

ABSTRAK

**Isnansyah Afif : Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Praktek
Bachtiar Perdagangan Pakaian Di Pasar Cimol Gedebage
Nim. 1219220059**

Perdagangan merupakan salah satu aktivitas ekonomi utama dalam kehidupan masyarakat dan memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi, terutama di pasar tradisional. Namun, dalam praktiknya, masih sering dijumpai penyimpangan etika yang dapat merugikan konsumen dan menurunkan kualitas interaksi bisnis. Pasar Cimol Gedebage sebagai salah satu pusat perdagangan pakaian bekas di Kota Bandung menjadi lokasi menarik untuk diteliti karena menghadirkan dinamika sosial-ekonomi yang kompleks, serta keberagaman karakter pedagang yang mencerminkan praktik muamalah di tingkat mikro.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi etika bisnis Islam dalam aktivitas perdagangan pakaian di Pasar Cimol Gedebage, dengan mengkaji sejauh mana prinsip-prinsip Islam seperti tauhid, kejujuran, keadilan, amanah, dan masalah diterapkan oleh para pedagang. Pendekatan ini merujuk pada teori etika bisnis Islam menurut Umar Chapra yang menekankan integrasi antara nilai-nilai spiritual, moral, dan tujuan ekonomi dalam aktivitas bisnis.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi langsung, wawancara mendalam terhadap pedagang, dan dokumentasi. Informan terdiri dari enam pedagang pakaian yang memiliki pengalaman berbeda-beda dalam menjalankan usaha di pasar tersebut. Data dianalisis dengan pendekatan deskriptif kualitatif serta menggunakan teknik triangulasi untuk memperoleh validitas data yang maksimal.

Hasil penelitian menunjukkan 1. Secara praktik, para pedagang memulai aktivitas pukul 09.00 hingga 17.00 sesuai jam operasional pasar. Sistem tawar-menawar masih dominan, menunjukkan kearifan lokal yang selaras dengan nilai keadilan dalam Islam. 2. Dalam hal pemahaman terhadap etika bisnis Islam, para pedagang memiliki kesadaran yang bervariasi tergantung pada latar belakang pendidikan dan pengalaman mereka. Meskipun banyak dari mereka tidak secara eksplisit menyebut istilah "etika bisnis Islam", tetapi praktik yang mereka lakukan mencerminkan prinsip-prinsip utama etika tersebut 3. Implementasi etika bisnis Islam oleh pedagang di Pasar Cimol Gedebage tercermin melalui prinsip tauhid, keadilan, kejujuran, amanah, dan masalah. Mereka berdagang dengan niat ibadah, menetapkan harga secara adil, jujur dalam informasi barang, serta memberi manfaat melalui pelayanan yang ramah dan solutif. Bahkan, kesadaran lingkungan mulai tumbuh meski sederhana.

Kata Kunci : Etika Bisnis Islam, Umar Chapra, Perdagangan, Pedagang Pakaian, Pasar Cimol Gedebage, Nilai-Nilai Islam

ABSTRACT

**Isnansyah Afif : Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Praktek
Bachtiar Perdagangan Pakaian Di Pasar Cimol Gedebage
Nim. 1219220059**

Trade is one of the main economic activities in society and plays a crucial role in economic development, especially in traditional markets. However, in practice, ethical violations are still frequently found, which can harm consumers and reduce the quality of business interactions. Pasar Cimol Gedebage, as one of the central hubs for secondhand clothing trade in Bandung, presents a unique setting for research due to its complex socio-economic dynamics and the diversity of traders' characteristics that reflect micro-level muamalah practices.

This study aims to analyze the implementation of Islamic business ethics in the clothing trade at Pasar Cimol Gedebage, examining the extent to which Islamic principles such as tauhid, honesty, justice, trustworthiness (amanah), and public interest (maslahah) are applied by traders. The research refers to Umar Chapra's theory of Islamic business ethics, which emphasizes the integration of spiritual values, moral conduct, and economic objectives in business activities.

This research employs a qualitative method, with data collected through direct observation, in-depth interviews with traders, and documentation. The informants consist of six clothing traders with varying levels of experience in running their businesses in the market. Data were analyzed using a descriptive qualitative approach combined with triangulation techniques to ensure maximum data validity.

The results show: 1. In practice, traders operate from 9:00 AM to 5:00 PM, consistent with market operating hours. Bargaining remains dominant, demonstrating local wisdom aligned with Islamic values of justice. 2. In terms of understanding Islamic business ethics, traders have varying levels of awareness depending on their educational background and experience. Although many of them do not explicitly use the term "Islamic business ethics," their practices reflect the core principles of these ethics. 3. The implementation of Islamic business ethics by traders at Cimol Gedebage Market is reflected in the principles of monotheism, justice, honesty, trustworthiness, and maslahah (benefit). They trade with the intention of worship, set fair prices, provide honest product information, and provide benefits through friendly and solution-oriented service. Environmental awareness, despite its simplicity, is even growing.

Keywords : *Islamic Business Ethics, Umer Chapra, Trade, Clothing Traders, Cimol Gedebage Market, Islamic Values*