz. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Kencana. 2004.
- Munawaroh, Mahmudhatul, Muhammad Iswadi, and Yusran Yusran. “Analisis Perilaku Pedagang Grosir Pakaian Di Pasar Pagi Samarinda Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.” *Borneo Islamic Finance and Economics Journal* 2, no. 1 (2023): 109–22. <https://doi.org/10.21093/bifej.v0i0.4777>.
- Nadila, Nadila, Achmad Abubakar, and Halimah Basri. “ANALISIS KONSEP PERILAKU PRODUSEN DALAM HUKUM EKONOMI ISLAM (Tijauan Q.S Al – Maidah Ayat 87).” *Al-Amwal : Journal of Islamic Economic Law* 8, no. 2 (2023): 1–20. <https://doi.org/10.24256/alw.v8i2.3831>.
- Rahmat Kriyatono. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana, 2016.
- Rikin. Mutiara Hadits – Edisi 03: Niat dan Ikhlas. <https://purbalingga.kemenag.go.id/mutiara-hadits-edisi-03-niat-dan-ikhlas/>. diakses tanggal 08 Juli 2025
- Sari, Muspita, Suriah Pebriyani Jasmin, and Hardianti Yusuf. “Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Dengan Hadiah.” *Al-Kharaj* 3, no. 2 (2024): 130–49.
- Sermaf, Nur Jihan Fahira Hasan. “Strategi Pemasaran Sagu Dalam Meningkatkan Potensi Pasar Perspektif Manajemen Bisnis Syariah.” *Amal: Jurnal Ekonomi Syariah* 4, no. 02 (2023): 61–78. <https://doi.org/10.33477/eksy.v4i02.4017>.
- Soekidjo Notoatmodjo. *Pendidikan Dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta, 2018.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- Syusantie Sylfia Sairdama, Simon Matakena, Marloza Roy, and Yemerina Kogoya. “Analisis Pendapatan Pedagang Pati/Tepung Sagu Pada Pasar Sental Kalibobo Dan Pasar Karang Tumaritis Di Distrik Nabire Kabupaten Nabire.” *Jurnal Cakrawala Ilmiah* 2, no. 10 (2023): 3975–82. <https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalailmiah.v2i10.5887>.
- Umuri, Khairil, and Azharsyah Ibrahim. “Analisis Perilaku Pedagang Kaki Lima Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam.” *Jurnal Iqtisaduna* 6, no. 2 (2020): 187–97.

- Yohanes Latumahina. “Analisis Margin Pemasaran Produk Sagu (Studi Kasus Bioindustri Sawa) Di Negeri Waraka Kabupaten Maluku Tengah.” *Agrilan* 9 No 1 (2021): 32–44.
- Za, Abrar. “Etika Transaksi Bisnis Perspektif Islam (Penerapan Di Lembaga Keuangan Syari ’ Ah).” *Jurnal Ekonomi, Perbankan Dan Manajemen Syariah* 6, no. 1 (2024): 1–13.

L
A
M
P
I
R
A
N

Lampiran 1: Pedoman Wawancara

PEDOMAN WAWANCARA PEDAGANG SAGU**A. Identitas Informan**

Tanggal wawancara : Selasa, 01 Juli 2025
 Nama : Sartika (P1)
 Umur : 38 tahun
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Lama menjadi pedagang sagu : 5 tahun
 Status usaha : Milik sendiri
 Lokasi berjualan : Jalan poros Palopo-Masamba

B. Daftar Pertanyaan

No.	Pertanyaan	Jawaban
1	Apa alasan anda sehingga memilih profesi sebagai pedagang sagu?	Usaha menjual sagu ini sudah menjadi usaha keluarga nak, saya ini cuma melanjutkan saja, karena saya juga tidak punya keahlian lain kasian, makanya saya memilih menjual sagu saja.
2	Jenis sagu apa yang anda jual?	Sagu basah
3	Apakah sagu yang anda jual punya sendiri atau punya orang lain?	Saya beli juga nak dari orang lain yang dari daerah porodoa, baru saya jual kembali.
4	Apakah keuntungan yang anda dapatkan selama berdagang sagu cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari?	Dulu itu keuntungan dari jual sagu kurang bagus kasian, tapi alhamdulillah sekarang sudah lumayan mi untungnya cukup mi untuk kebutuhan hari-hari dirumah karena banyak mi pembeli dari morowali, makassar, palu dengan poso.
5	Kendala apa yang anda hadapi dalam berdagang sagu?	Kendalanya itu nak kalau musim hujan, jadi orang tidak bisa kasian produksi sagu karena selalu banjir, terkadang juga kalau terpaksa membuat sagu di musim hujan biasa kualitas sagunya jelek atau tidak bagus.
6	Apa yang Anda ketahui tentang etika bisnis dalam Islam?	Terus terang saya tidak terlalu saya tahu kasian anu begitu. Tidak pernah pi ka belajar seperti itu. Tapi yang saya tahu itu kalau dalam islam itu tidak boleh ki memaksa orang untuk membeli, harus ki jujur, kalau ma takar atau ma timbang ki harus sesuai tidak boleh curang.
7	Jika tidak mengetahui, nilai apa yang biasanya Anda pegang dalam berdagang?	Nilai yang saya pegang itu ya jujur. Saya usahakan tidak menipu pembeli, apa adanya saja. Kalau sagunya kurang bagus, saya bilang terus terang. Saya pikir kalau kita jujur,

		pembeli juga percaya dan bisa kembali beli lagi.
8	Apakah Anda selalu memberi tahu kondisi sagu yang kurang bagus kepada pembeli?	Iye, saya kasih tahu bilang kalau sagu itu agak kurang bagus, misalnya kalau warnanya sudah kusam mi atau lembab. Lebih baik saya jujur kasian daripada pembeli kecewa
9	Apakah Anda pernah merasa tergoda untuk menyembunyikan kekurangan barang agar tidak kehilangan pembeli?	Tidak pernah kasian, karena takut ka juga begitu lebih baik hilang pembeli ku daripada bohong ka. Karena kalau kita tipu orang, rezeki juga tidak akan berkah
10	Bagaimana cara anda menjual sagu, apakah menggunakan timbangan atau ada dibuat dalam ukuran tertentu?	Saya jual sagu dalam bentuk karung kecil/balabba, mungkin beratnya itu sekitar 15 kg, ada juga dalam ukuran karung besar.
11	Apakah menurut anda sagu yang dijual itu takarannya sudah sesuai?	Kalau dijual dalam bentuk balabba nak, dijamin sesuai ji karena sudah di sesuaikan memang mi takarannya.
12	Bagaimana Anda memastikan takaran atau timbangan sagu yang Anda jual sesuai?	Saya tidak pakai timbangan, tapi sudah pakai ukuran tetap, yaitu satu balabba. Itu karung kecil yang dari dulu sudah biasa dipakai. Ukurannya sama semua, jadi pembeli juga sudah tahu dan percaya. Saya tidak pernah kurangi isinya.
13	Apakah Anda pernah menyadari terjadi kekeliruan dalam takaran setelah pembeli pergi? Apa yang Anda lakukan?	Pernah 1 kali ada isiannya agak kurang padat karena buru-buru ka. Pas dia datang lagi, saya minta maaf dan saya tambah. Karena bagi saya, menjaga kepercayaan itu penting
14	Bagaimana Anda menetapkan harga sagu? Apakah sudah sesuai dengan kualitas dan modal?	Saya lihat harga pasar juga, terus disesuaikan dengan modal. Biasanya saya ambil untung sedikit ji, yang penting cepat laku. Kalau kualitasnya bagus, kadang saya naikkan sedikit
15	Berapa harga sagu yang anda jual?	Kalau karung besar harga 130.000, kalau karung kecil harganya 25.000, yang sedang itu harganya 50.000
16	Apakah menurut anda harga tersebut sudah sesuai dengan takaran dan modal yang anda keluarkan?	Ya sudah sesuai mi
17	Apakah Anda memberikan harga yang sama kepada semua pembeli? Jika tidak, apa pertimbangannya?	Tidak selalu sama. Kalau langganan atau keluarga, kadang saya kasih kurang. Tapi kalau orang baru, biasanya saya beri harga normal. Tergantung situasi juga
18	Apakah Anda pernah	Pernah, tapi biasanya itu ku kasih tahu ji

	menjual sagu yang sudah lama disimpan tanpa memberi tahu pembeli?	pembeli kalau itu sagu lama mi. Biar na tahu dari awal. Kalau tidak laku-laku pale nah, biasa saya pake sendiri ji atau ku kasih tetangga ku
19	Pernahkah Anda menjual sagu yang dicampur atau dikurangi kualitasnya, tetapi tidak diberitahukan kepada pembeli? Mengapa?	Tidak pernah. Takut ka takut berdosa kalau menipu. Karena saya pikir kalau kita jujur, pasti pembeli juga percaya dan kembali lagi membeli
20	Bagaimana sikap Anda terhadap pedagang yang menjual barang tidak sesuai kualitasnya?	Kurang bagus itu. Biar untungya banyak, kalau ketahuan pasti malu ki dan tidak na dipercaya miki lagi orang. Tidak mau ka saya begitu
21	Apa tujuan utama Anda dalam menjalankan usaha ini menurut pandangan agama?	Saya berdagang untuk membantu ekonominya keluargaku, tapi saya niatkan juga karena Allah. Supaya usaha ku ini jadi jalan yang halal untuk cari rezeki.
22	Apakah Anda menganggap berdagang sebagai ibadah atau hanya mata pencaharian biasa?	Kalau niatnya baik, tidak menipu, insyaAllah jadi ibadah. Kita membantu orang dapat makanan, itu juga bisa jadi pahala
23	Apakah Anda merasa bahwa keuntungan yang Anda dapat adalah rezeki dari Allah?	Iye. Saya percaya rezeki itu Allah yang atur. Kadang dagangan sepi, tapi ada saja jalan keluar. Itu yang saya syukuri
24	Apa yang Anda lakukan jika ada pembeli yang mengeluh tentang kualitas sagu yang Anda jual?	Biasanya saya jelaskan dulu kenapa sagunya bisa begitu mungkin karena penyimpanan atau cuaca. Tapi saya tetap usahakan ganti kalau mereka benar-benar tidak puas. Saya tidak mau mereka berhenti belanja karena gara-gara begitu ji.
25	Apakah Anda pernah membantu tetangga atau masyarakat sekitar dengan memberikan sagu secara cuma-cuma atau harga lebih murah?	Iye, sering. Apalagi kalau ada tetangga yang lagi susah atau ada acara duka. Saya biasa kasih sagu tanpa minta bayaran. Karena kalau satu kampung ki harus saling membantu
26	Bagaimana sikap Anda jika ada pembeli yang kekurangan uang untuk membeli sagu?	Tetap saya kasih. Kadang saya bilang nanti pi dibayari kalau sudah ada uang.
27	Apakah Anda merasa bertanggung jawab menjaga kualitas dan ketersediaan sagu untuk masyarakat di sekitar tempat tinggal Anda?	Iye, saya rasa itu tanggung jawab saya juga. Orang-orang di sini sudah terbiasa beli dari saya. Jadi saya usahakan stok selalu ada dan bagus.

A. Identitas Informan

Tanggal wawancara : Selasa, 01 Juli 2025
 Nama : Ida (P2)
 Umur : 37 tahun
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Lama menjadi pedagang sagu : 5 tahun
 Status usaha : Milik sendiri
 Lokasi berjualan : Jalan poros Palopo-Masamba

B. Daftar Pertanyaan

No.	Pertanyaan	Jawaban
1	Apa alasan anda sehingga memilih profesi sebagai pedagang sagu?	Saya memilih berdagang sagu karena ini usaha turun-temurun dari orang tua. Dari dulu keluarga saya memang hidup dari hasil sagu ji, jadi saya lanjutkan saja.
2	Jenis sagu apa yang anda jual?	Sagu basah
3	Apakah sagu yang anda jual punya sendiri atau punya orang lain?	Beli dari orang lain dek, yang di daerah radda.
4	Apakah keuntungan yang anda dapatkan selama berdagang sagu cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari?	Alhamdulillah cukup ji. Walau tidak besar kasian, tapi bisa ji dipake untuk makan, bayar sekolahnya anak-anak, dengan kebutuhan rumah tangga lainnya
5	Kendala apa yang anda hadapi dalam berdagang sagu?	Kalau musim hujan dengan musim buah-buahan. Karena kalau musim hujan air yang dipake itu kurang bagus jadi na pengaruhi mi juga kualitas sagunya
6	Apa yang Anda ketahui tentang etika bisnis dalam Islam?	Kalau istilah 'etika bisnis Islam' saya kurang paham, tapi sejak kecil diajarkan orang tua untuk jujur dan tidak menipu waktu berdagang. Jadi saya jalani seperti itu saja.
7	Jika tidak mengetahui, nilai apa yang biasanya Anda pegang dalam berdagang?	Saya selalu berusaha supaya tidak merugikan orang. Kalau ada komplain, saya terima. Saya juga ndak pernah main curang soal timbangan. Bagi saya yang penting dagang dengan hati tenang.
8	Apakah Anda selalu memberi tahu kondisi sagu yang kurang bagus kepada pembeli?	Iye saya kasih tahu kalau memang sagunya kurang bagus, saya bilang ke pembeli dan biasanya saya kasih saja harga lebih murah
9	Apakah Anda pernah merasa tergoda untuk	Biasa juga tergoda, apalagi kalau stok mulai menipis atau habis'i. Tapi saya selalu ingat

	menyembunyikan kekurangan barang agar tidak kehilangan pembeli?	kalau menjual ki itu ibadah nah kalau di tipu orang atau bohong, saya yang berdosa, untung banyak ki memang tapi tidak berkah itu rejeki yang didapat baru pasti pembeli kapok mi beli sama kita kalau ketahuan ki bohongi
10	Bagaimana cara anda menjual sagu, apakah menggunakan timbangan atau ada dibuat dalam ukuran tertentu?	Ku jual dalam bentuk balabba.
11	Apakah menurut anda sagu yang dijual itu takarannya sudah sesuai?	Iye sesuai mi, karena sudah memang ditakar baik-baik dirumah
12	Bagaimana Anda memastikan takaran atau timbangan sagu yang Anda jual sesuai?	Saya pakai ukuran balabba, karena begitumi dia standar di sini. Tapi ji saya pastikan isinya padat atau tidak dikurangi. Bagi saya, amanah dalam jual beli itu penting, apalagi sebagai pedagang Muslim
13	Apakah Anda pernah menyadari terjadi kekeliruan dalam takaran setelah pembeli pergi? Apa yang Anda lakukan?	Alhamdulillah tidak pernah ji, tapi kalau pale pernah terjadi nah tidak ku sadari, pasti saya tanggung jawab dan saya ganti atau beri tambahan saja.
14	Bagaimana Anda menetapkan harga sagu? Apakah sudah sesuai dengan kualitas dan modal?	Saya hitung dari modal, tenaga, dan kualitas sagu. Saya juga tidak mau ka juga ambil untung terlalu tinggi. Saya percaya rezeki itu datang dari Allah, jadi harus adil.
15	Berapa harga sagu yang anda jual?	Karung kecil 25.000, sedang 50.000, besar 130.000
16	Apakah menurut anda harga tersebut sudah sesuai dengan takaran dan modal yang anda keluarkan?	Iye sesuai mi
17	Apakah Anda memberikan harga yang sama kepada semua pembeli? Jika tidak, apa pertimbangannya?	Sebisa mungkin sama. Tapi kalau ada yang beli banyak atau langganan, kadang saya ku kasih potongan. Saya tetap jaga agar tidak merugikan
18	Apakah Anda pernah menjual sagu yang sudah lama disimpan tanpa memberi tahu pembeli?	Kalau ada sagu yang lama, saya biasanya pisahkan dan saya kasih harga lebih murah, tapi tetap saya bilang ke pembeli
19	Pernahkah Anda menjual sagu yang dicampur atau dikurangi kualitasnya, tetapi tidak diberitahukan kepada	Tidak. Ndak mau ka ambil resiko. Kita dagang bukan cuma cari untung, tapi juga cari berkah

	pembeli? Mengapa?	
21	Apa tujuan utama Anda dalam menjalankan usaha ini menurut pandangan agama?	Selain cari nafkah, saya ingin usaha ini jadi jalan yang berkah. Saya berusaha jujur, karena katanya kalau berdagang dengan jujur itu bagian dari iman
22	Apakah Anda menganggap berdagang sebagai ibadah atau hanya mata pencaharian biasa?	Saya anggap dua-duanya. Bisa jadi ibadah kalau diniatkan karena Allah dan dilakukan dengan cara yang benar
23	Apakah Anda merasa bahwa keuntungan yang Anda dapat adalah rezeki dari Allah?	Iye. Soal laku atau tidak itu saya serahkan saja sama Allah. Yang penting saya usaha dan tidak ku tipu orang
24	Apa yang Anda lakukan jika ada pembeli yang mengeluh tentang kualitas sagu yang Anda jual?	Kalau ada pembeli yang mengeluh, saya langsung minta maaf dan tawarkan ganti sagu yang lain. Saya tidak mau mereka kecewa karena itu bisa pengaruhi kepercayaan mereka. Kadang saya juga kasih diskon kalau mereka tetap ambil sagunya
25	Apakah Anda pernah membantu tetangga atau masyarakat sekitar dengan memberikan sagu secara cuma-cuma atau harga lebih murah?	Iye pernah, biasanya saya kasih harga murah kalau saya tahu orangnya susah. Saya lihat-lihat situasi juga, kadang tergantung stok sagu yang saya punya.
26	Bagaimana sikap Anda jika ada pembeli yang kekurangan uang untuk membeli sagu	Biasanya saya kasih saja dulu, apalagi kalau sudah langganan mi, jadi saya percaya mi mereka akan bayar kalau sudah ada mi uangnya
27	Apakah Anda merasa bertanggung jawab menjaga kualitas dan ketersediaan sagu untuk masyarakat di sekitar tempat tinggal Anda?	Saya selalu jaga kualitas karena nama baik juga penting. Kalau tidak ada stok, saya cari dulu biar tidak kecewakan pembeli.

A. Identitas Informan

Tanggal wawancara : Selasa, 01 Juli 2025
 Nama : Diana (P3)
 Umur : 40 tahun
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Lama menjadi pedagang sagu : 8 tahun
 Status usaha : Milik sendiri
 Lokasi berjualan : Pasar Masamba

B. Daftar Pertanyaan

No.	Pertanyaan	Jawaban
1	Apa alasan anda sehingga memilih profesi sebagai pedagang sagu?	Karena tidak ada kerjaan lain waktu itu. Tapi lama-lama senangji juga, bisa atur sendiri waktu.
2	Jenis sagu apa yang anda jual?	Sagu basah
3	Apakah sagu yang anda jual punya sendiri atau punya orang lain?	Saya belinya di tempat pembuatan sagunya yang di radda
4	Apakah keuntungan yang anda dapatkan selama berdagang sagu cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari?	Kalau untuk makan dan keperluan rumah, cukupji. Cuman kalau mau beli besar-besar, harus nabungji lama.
5	Kendala apa yang anda hadapi dalam berdagang sagu?	Saingan banyakmi sekarang. Kalau sagu jelek, pembeli bisa tidak kembali
6	Apa yang Anda ketahui tentang etika bisnis dalam Islam?	Saya tidak tahu kalau ada pale aturan khusus dalam Islam soal berdagang. Selama ini saya berdagang sesuai kebiasaan saja. Kalau ada yang salah, ya saya belajar pelan-pelan.
7	Jika tidak mengetahui, nilai apa yang biasanya Anda pegang dalam berdagang?	Saya anggap rezeki itu datang dari Allah, jadi saya ndak pernah paksa orang beli. Kalau ada yang beli ya syukur, kalau belum laku ya sabar saja. Yang penting saya jual dengan cara yang halal.
8	Apakah Anda selalu memberi tahu kondisi sagu yang kurang bagus kepada pembeli?	Iya, saya bilang terus terang. Kalau sagu baru diparut, atau agak lembab, saya kasih tahu supaya tidak kecewa nanti.
9	Apakah Anda pernah merasa tergoda untuk menyembunyikan kekurangan barang agar	Kadang tergodami juga untuk diamkan, tapi saya takut dosa. Jadi lebih baik bilang terus terang.

	tidak kehilangan pembeli?	
10	Bagaimana cara anda menjual sagu, apakah menggunakan timbangan atau ada dibuat dalam ukuran tertentu?	Saya biasanya pakai takaran tradisional dari wadah/tempat-tempat plastik, sudah dari dulu begitu.
11	Apakah menurut anda sagu yang dijual itu takarannya sudah sesuai?	Iya sudah sesuai, karena pembeli sudah bisa perkiraan juga takarannya, jadi kalau ada salah-salah pasti na tegur ki
12	Bagaimana Anda memastikan takaran atau timbangan sagu yang Anda jual sesuai?	Saya biasanya sudah siapkan takaran yang sama dari rumah, jadi tinggal jual saja. Ukurannya pakai wadah tetap, biar cepat dan tidak ribet. Tapi tetap saya pastikan isinya penuh.
13	Apakah Anda pernah menyadari terjadi kekeliruan dalam takaran setelah pembeli pergi? Apa yang Anda lakukan?	Pernah, waktu itu karena buru-buru. Tapi saya ingat ji muka/wajah pembelinya, jadi pas dia datang lagi saya kasih tambahan. Saya bilang jujur ke dia, dan dia malah makin percaya sama saya
14	Bagaimana Anda menetapkan harga sagu? Apakah sudah sesuai dengan kualitas dan modal?	Saya buat hitung-hitung dari modal, ongkos angkut, lalu saya sesuaikan dengan kualitas. Saya juga cek harga di penjual lain supaya tidak jauh beda.
15	Berapa harga sagu yang anda jual?	1 wadah plastik itu 5.000, tapi isinya saya kasih penuh
16	Apakah menurut anda harga tersebut sudah sesuai dengan takaran dan modal yang anda keluarkan?	Iya
17	Apakah Anda memberikan harga yang sama kepada semua pembeli? Jika tidak, apa pertimbangannya?	Sama semua ji sebenarnya saya kasih harga, Cuma biasa kan ada yang beli dalam jumlah banyak jadi saya Cuma kasih lebih-lebih saja sagunya
18	Apakah Anda pernah menjual sagu yang sudah lama disimpan tanpa memberi tahu pembeli?	Tidak pernah, karena saya takut merusak reputasi. Biasanya saya sortir dulu sebelum dijual
19	Pernahkah Anda menjual sagu yang dicampur atau dikurangi kualitasnya, tetapi tidak diberitahukan kepada pembeli? Mengapa?	Tidak pernah. Sekarang pembeli itu pintar. Sekali kita tipu, mereka bisa kasih tahu orang lain, bisa viral juga. Jadi saya lebih pilih jujur.
21	Apa tujuan utama Anda dalam menjalankan usaha ini menurut pandangan agama?	Tujuannya yah supaya usaha saya ini berkembang, tapi tetap saya niatkan sebagai usaha halal. Jadi bukan cuma cari uang, tapi juga biar berkah

22	Apakah Anda menganggap berdagang sebagai ibadah atau hanya mata pencaharian biasa?	Kalau dilakukan dengan jujur dan amanah, menurut saya itu bisa jadi ibadah. Karena kita tidak merugikan orang dan membantu orang
23	Apakah Anda merasa bahwa keuntungan yang Anda dapat adalah rezeki dari Allah?	Iya, saya percaya itu. Karena kadang kita sudah usaha maksimal, tapi tetap ada hari-hari sepi. Tapi ujung-ujungnya selalu ada jalan. Itu saya yakin dari Allah.
24	Apa yang Anda lakukan jika ada pembeli yang mengeluh tentang kualitas sagu yang Anda jual?	Saya langsung minta maaf dan saya gantikan dengan sagu yang baru. Saya juga cek kembali sebelum saya berikan, jangan sampai kejadian terulang lagi
25	Apakah Anda pernah membantu tetangga atau masyarakat sekitar dengan memberikan sagu secara cuma-cuma atau harga lebih murah?	Kalau kasih gratis jarang, tapi saya pernah kasih potongan harga saja. Saya bantu sebisa mungkin, tapi juga tetap jaga modal supaya bisa terus jualan
26	Bagaimana sikap Anda jika ada pembeli yang kekurangan uang untuk membeli sagu?	Kalau kurangnya tidak terlalu banyak ji, tetap saya kasih sagunya, tapi kalau kurangnya banyak saya juga ndak berani apalagi kalau saya tidak kenal.
27	Apakah Anda merasa bertanggung jawab menjaga kualitas dan ketersediaan sagu untuk masyarakat di sekitar tempat tinggal Anda?	Saya berusaha jaga stok dan kualitas, tapi memang kadang tergantung pasokan dari kampung. Tapi saya usahakan sebaik mungkin supaya pelanggan tetap percaya

PEDOMAN WAWANCARA PEMBELI/KONSUMEN

A. Identitas Informan

Tanggal wawancara : Rabu, 02 Juli 2025
 Nama : Linda (K1)
 Umur : 43 tahun
 Jenis Kelamin : Perempuan

B. Daftar Pertanyaan

No.	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah pedagang biasanya memberi tahu jika kualitas sagu kurang bagus?	Iye na bilang kalau kurang bagus
2	Apakah Anda merasa takaran/ukuran sagu yang dijual sudah sesuai?	Selama ini sesuai ji, karena sudah dikemas di balabba (karung kecil).
3	Pernahkah Anda merasa dirugikan saat membeli sagu (misalnya: timbangannya kurang, mutu tidak sesuai, atau yang lainnya)? Jika iya, bagaimana tanggapan pedagang saat Anda komplain?	Belum pernah.
4	Apakah harga sagu yang Anda beli biasanya sama untuk semua pembeli, atau tergantung orang?	Karena saya sudah langganan di suatu tempat jadi kadang saya dapat harga diskon atau biasa na kasih lebih-lebih sagu na kasih ka
5	Menurut Anda, apakah pedagang sagu di sini sudah adil dalam berdagang?	Iye, cukup adil ji.
6	Menurut Anda, apa yang membuat pembeli seperti Anda mau kembali membeli dari pedagang tertentu?	Karena jujur dan ramah kalau melayani pembeli
7	Pernahkah Anda menemukan pedagang yang curang? Misalnya, mengurangi takaran atau menyembunyikan kualitas sagu yang kurang bagus?	Pernah dengar, tapi saya belum pernah alami.
8	Bagaimana Anda menilai tanggung jawab sosial pedagang terhadap masyarakat?	Saya liat pedagang di sini masih punya rasa peduli. Kalau ada orang yang kekurangan, kadang dikasi juga sagu walau tidak bayar dulu. Jadi menurut saya tanggung jawab sosialnya masih ada

A. Identitas Informan

Tanggal wawancara : Rabu, 02 Juli 2025
 Nama : Eva (K2)
 Umur : 45 tahun
 Jenis Kelamin : Perempuan

B. Daftar Pertanyaan

No.	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah pedagang biasanya memberi tahu jika kualitas sagu kurang bagus?	Kadang tidak na bilang, nanti sampai ki dirumah baru diperhatikan kalau sagunya kurang bersih
2	Apakah Anda merasa takaran/ukuran sagu yang dijual sudah sesuai?	Biasa tidak sesuai juga caranya ma takar, kadang lebih sedikit dilihat kalau dibandingkan ditempat lain
3	Pernahkah Anda merasa dirugikan saat membeli sagu (misalnya: timbangannya kurang, mutu tidak sesuai, atau yang lainnya)? Jika iya, bagaimana tanggapan pedagang saat Anda komplain?	Pernah, sagunya kurang bagus warnanya kusam. Kalau komplek ki biasanya langsung na ganti ji dengan yang baru
4	Apakah harga sagu yang Anda beli biasanya sama untuk semua pembeli, atau tergantung orang?	Tergantung kita beli banyak atau sedikit.
5	Menurut Anda, apakah pedagang sagu di sini sudah adil dalam berdagang?	Iye sejauh ini adil ji tawwa
6	Menurut Anda, apa yang membuat pembeli seperti Anda mau kembali membeli dari pedagang tertentu?	Karena harga terjangkau dan kualitas bagus
7	Pernahkah Anda menemukan pedagang yang curang? Misalnya, mengurangi takaran atau menyembunyikan kualitas sagu yang kurang bagus?	Pernah, waktu beli di pasar, takarannya tidak sesuai. Karena kan di pasar itu rata-rata pake takaran wadah plastik jadi biasa tidak sesuai takarannya atau kah tidak na kasih penuh'i kalau mengisi takaran, beda dengan jual sagu di jalan poros sudah dalam bentuk balabba dia jadi bagus takarannya
8	Bagaimana Anda menilai tanggung jawab sosial pedagang terhadap masyarakat?	Ada ji beberapa pedagang yang suka bantu orang, misalnya tetangga yang susah. Tapi ada juga yang cuma pikir untung. Jadi, tanggung jawab sosialnya beda-beda tiap orang.

A. Identitas Informan

Tanggal wawancara : Rabu, 02 Juli 2025
 Nama : Ayu (K3)
 Umur : 42 tahun
 Jenis Kelamin : Perempuan

B. Daftar Pertanyaan

No.	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah pedagang biasanya memberi tahu jika kualitas sagu kurang bagus?	Kalau sudah kenal, biasanya dikasih tahu.
2	Apakah Anda merasa takaran/ukuran sagu yang dijual sudah sesuai?	Saya tidak pernah ukur ulang, tapi kelihatannya sesuai ji.
3	Pernahkah Anda merasa dirugikan saat membeli sagu (misalnya: timbangannya kurang, mutu tidak sesuai, atau yang lainnya)? Jika iya, bagaimana tanggapan pedagang saat Anda komplain?	Pernah ukurannya kurang menurut saya. Kalau komplek biasanya langsung di tambahkan sagunya
4	Apakah harga sagu yang Anda beli biasanya sama untuk semua pembeli, atau tergantung orang?	Ada pedagang yang beda-bedakan, tergantung kenal atau tidak.
5	Menurut Anda, apakah pedagang sagu di sini sudah adil dalam berdagang?	Kalau di pasar besar, lebih adil karena banyak saingan.
6	Menurut Anda, apa yang membuat pembeli seperti Anda mau kembali membeli dari pedagang tertentu?	Karena pelayanannya baik dan ramah.
7	Pernahkah Anda menemukan pedagang yang curang? Misalnya, mengurangi takaran atau menyembunyikan kualitas sagu yang kurang bagus?	Ada ji tapi Sebagian ji. Tidak semua pedagang begitu.
8	Bagaimana Anda menilai tanggung jawab sosial pedagang terhadap masyarakat?	Saya pernah liat sendiri, ada pembeli tidak cukup uang, terus tetap dikasih sagu. Itu artinya pedagang juga mikir soal orang lain, bukan cuma dagangannya saja.

A. Identitas Informan

Tanggal wawancara : Rabu, 02 Juli 2025
 Nama : Marni (K4)
 Umur : 40 tahun
 Jenis Kelamin : Perempuan

B. Daftar Pertanyaan

No.	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah pedagang biasanya memberi tahu jika kualitas sagu kurang bagus?	Iye na kasih tau ji ki.
2	Apakah Anda merasa takaran/ukuran sagu yang dijual sudah sesuai?	Rata-rata sesuai ji, apalagi kalau beli di langganan.
3	Pernahkah Anda merasa dirugikan saat membeli sagu (misalnya: timbangannya kurang, mutu tidak sesuai, atau yang lainnya)? Jika iya, bagaimana tanggapan pedagang saat Anda komplain?	Alhamdulillah belum pernah.
4	Apakah harga sagu yang Anda beli biasanya sama untuk semua pembeli, atau tergantung orang?	Biasanya sama, tapi kalau langganan kadang dikasih murah.
5	Menurut Anda, apakah pedagang sagu di sini sudah adil dalam berdagang?	Menurut saya, kebanyakan sudah adil.
6	Menurut Anda, apa yang membuat pembeli seperti Anda mau kembali membeli dari pedagang tertentu?	Pelayanan yang ramah dan kasih harga yang terjangkau
7	Pernahkah Anda menemukan pedagang yang curang? Misalnya, mengurangi takaran atau menyembunyikan kualitas sagu yang kurang bagus?	Tidak pernah, karena saya selalu beli ditempat langganan saya.
8	Bagaimana Anda menilai tanggung jawab sosial pedagang terhadap masyarakat?	Menurut saya, kebanyakan pedagang di sini tidak terlalu mikir soal masyarakat sekitar. Pokoknya yang penting laku saja. Tapi ada juga beberapa yang mau bantu kalau ada yang kesusahan.

A. Identitas Informan

Tanggal wawancara : Rabu, 02 Juli 2025
 Nama : Rahayu (K5)
 Umur : 35 tahun
 Jenis Kelamin : Perempuan

B. Daftar Pertanyaan

No.	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah pedagang biasanya memberi tahu jika kualitas sagu kurang bagus?	Pernah juga dikasi tahu sagunya baru diparut dan masih basah.
2	Apakah Anda merasa takaran/ukuran sagu yang dijual sudah sesuai?	Pernah curiga sedikit kurang, tapi saya tidak periksa ulang.
3	Pernahkah Anda merasa dirugikan saat membeli sagu (misalnya: timbangannya kurang, mutu tidak sesuai, atau yang lainnya)? Jika iya, bagaimana tanggapan pedagang saat Anda komplain?	Pernah, sagunya keras karena disimpan lama. Respon penjualnya baik minta, katanya tidak tahu kalau sudah keras, lalu diganti dengan yang bagus
4	Apakah harga sagu yang Anda beli biasanya sama untuk semua pembeli, atau tergantung orang?	Harga pasar umumnya sama, tapi ada juga yang ambil untung lebih.
5	Menurut Anda, apakah pedagang sagu di sini sudah adil dalam berdagang?	Ada ji satu dua yang tidak adil, tapi mayoritas adil ji
6	Menurut Anda, apa yang membuat pembeli seperti Anda mau kembali membeli dari pedagang tertentu?	Karena sagunya selalu bersih dan tidak bau.
7	Pernahkah Anda menemukan pedagang yang curang? Misalnya, mengurangi takaran atau menyembunyikan kualitas sagu yang kurang bagus?	Pernah, sagunya dicampur dengan yang lama. Begitu mi biasa kalau beli ditempat lain, bukan dilangganan karena biasa stoknya habis jadi pindah tempat lain, nah ternyata dapat sagu yang sudah tidak bagus mi.
8	Bagaimana Anda menilai tanggung jawab sosial pedagang terhadap masyarakat?	Pedagang yang saya biasa beli itu orangnya baik. Kalau ada sisa sagu, kadang dikasi ke tetangga. Jadi dia tanggung jawab bukan cuma untuk cari uang, tapi juga bantu orang sekitar.

Lampiran 2: Dokumentasi

Wawancara dengan Pedagang sagu Ibu Sartika



Wawancara dengan Pedagang sagu Ibu Ida



Wawancara dengan Pedagang sagu Ibu Diana



Wawancara dengan pembeli/konsumen Ibu marni



Wawancara dengan pembeli/konsumen Ibu Linda



Wawancara dengan pembeli/konsumen Ibu Ayu



Wawancara dengan pembeli/konsumen Ibu Eva



Wawancara dengan pembeli/konsumen Ibu Rahayu

