

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan mengenai persepsi pedagang buah terhadap nilai-nilai etika bisnis Islam di kota Gorontalo yaitu, Hasil penelitian yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa persepsi pedagang buah terhadap nilai-nilai etika bisnis Islam termasuk dalam kategori sangat baik dengan total skor untuk semua pernyataan sebesar 89%. Jawaban setiap pedagang buah terhadap pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner menggambarkan bahwa pedagang buah kota Gorontalo sebenarnya mamahami bagaimana seharusnya berdagang yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, aturan agama Islam dalam kegiatan bisnis dipaparkan pada prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang ada, yaitu: shidiq (jujur), tanggung jawab (amanah), tidak menipu, dan menepati janji.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang dijelaskan diatas, maka peneliti menyampaikan saran-saran yang bertujuan memberikan manfaat bagi pihak-pihak lain yang atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan peneliti sebagai berikut:

1. Studi yang dilakukan oleh peneliti masih ada keterbatasan, penelitian ini hanya mengukur persepsi pedagang buah bukan perilaku pedagang

buah maka untuk itu diharapkan penelitian ini bisa dilanjutkan oleh peneliti selanjutnya dengan objek atau sudut pandang yang berbeda dengan lokasi penelitian yang lebih luas sehingga dapat menambah pengetahuan keilmuan dibidang ilmu pengetahuan terkait akuntansi,

2. Bagi pedagang buah di kota Gorontalo diharapkan dalam menjalankan bisnis atau berdagang yang dijalankan setiap hari tetap memegang teguh nilai-nilai etika bisnis Islam atau aturan yang telah ditetapkan oleh syari'at Islam.
3. Sebaiknya perilaku pedagang buah dalam menjalankan bisnis atau berdagang selalu berpegang teguh pada etika bisnis Islam dalam kondisi apapun. Hal ini dikarenakan, bisnis yang didasari dengan etika bisnis Islam tidak hanya medatangkan keuntungan berupa materi namun juga memperoleh barokah atas rizki yang telah didapat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, A. (2011). *Etika bisnis bagi pelaku bisnis*. Rajawali Pers: Jakarta.
- Alma, B. dan Donni, J. P. (2014). *Manajemen bisnis syariah menanamkan nilai dan praktik syariah dalam bisnis kontemporer*. ALFABETA: Bandung.
- Bertens, K. (2000). *Pengantar etika bisnis*. Kanisius: Yogyakarta.
- Darmawati. (2012). Perilaku jual beli di kalangan pedagang kaki lima dalam perspektif etika bisnis islam. *Jurnal Fenomena, Vol. IV, No. 2, 2012*.
- Erni, E. (2011). *Bussiness ethics*. ALFABETA: Bandung.
- Fadhilah, P. (2016). Analisis Perbandingan Kinerja Dosen Dua Tahun Sebelum dan Sesudah Remunerasi di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. *Skripsi Ekonomi Pembangunan*
- Faisal, B. dan Suhendra dkk. (2006). *Etika bisnis dalam islam*. Kencana Prenada Media Group: Jakarta.
- Fitri, A. (2014): Etika bisnis islam: konsep dan implementasi pada pelaku usaha kecil. *Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah, Vol. 6, No. 1*.
- Fitria, Idris, dan A. R. Kusuma. (2014). Pengaruh Remunerasi, Motivasi dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai di Kantor Pengadilan Tinggi Agama Samarinda. *eJournal Administrative Reform, 2014, 2 (3):1691-1704 ISSN 2338-7637*
- Hayfaa, T. A. (2014). How islamic business ethics impact women entrepreneurs: insights from four arab middle eastern countries. *J Bus Ethic, 129, 859-877*.
- Heri, I. (2017). Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai. *Skripsi Ekonomi Syari'ah*
- Hermawan, A. (2006). *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: Grasindo
- Ikhsan, A. L. (2010). *Akuntansi keperilakuan edisi 2*. Salemba Empat: Jakarta.

- Imron, M. dan Siti, N.A. (2014). Pemahaman etika berdagang muslim pasar Wonokromo Surabaya. *Jurnal Fenomena*, 1, (4).
- Lukman, F. (2006). *Etika Binis dalam al-Qur'an*. Pustaka Pesantren-LKIS: Yogyakarta.
- Muhammad, A. U. (2012). What constitutes 'business ethics' in Islam?. *African Journal of Business and Economic Research* , 7 , (1),115-123. Gombe State University: Nigeria.
- Muhammad, D. (2012). *Etika bisnis menangkap spirit ajaran langit dan pesan moral ajaran bumi*. Penebar Plus: Yogyakarta.
- Ridwan dan Sunarto. (2013). *Pengantar Statistika untuk Penelitian : Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi, dan Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Sangadji, dan Sopiah. (2010). *Metodologi Penelitian*. Andi. Yogyakarta.
- Siti, M. K. (2015). Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional Ngaliyan Semarang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. *Skripsi Ekonomi Islam*
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : CV. ALFABETA
- . (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2007). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : CV. ALFABETA.
- Siti, M. K. (2015). Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional Ngaliyan Semarang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. *Skripsi Ekonomi Islam*.
- Yatim, A. (2006). *Pengantar studi etika*, Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Yusanto. (2002). *Menggagas bisnis islam*. Gema Insani Press: Jakarta.
- Yusuf, S dan Ariss, A. A. (2014). New conceptual foundations for islamic business ethics: the contributions of Abu-Hamid Al-Ghazali. *J Bus Ethic*, 129, 847-85.