

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan mengenai Bisnis Komoditas Pertanian Dalam Perspektif Etika Bisnis Studi Pada Penjual dan Pembeli di Pasar Kembang Surabaya yaitu sebagai berikut:

1. Berbagai macam komoditas sembako (beras, minyak dan telur) yang di perjual belikan di Pasar Kembang Surabaya seperti, beras (beras medium, beras premium, dan beras yang sudah kemasan), minyak (minyak curah dan minyak kemasan), telur (telur ras, telur asin dan telur ayam kampung). Bahwa komoditas yang dominan di Pasar Kembang Surabaya adalah beras, telur dan minyak goreng
2. Perilaku penjual dapat di lihat dari aspek dan prinsip etika bisnis, aspek etika bisnis meliputi: takaran timbangan, kualitas produk, penepatan janji, keramahan dan pelayanan dan persaingan sesama bisnis. Dan prinsip etika bisnis meliputi: prinsip kesatuan (ketauhidan), keseimbangan (keadilan), prinsip kehendak bebas (free will), prinsip tanggung jawab (responsibility), dan prinsip kebajikan (ihsan). Perilaku pembeli dapat di lihat dari alasan, yakni mengapa membeli barang di Pasar Kembang Surabaya dan mengapa membeli di penjual tersebut. Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa dari segi penjual semakin tinggi ilmu agama akan semakin dia enggan untuk berbuat kecurangan. Dan juga adanya dorongan dari para leluhur atau pendahulu yang membuat para penjual akan menjalankan apa yang sudah dipercayai dari dulu oleh para orang tua terdahulunya, dan takut dengan adanya ancaman dari pihak pihak terkait jika

melakukan kecurangan. Dan dapat disimpulkan dari segi pembeli adalah hubungan antara penjual dan pembeli dapat mempengaruhi kepercayaan antara keduanya, jika hubungan keduanya sudah terjalin lama maka tingkat kepercayaan akan semakin tinggi begitu pula sebaliknya jika hubungan yang terjalin masih baru akan timbul kecurigaan. Dan juga pembeli dapat dipengaruhi oleh factor kebudayaan contohnya kebiasaan dari keluarganya atau apa yang sering dilihat.

3. Rata-rata pembeli lebih memilih berbelanja di pasar tradisional dibandingkan pasar modern adalah dari segi harga yang relative murah dibandingkan dengan pasar modern, dari segi interaksi jika di pasar modern harga sudah tertera dan tidak bisa di tawar lagi kalau pasar tradisional bisa di tawar dengan kesepakatan penjual. Dari segi barang, jika di pasar modern barang sudah terkemas secara rinci dan berat isi sudah di atur, kalau pasar tradisional bisa mengecer itu yang di sukai para pembeli di pasar tradisonal. Sebagian besar pedagang di pasar Kembang Surabaya memegang kelima prinsip diatas meskipun ada beberapa yang kurang menerapkan kelima prinsip etika bisnis.

5.2. Saran

1. Pedagang diharapkan selalu jujur atau terbuka dalam menjelaskan produk/dagangan baik kelemahan atau kelebihan barang yang dijual, memperhatikan kualitas produk, menepati janji/kesepakatan yang telah ditentukan, selalu memberikan pelayanan yang terbaik, dan bersikap ramah kepada calon pembeli atau pembeli dan selalu bertanggungjawab atas apa yang dikatakannya kepada pembeli.

2. Peneliti harap perilaku pedagang dalam menjalankan bisnis atau berdagang selalu berpegang teguh pada prinsip etika bisnis Islam dalam kondisi bisnis apapun. Karena bisnis yang didasari dengan etika bisnis Islam tidak hanya mendatangkan keuntungan berupa materi namun juga memperoleh barokah atas rizki yang telah didapat.
3. Pasar tradisional memainkan peran penting dalam perekonomian dan kehidupan sosial masyarakat lokal. Dalam hal etika bisnis, penjual dan pembeli memiliki tanggung jawab untuk memastikan praktik yang adil dan berkelanjutan. Penjual harus menjaga kualitas produk dan harga yang wajar, sementara pembeli seharusnya tidak menawar harga terlalu rendah atau melakukan penipuan. Praktik etis ini membantu menjaga keadilan ekonomi dan keberlanjutan pasar tradisional bagi masyarakat sekitar.