

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Perilaku Produsen

Menurut Mohammad Hidayat yang dikutip oleh Izzah Dienillah perilaku produsen merupakan suatu kegiatan berupa proses mencari, mengalokasikan dan mengolah sumber daya menjadi *output* dalam rangka meningkatkan dan memberi masalah bagi sesama umat manusia. Perilaku produsen masyarakat pada dasarnya merupakan perilaku rasional di dalam mengalokasikan sumber daya dengan tujuan untuk menghasilkan barang dan jasa, sehingga mampu memenuhi kebutuhan masyarakat.<sup>21</sup> Perilaku produsen adalah kegiatan pengaturan produksi sehingga produk yang dihasilkan bermutu tinggi sehingga bisa diterima di masyarakat. Adapun permasalahan yang dihadapi oleh produsen yaitu dengan modal yang terbatas dan bisa menciptakan barang dengan kualitas dan kuantitas yang cukup baik.<sup>22</sup>

Jadi dapat disimpulkan bahwa perilaku produsen adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia dalam mengalokasikan dan mengolah sumber daya menjadi *output* dengan hasil yang diperoleh bermutu tinggi.

---

<sup>21</sup> Izzah Dienillah, *Analisis Pengaruh Perilaku Produsen terhadap Pemberdayaan dan Kesejahteraan Petani dalam Perspektif Maqasyid Syariah (Studi pada Petani Kopi Kecamatan Sumber Wringin Kabupaten Bondowoso)*, (Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2019), hal, 17

<sup>22</sup> Sukirno, Sadono, *Pengantar Teori Mikro Ekonomi Edisi Ketiga*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016), hal. 192

Teori perilaku produsen adalah pemikiran mengenai bagaimana cara produsen dalam membuat barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Dalam ilmu ekonomi orang-orang yang menghasilkan barang dan jasa disebut dengan produsen.<sup>23</sup> Menurut Abdul Aziz, teori perilaku produsen adalah teori yang membahas tentang bagaimana produsen mendayagunakan sumber daya yang ada agar dapat diperoleh keuntungan yang optimal.<sup>24</sup> Jadi teori perilaku produsen adalah suatu teori yang mempelajari tentang bagaimana cara produsen dalam membuat barang dan jasa dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan.

Produsen membuat barang dan jasa dengan tujuan untuk dijual kembali kepada konsumen dan mereka akan mendapatkan laba dari hasil penjualan tersebut. Seorang produsen akan berusaha untuk mendapatkan keuntungan yang besar. Mereka juga akan mengupayakan agar usaha yang dilakukannya bisa bertahan dalam waktu yang lama. Di dunia ini pasti ada orang-orang yang baik dan jahat begitupun dengan perilaku produsen ada yang baik ada juga yang buruk. Produsen yang baik itu produsen yang melakukan kegiatan produksi dengan jujur tidak mengganti barang-barangnya dengan yang tidak semestinya. Sedangkan produsen yang tidak baik itu produsen yang melakukan kegiatan produksi secara tidak jujur

---

<sup>23</sup> Ahmad Ihsan, *Teori Perilaku Produsen dalam Ekonomi*, diakses dari <https://tambahpinter.com/teoriperilakuprodusen/#:~:text=Teori%20perilaku%20produsen%20adalah%20pemikiran,yaitu%20membuat%20barang%20dan%20jasa.>, pada tanggal 21 Desember 2020, pukul 15.00 WIB.

<sup>24</sup> Abdul Aziz, *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hal. 101

banyak mengganti bahan-bahan untuk produksinya tidak semestinya. Produsen Muslim tidak boleh berbuat mudharat bagi dirinya maupun masyarakat dengan hasil produk yang dibuatnya.

## **B. Perilaku Produsen dan Pedagang Menurut Islam**

### **1. Perilaku Produsen Menurut Islam**

Teori perilaku produsen dalam perspektif Islam merupakan ilmu yang mempelajari tentang perilaku ekonomi manusia dimana perilakunya diatur berdasarkan agama Islam. Memproduksi suatu barang harus mempunyai hubungan dengan kebutuhan manusia. Berarti barang itu harus diproduksi untuk memenuhi kebutuhan manusia, bukan untuk memproduksi barang mewah secara berlebihan yang tidak sesuai dengan kebutuhan manusia, karenanya tenaga kerja yang dikeluarkan untuk memproduksi barang tersebut dianggap tidak produktif.<sup>25</sup>

Tujuan dari produsen dalam perekonomian Islam bukan hanya untuk meningkatkan *profit* atau keuntungan dunia semata sehingga perusahaan akan merasa puas ketika mendapatkan suatu *profit* yang wajar dan pantas untuk mencapai tujuan utama yaitu beribadah kepada Allah. Seorang produsen harus mampu bersaing dengan produsen yang lainnya dalam memproduksi kebutuhan manusia yang tidak terbatas. Persaingan

---

<sup>25</sup> Takdir dan Harfika, *Teori Perilaku Produsen dalam Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional (Studi Perbandingan)*, (*Jurnal Of Institution And Sahria Finance: Volume 2 Nomor 1, 2019*), hal. 86

yang dilakukan oleh produsen dalam Islam juga harus bersaing secara sehat.<sup>26</sup>

Perilaku produsen pada dasarnya menyetengahkan sikap pengusaha dalam memproduksi barang atau jasa. Sementara itu, dalam produksi sendiri berarti menciptakan manfaat, bukan menciptakan secara fisik sesuatu yang tidak ada, tetapi membuat barang dan jasa yang diproduksi menjadi bermanfaat. Prinsip yang harus dipegang teguh oleh produsen adalah jujur dalam setiap melakukan transaksi sehingga dapat diperoleh ridho Allah dalam kepuasan kedua belah pihak, yaitu produsen dan konsumen dalam berbisnis. Apalagi di era modern saat ini, dalam melakukan transaksi ada berbagai macam cara yang dilakukan dan akan memberikan peluang terhadap perilaku produsen dalam kegiatan bisnisnya. Sehingga produsen sangat membutuhkan pengetahuan terhadap etika dalam berbisnis yang berorientasi pada kemaslahatan.

Prinsip dalam etika bisnis Islam adalah prinsip-prinsip yang merujuk pada prinsip-prinsip ekonomi Islam, yaitu :

- a. Islam menentukan berbagai macam kerja yang halal dan yang haram. Kerja yang halal saja yang dipandang sah.
- b. Kerjasama kemanusiaan yang bersifat gotong royong dalam usaha memenuhi kebutuhan yang harus ditegakkan.

---

<sup>26</sup> *Ibid.*, hal. 87

- c. Nilai keadilan dalam kerjasama kemanusiaan harus ditegakkan.<sup>27</sup>

Dari beberapa penjelasan diatas tentang perilaku produsen dalam Islam dapat disimpulkan bahwa seorang produsen dalam melakukan kegiatan usahanya, yang harus dijunjung tinggi adalah sikap kejujuran dan keadilan, serta rasa saling percaya yang telah dijalin dalam kerjasama. Selain itu dalam menjalankan usahanya, produsen juga harus mengetahui dan menerapkan etika bisnis yang sesuai dengan Islam.

## **2. Perdagangan Menurut Islam**

Di dalam etika bisnis Islam terdapat lima prinsip yang harus dijalankan oleh pedagang dalam melakukan kegiatan perdagangan, yaitu prinsip ketauhidan, prinsip keseimbangan, prinsip kehendak bebas, prinsip pertanggung jawaban dan prinsip keihisanan. Kelima prinsip tersebut seharusnya diterapkan oleh setiap pedagang yang akan menawarkan barang dagangannya kepada masyarakat. Dengan menerapkan prinsip tersebut, akan membawa kebaikan bagi pedagang maupun pembeli. Islam menganjurkan menjalankan nilai dan etika bisnis Islam dalam muamalah ekonomi, anjuran-anjuran tersebut adalah :

- a. Kewajiban bersikap jujur

Sikap jujur seharusnya diterapkan oleh setiap muslim dalam kehidupan sehari-hari, termasuk di dalam urusan perdagangan.

---

<sup>27</sup> Ernawati Usman, *Perilaku Produsen dalam Etika Bisnis Islam (Studi Upaya Perlindungan Konsumen)*, (Jurnal Hunafa Vol. 4 No. 3, tahun 2007), hal. 210

Dengan menerapkan sikap jujur dalam berdagang, maka pedagang akan mendapatkan tempat yang mulia di hadapan Allah kelak di akhirat nanti.

b. Kewajiban bersikap amanah

Seorang muslim sangat dituntut untuk bersikap amanah, baik ketika jual beli maupun menimbang dan menakar. Apabila seorang pedagang mampu menjalankan sikap amanah, maka secara tidak langsung pedagang tersebut akan dipercayai banyak pelanggannya. Pada akhirnya para pelanggan akan betah untuk berbelanja ditempatnya, sehingga menjadikan keuntungan tersendiri.

c. Berdagang teguh pada nasehat dan menjauhi penipuan

Saling menasehati antar pedagang bisa menjadikan terkontrolnya manajemen pasar yang baik. Adapun menjauhi penipuan, pedagang harus benar-benar terkontrol atas apa yang dilakukannya, berkewajiban untuk menghindari penipuan. Apabila perdagangan bersih, maka pembeli akan semakin ramai berdatangan.<sup>28</sup>

d. Menghindari *najasy*

*Najasy* adalah menawar barang dagangan dengan tujuan supaya orang lain menawar lebih tinggi. Hal ini sangat dilarang oleh agama, karena melakukan *najasy* itu sama dengan melakukan rekayasa dalam jual beli, dan itu termasuk penipuan.

---

<sup>28</sup> Alwi Musa Muzaiyin, *Perilaku Pedagang Muslim dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam (Kasus di Pasar Loak Jagalan Kediri)*, (Jurnal Qawanin Volume 2 Nomor 1, ISSN: 2598-3156, 2018), hal. 76-77

e. Menjauhi persaingan tidak sehat

Persaingan ini terjadi dalam jual beli yang dilakukan seorang muslim atas jual beli yang dilakukan saudaranya, atau tawaran seorang muslim atas tawaran saudaranya. Hal tersebut hendaknya dihindari, karena bisa menyebabkan permusuhan antara penjual dan komplek pasar. Ketika saling membenci, maka akan timbul saling fitnah antar pedagang, dan pada akhirnya saling merugi.

f. *Qana'ah* dan menjauhi keserakahan

*Qanaah* bertujuan untuk melatih hati, supaya menjadi pribadi yang selalu bersyukur kepada Allah SWT, menjadi orang yang sabar dan menjadi orang yang bijaksana. Ketika bersikap *qana'ah*, maka seorang muslim tidak mudah mengeluh, tidak mudah putus asa dan terhindar dari sikap serakah.

g. Berhubungan sosial dengan baik

Berhubungan sosial dengan baik adalah bersikap toleran atau murah hati sewaktu melakukan jual beli serta membayar (bagi pembeli) dan memberikan barang dagangan (bagi pedagang) serta memberi kemudahan dalam kredit kepada orang yang sedang kesusahan. Dengan berhubungan sosial yang baik, maka kenyamanan dalam transaksi akan terselenggara dengan baik.<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup> *Ibid.*, hal. 78-81

### C. Pasar Rakyat

Pengertian pasar menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 112 tahun 2007 yaitu pasar merupakan area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar rakyat, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.

Sedangkan pengertian Pasar rakyat dalam Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 112 tahun 2007 yaitu pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah Daerah, swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah yang bekerjasama dengan pihak swasta dengan tempat usaha yang berupa toko, los, kios dan tenda yang dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dengan proses jual beli melalui tawar menawar. Nuraini dan Merdekawati berpendapat bahwa pasar rakyat juga sering disebut pasar konkrit, dengan menekankan arti secara fisik.<sup>30</sup> Asribestari dan Setyono menjelaskan bahwa pasar rakyat adalah pasar dimana terdapat penjual dan pembeli yang saling tawar menawar secara langsung sehingga terjadi kesepakatan harga antara kedua belah pihak.<sup>31</sup>

Kesimpulan yang dapat diambil dari pengertian diatas adalah bahwa pasar rakyat adalah jenis pasar yang cara bertransaksinya masih bersifat tradisional yaitu dengan tawar menawar guna mendapatkan kesepakatan harga

---

<sup>30</sup> E Nuraini dan Merdekawati, *Ekonomi untuk.....*, hal. 65

<sup>31</sup> Ratna Asribestari dan Setyono, *Pengaruh Daya Tarik.....*, hal. 66

antara penjual dan pembeli dan membayarnya dengan uang tunai. Pasar rakyat juga dapat disebut dengan pasar tradisional.

Banyaknya pedagang yang menjual jenis barang dan jasa yang sama merupakan salah satu karakteristik yang menonjol dari pasar rakyat. Didalamnya juga tidak terdapat peraturan yang ketat. Sehingga para penjual dan pembeli dengan mudahnya keluar masuk pasar. Bentuk fisik dari pasar rakyat biasanya terdiri dari bangunan los dan kios sederhana, relatif kecil. Kurang terawat dan terkesan kumuh. Pasar rakyat merupakan pasar yang dapat dijangkau oleh berbagai lapisan masyarakat, baik kalangan atas, menengah maupun kalangan bawah.

Ciri-ciri pasar rakyat adalah sebagai berikut:

- a) Pemerintah daerah yang memiliki, membangun dan mengelola pasar rakyat.
- b) Terdapat sistem tawar-menawar antara penjual dan pembeli.
- c) Tempat usaha beragam dan menyatu dalam lokasi yang sama.
- d) Barang dan jasa yang ditawarkan sebagian besar berbahan local dan sama.<sup>32</sup>

## **D. Etika Bisnis Islam**

### **1. Pengertian Etika**

Secara etimologis, kata etika berasal dari bahasa Yunani, yaitu *ethos* (tunggal) yang berarti adat, kebiasaan, watak, akhlak, sikap, perasaan dan cara berpikir. Bentuk jamaknya *ta etha*. Sebagai bentuk jamak dari *ethos*, *ta etha* berarti adat kebiasaan atau pola pikir yang dianut

---

<sup>32</sup> Toti Indrawati dan Indri Yovita, *Analisis Sumber Modal Pedagang Pasar Tradisional di Kota Pekanbaru* (Jurnal Ekonomi, Vol. 22, Nomor 1 Maret 2014), hal. 2

oleh suatu kelompok orang yang disebut masyarakat atau pola tindakan yang dijunjung tinggi dan dipertahankan oleh masyarakat tersebut. Bentuk jamak inilah yang menjadi acuan adanya istilah etika yang dipakai dalam sejarah peradaban manusia hingga saat ini manusia diciptakan. Etika adalah *ta etha* atau adat kebiasaan yang dijunjung tinggi dan diwariskan secara turun-temurun.<sup>33</sup>

Etika adalah sebuah ilmu yang mempelajari bagaimana berperilaku jujur, benar dan adil. Etika merupakan cabang ilmu filsafat, mempelajari perilaku moral dan amoral, membuat pertimbangan matang yang patut dilakukan oleh seseorang kepada orang lain atau kelompok tertentu. Etika adalah suatu perilaku yang normative, yaitu mengajarkan segala sesuatu yang benar menurut hukum dan benar moralitas. Etika mengajarkan sesuatu yang salah adalah salah dan sesuatu yang benar adalah benar. Sesuatu yang benar tidak bisa dikatakan salah dan sebaliknya sesuatu yang salah tidak bisa dikatakan benar. Benar dan salah tidak bisa dicampur adukkan demi kepentingan seseorang atau kelompok.

Etika diartikan identik dengan moral atau moralitas. Kedua istilah ini dijadikan sebagai pedoman atau ukuran bagi tindakan manusia dengan penilaian baik maupun buruk dan benar atau salah. Etika melibatkan analisis kritis mengenai tindakan manusia untuk menentukan suatu nilai benar atau salah dari segi kebenaran dan keadilan. Jadi ukuran yang

---

<sup>33</sup> L. Sinuor Yosephus, *Etika Bisnis: Pendekatan Filsafat Moral terhadap Perilaku Pembisnis Kontemporer*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2010), hal. 3

dipergunakan adalah norma, agama, nilai positif dan universalitas. Oleh karena itu, istilah etika sering dikonotasikan dengan istilah-istilah tata karma, sopan santun, pedoman moral, norma susila dan lain-lain yang berpijak pada norma-norma tata hubungan antar unsur atau antar elemen di dalam masyarakat dan lingkungannya.<sup>34</sup>

Dari beberapa pengertian etika diatas dapat disimpulkan bahwa etika adalah suatu ilmu yang membahas tentang kebiasaan manusia yang mana yang dapat dinilai baik dan buruknya perilaku atau tindakan manusia serta hak dan kewajiban moral atau akhlak. Etika bisa memberikan gambaran mengenai perilaku seseorang dalam menentukan sikap baik maupun buruk dalam kegiatan sehari-hari.

## **2. Pengertian Bisnis**

Pengertian bisnis sudah banyak diungkapkan oleh beberapa ahli. Bisnis berasal dari bahasa Inggris yang berarti perusahaan, usaha dan urusan. Dalam buku pengantar bisnis karangan Buchari Alma, *Hughes and Kapoor* menyatakan bahwa bisnis adalah suatu kegiatan individu yang terorganisasi yang menghasilkan dan menjual barang dan jasa dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Secara umum kegiatan ini ada didalam masyarakat dan industry. Orang yang berusaha menggunakan uang dan waktunya dengan menanggung segala resiko yang akan diterimanya dalam menjalankan

---

<sup>34</sup> Sahan Echdar dan Maryadi, *Business Ethics and Entrepreneurship (Etika Bisnis dan Kewirausahaan)*, (Yogyakarta: CV. BUDI UTAMA, 2019), hal. 1-2

kegiatan bisnis disebut *entrepreneur*. Dalam menjalankan bisnisnya, maka *entrepreneur* harus mengkombinasikan empat macam sumber, yaitu: *material, human, financial* dan informasi.

Istilah bisnis dalam Al-Qur'an berasal dari kata *al-tijarah* dan dalam bahasa Arab *tijaraha* yang mempunyai arti berdagang atau berniaga. Menurut *ar-Raghib al-Ashfahani* dalam *al-mufadat fi gharib al-Qur'an*, *at-Tijarah* adalah pengelolaan harta benda dengan tujuan untuk mencari keuntungan. Bisnis secara Islam pada umumnya sama dengan bisnis secara umum, yang berbeda hanya harus patuh dan tunduk atas dasar ajaran Al-Qur'an, As-sunnah, Al-Ijma dan Qiyas (*Ijtihad*) serta memperhatikan batasan-batasan yang telah tertuang dalam sumber-sumber tersebut. Jadi bisnis merupakan tindakan individu maupun sekelompok orang yang menciptakan nilai melalui penciptaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan untuk memperoleh keuntungan melalui transaksi.

Dari beberapa pengertian diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa bisnis adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang untuk menukar barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya dan mendapatkan keuntungan melalui kegiatan tersebut.<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup> Erly Juliani, *Etika Bisnis dalasm Perspektif Islam*, Jurnal Ummu Qura, Vol. VII, tahun 2016, hal. 64

Menurut Veuthzal Rifai *et.al* yang dikutip oleh Dr. mardani, bisnis dalam Islam bertujuan untuk mencapai empat hal, yaitu sebagai berikut:

1) Target Hasil: Profit Materi dan Benefit Nonmateri

Tujuan dari bisnis tidak selalu mencari *profit* (*qimah madiyah*, keuntungan) semata, tetapi juga harus memperoleh dan memberikan *benefit* (keuntungan dan manfaat), baik bagi pelaku bisnis itu sendiri maupun pada lingkungan yang lebih luas, seperti terciptanya suasana persaudaraan, kepedulian sosial dan lainnya. Disamping untuk mencari keuntungan (*qimah madiyah*), juga masih ada dua orientasi lainnya, yaitu *qimah khuluqiyah* dan *ruhiyah*. *Qimah khuluqiyah* adalah nilai-nilai akhlak mulia yang muncul pada kegiatan bisnis yang menjadi suatu kepastian, sehingga dapat tercipta hubungan persaudaraan yang Islami, baik antara majikan dengan buruh, maupun antara penjual dan pembeli (bukan hanya hubungan fungsional maupun profesional semata). *Qimah Ruhubiyah* berarti, perbuatan itu dimaksudkan untuk mendekatkan diri kepada Allah. Dengan kata lain, ketika melakukan suatu aktivitas bisnis, maka harus disertai dengan kesadaran hubungan dengan Allah. Inilah yang dimaksud, bahwa setiap perbuatan Muslim adalah ibadah. Amal perbuatannya bersifat materi, sedangkan kesadaran akan

hubungan dengan Allah ketika melakukan bisnis dinamakan rohnya.

2) Pertumbuhan

Jika *profit* materi dan *benefit* nonmateri telah diraih, maka diupayakan pertumbuhan akan kenaikan akan terus-menerus meningkat dari setiap tahunnya dari *profit* dan *benefit* tersebut. Upaya pertumbuhan ini tentu harus sesuai dengan syariah. Misalnya dalam meningkatkan jumlah produksi, seiring dengan perluasan pasar dan peningkatan inovasi agar bisa menghasilkan produk baru dan sebagainya.

3) Keberlangsungan

Pencapaian target hasil dan pertumbuhan yang terus diupayakan keberlangsungan kurun waktu yang cukup lama dan dalam menjaga keberlangsungan itu harus sesuai dengan syariah.

4) Keberkahan

Faktor keberkahan atau upaya menggapai ridha Allah, merupakan puncak kebahagiaan hidup Muslim. Para pengelola bisnis harus mematok orientasi keberkahan ini menjadi visi bisnisnya, agar senantiasa dalam kegiatan bisnis selalu berada dalam kendali syariat dan diraihnya keridhaan Allah.<sup>36</sup>

---

<sup>36</sup> Dr. Mardani, *Hukum Bisnis Syariah*....., hal. 12-13

### 3. Etika Bisnis Islam

Dalam buku etika bisnis karangan Prof. Dr. H. Muhammad Djakfar menyebutkan bahwa etika bisnis Islam adalah norma-norma etika berdasarkan Al-Qur'an dan hadist yang harus dijadikan sebagai acuan oleh manusia dalam aktivitas bisnisnya.

Etika bisnis Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekawatiran, karena sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar. Nilai etik, moral, susila atau akhlak adalah nilai-nilai yang mendorong manusia menjadi pribadi yang utuh seperti kejujuran, kebenaran, kaedilan, kemerdekaan, kebahagiaan dan cinta kasih. Apabila nilai etik ini dilaksanakan dengan baik akan menyempurnakan hakikat manusia seutuhnya. Al-Qur'an dan hadist sebagai pengetahuan yang mengarahkan dan mengendalikan perilaku orang Islam, karena Al-Qur'an dan hadist merupakan sumber dari segala nilai dan pedoman dalam kehidupan termasuk dalam bisnis.

Etika atau akhlak mempunyai kedudukan yang sangat penting bagi kehidupan manusia, baik sebagai anggota masyarakat maupun anggota suatu bangsa. Kejayaan dan kemuliaan manusia di bumi juga tergantung akhlak mereka, sedangkan kerusakan di bumi ini juga disebabkan oleh kebejatan akhlak manusia itu sendiri. Kehidupan manusia memerlukan moral, tanpa moral kehidupan manusia tidak mungkin berlangsung.<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup> *Ibid.*, hal. 65-66

Rasulullah SAW telah mengajarkan etika dalam berbisnis yang sesuai dengan Al-Qur'an dan hadist. Sifat-sifat utama yang harus diteladani oleh semua manusia baik para pelaku bisnis, pemerintah dan segenap manusia dari Rasulullah SAW terdapat empat dasar, yaitu:

- a. *Sidiq*, mempunyai arti jujur dan benar. Perilaku ekonomi manusia harus dilandasi oleh prinsip tersebut, baik dalam proses produksi, distribusi maupun konsumsi. *Sidiq* dapat dijadikan sebagai modal dasar untuk menerapkan prinsip efisiensi dan efektivitas.
- b. *Amanah*, mempunyai arti dapat dipercaya, professional, kredibilitas dan bertanggung jawab. Sifat *amanah* merupakan karakteristik utama seorang pelaku ekonomi syariah dan semua umat manusia. Di dalam ekonomi dan bisnis, *amanah* memiliki posisi yang paling penting.
- c. *Tabliq*, mempunyai arti para pelaku ekonomi syariah harus memiliki kemampuan komunikasi yang handal dalam memasarkan ekonomi syariah.
- d. *Fathonah*, mempunyai arti kecerdasan dan intelektual. *Fathonah* mengharuskan kegiatan ekonomi dan bisnis didasari dengan perilaku jujur, benar, kredibel dan tanggung jawab dalam berbisnis.<sup>38</sup>

---

<sup>38</sup> Veithzal Risvai, dkk, *IslamicBussinesand Economic Ethics*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), hal. 3

Seorang pengusaha dalam pandangan etika bisnis Islam, bukan hanya sekedar mencari keuntungan saja, melainkan juga untuk mendapatkan keberkahan yaitu kemantapan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan dengan cara yang wajar dan diridhoi oleh Allah SWT.

Perilaku bisnis Islami tercermin dalam perilaku Nabi Muhammad SAW dalam menjalankan roda bisnisnya selalu memiliki motivasi dan perilaku Qur'an, perlunya berwawasan kedepan dan menekankan perlunya perencanaan, hal itu sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-Hasyr : 18

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ١٨

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah Setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan”*<sup>39</sup>

Pedagang merupakan profesi yang sangat terpuji menurut Islam, karena Nabi Muhammad SAW sebelum diutus menjadi Nabi dan Rasul, beliau adalah seorang pedagang. Islam memuliakan profesi pedagang, Islam juga menyatakan bahwa pedagang yang jujur mempunyai kedudukan yang tinggi di sisi Allah SWT pada hari kiamat. Pedagang juga merupakan perantara bagi petani dan pengrajin. Karena pedagang berperan sebagai penyalur hasil produksi dari para petani dan pengrajin kepada

---

<sup>39</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya.....*, hal. 548

konsumen. Selain itu, pedagang merupakan perantara bagi produsen dan konsumen. Pedagang berperan sebagai distributor barang yang menyalurkan barang hasil produksi dari produsen kepada konsumen. Kemakmuran masyarakat bisa ditentukan dari baik buruknya perilaku pedagang, apabila pedagang mempunyai perilaku yang baik maka masyarakat akan makmur.<sup>40</sup>

Praktek perdagangan yang Islami adalah perdagangan yang dilandasi dengan nilai-nilai dan etika yang besumber dari nilai-nilai dan syariat agama Islam yang menjunjung tinggi tentang kejujuran dan keadilan. Rasulullah SAW dalam ajarannya meletakkan keadilan dan kejujuran sebagai prinsip dalam perdagangan.

Transaksi perdagangan yang dilarang oleh Rasulullah dalam keadaan pasar normal adalah :

- a. *Tallaqi Rukban*, yaitu mencegat pedagang yang membawa barang dari tempat produksi sebelum sampai di pasar. Rasulullah melarang praktik perdagangan seperti ini dengan tujuan untuk menghindari ketidaktahuan penjual dari daerah pedesaan akan harga barang yang berlaku di kota.
- b. Perdagangan yang menipu. Islam sangat melarang segala bentuk penipuan, untuk itu Islam sangat menuntut perdagangan yang dilakukan secara jujur dan amanah.

---

<sup>40</sup> Muhammad Said Maersi, *Panduan Praktis Dalam Pergaulan*, (Jakarta: Gema Insani, 2004), hal. 213

- c. *Gisyah*, yaitu menyembunyikan cacat barang yang dijual. Mencampurkan barang-barang yang sudah rusak dan jelek kedalam barang-barang yang berkualitas baik juga dapat dikategorikan sebagai *gisyah*. Sehingga pembeli akan kesulitan mengetahui secara tepat kualitas dari suatu barang yang diperdagangkan. Dengan demikian, pedagang akan mendapatkan harga yang lebih tinggi untuk kualitas barang yang tidak sesuai atau jelek.
- d. *Tathfif*, yaitu tindakan pedagang mengurangi timbangan dan takaran suatu barang yang dijual. Praktek kecurangan dengan mengurangi timbangan dan takaran ini merupakan tindakan yang telah merampas hak orang lain dalam bentuk penipuan atas ketidak akuratan timbangan dan takaran. Sehingga praktik perdagangan dengan cara ini sangat dilarang oleh Allah dan tidak sesuai dengan nilai-nilai ekonomi Islam.
- e. *Najasy*, yaitu praktik perdagangan dengan cara seseorang berpura-pura sebagai pembeli yang menawar tinggi harga barang dagangan disertai memuji-muji kualitas barang tersebut secara tidak wajar, tujuannya adalah untuk menaikkan harga barang.
- f. Memperdagangkan barang yang haram, yaitu memperjual belikan barang-barang yang tidak halal atau yang diharamkan

oleh Allah SWT dan telah disebutkan dalam Al-Qur'an, seperti daging babi, darah, minuman keras dan bangkai.

- g. Perdagangan secara riba, yaitu pengambilan tambahan dalam transaksi jual beli maupun pinjam-meminjam yang berlangsung secara zalim dan bertentangan dengan prinsip muamalah dan tidak sesuai dengan etika berdagang secara Islam.<sup>41</sup>

Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa prinsip perdagangan yang diajarkan oleh Rasulullah SAW harus sesuai dengan prinsip-prinsip yang sesuai dengan ajaran agama Islam dan sesuai dengan etika bisnis secara Islam yaitu transaksi yang dilakukan secara sukarela tanpa adanya paksaan serta menjunjung tinggi kejujuran dan keadilan yang disertai tindakan yang tidak menzalimi. Kejujuran dan keadilan dalam perdagangan merupakan pokok-pokok ajaran Islam yang sangat utama.

#### **E. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam**

Dalam pelaksanaan etika bisnis Islam ada beberapa prinsip yang harus dianut oleh para pelaku bisnis. Prinsip-prinsip tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Prinsip *Unity* (tauhid)

Konsep Tauhid (dimensi vertikal) berarti Allah sebagai Tuhan Yang Maha Esa menetapkan batas-batas tertentu atas

---

<sup>41</sup> C.S.T. Kensis dan Christine S. Kensis, *Pokok-pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hal. 15

perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya.<sup>42</sup> Dari konsep Tauhid mengintegrasikan aspek religius, dengan aspek-aspek lainnya, seperti ekonomi, akan mendorong manusia ke dalam suatu keutuhan yang selaras, konsisten dalam dirinya dan selalu merasa diawasi oleh Allah SWT.

Dalam konsep ini akan menimbulkan perasaan dalam diri manusia bahwa ia akan merasa diawasi segala aktivitas kehidupannya, termasuk dalam aktivitas ekonomi. Karena Allah SWT mempunyai sikap Raqib (Maha Mengawasi) atas seluruh gerak langkah aktivitas kehidupan makhluk ciptaan-Nya.<sup>43</sup>

Hal tersebut telah ditegaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 29:

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

Artinya: *Dialah Allah yang menciptakan segala apa yang ada di bumi untukmu kemudian dia menuju ke langit, lalu dia menyempurnakan nya menjadi tujuh langit. Dan dia maha mengetahui segala sesuatu.*<sup>44</sup>

Tauhid atau sikap mengesekan Allah SWT merupakan nilai yang sangat penting dan mutlak harus dipegang oleh setiap orang yang beragama Islam. Karena dengan sikap tauhid yang utuh pada

<sup>42</sup> Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2006), hal.89

<sup>43</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2007), hal. 13

<sup>44</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya.....*, hal. 5

seseorang, maka akan mewarnai seluruh pandangan hidupnya dan sangat menentukan budi pekertinya dalam berhubungan dengan lingkungan sekitar dan orang lain.

Penerapan perilaku pedagang dalam prinsip ketauhidan digambarkan dengan menjalankan usahanya dengan niat untuk ibadah dan karena Allah, selalu bersyukur dengan apapun hasil yang telah diperoleh karena yang pasti itu adalah ketetapan dari Allah, selalu berdoa dan berusaha semaksimal mungkin dan berlapang dada terhadap hasil yang mereka dapatkan setelah mereka berdoa dan berusaha semaksimal mungkin.

b. Prinsip Keseimbangan (*equilibrium*)

Keseimbangan adalah menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam, dan berhubungan dengan harmoni segala sesuatu di alam semesta.<sup>45</sup>

Islam sangat menganjurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan melarang berbuat curang atau berlaku zalim. Rasulullah SAW diutus Allah untuk membangun keadilan. Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil dengan siapapun sekalipun pada orang yang tidak disukai.

---

<sup>45</sup> Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: UPP AMP YKkPN, 2004), hal. 55

Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam surat Al-An'am

152:

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

Artinya: “Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang bermanfaat, hingga sampai ia dewasa. Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak membebani seseorang melainkan menurut kesanggupannya. Apabila kamu berbicara, bicaralah sejujurnya, sekalipun dia kerabat(mu) dan penuhilah janji Allah. Demikianlah mereka memerintahkan kepadamu agar kamu ingat.”. (Q.S Al-An'am(6): 152).<sup>46</sup>

Berlaku adil akan dekat dengan takwa, karena itu dalam perniagaan Islam sangat melarang untuk menipu walaupun hanya sekedar membawa sesuatu pada kondisi yang menimbulkan keraguan sekalipun. Kondisi ini terjadi karena adanya gangguan pada mekanisme pasar atau karena informasi penting yang tidak diketahui oleh salah satu pihak. (*asymmetric information*).<sup>47</sup>

Penerapan perilaku pedagang dalam prinsip keseimbangan digambarkan dengan menetapkan harga barang sesuai dengan kualitas barang yang dijual, selalu mengutamakan kualitas barang dan berusaha jujur dengan kondisi atau kualitas barang yang dijual dan mayoritas pedagang menimbang sudah sesuai dengan takaran.

<sup>46</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*....., hal. 149

<sup>47</sup> Muhammad, *Etika Bisnis Islami*....., hal. 55

c. Prinsip Kehendak Bebas

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar, tidak ada batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya.

Pada tingkat tertentu, manusia diberikan kehendak bebas untuk mengendalikan kehidupannya sendiri pada saat Allah SWT menurunkannya ke bumi. Pasar yang Islami harus bisa menjamin adanya kebebasan masuk dan keluarnya komoditas di pasar. Aktivitas ekonomi ini diarahkan untuk kebaikan setiap kepentingan seluruh komunitas Islam agar tercipta mekanisme pasar yang sehat yaitu dengan adanya larangan-larangan mengenai monopoli, kecurangan dan praktik riba.<sup>48</sup>

Seseorang atau kelompok memiliki kewenangan *absolute* dalam melakukan jual beli. Ia berhak memperjualbelikan harta kekayaan tanpa adanya paksaan dari orang lain. Pengakuan Islam terhadap hak-hak individu dan kelompok dalam memanfaatkan hartanya sama bijaknya dalam hal kepemilikan seseorang dan kelompok. Kebebasan tersebut mempunyai koridor yang harus ditaati oleh manusia dalam rangka menciptakan ketertiban dan

---

<sup>48</sup> Dede Nurohman, *Memahami Dasar-dasar Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Teras, 2001), cet. 1, hal 63-64

kesejahteraan bagi manusia itu sendiri.<sup>49</sup> Allah menegaskan hal tersebut dalam surat An-Nisa' ayat 29:

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

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kalian saling memakan harta diantara kalian dengan cara bathil kecuali melalui cara jual beli dengan merelakan.*”<sup>50</sup>

Perilaku pedagang dalam prinsip ini yaitu pentingnya sebuah kerelaan dalam semua transaksi dikolaborasikan pada praktek-praktek dalam menghindari pemaksaan, menghindari kebohongan dan menghindari penipuan.

Penerapan perilaku pedagang dalam prinsip kehendak bebas digambarkan dengan memberikan kebebasan kepada pembeli untuk melakukan tawar menawar dan tidak memaksakan kehendak pembeli. Para pedagang menetapkan harga sesuai dengan harga pasaran dan kualitas barang. Sistem transaksi yang dilakukan antara penjual dan pembeli di pasar menggunakan sistem tawar menawar.

#### d. Prinsip Pertanggung jawaban

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban. Manusia perlu mempertanggungjawabkan

<sup>49</sup> *Ibid.*, hal. 64

<sup>50</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*....., hal. 83

tindakannya, untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan. Prinsip pertanggungjawaban ini secara mendasar akan mengubah perhitungan ekonomi dan bisnis karena segala sesuatunya harus mengacu pada keadilan.<sup>51</sup>

Seperti yang telah ditegaskan oleh Allah SWT dalam Al-Qur'an surat Al-Mudatsir ayat 38:

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ ۝ ٣٨

Artinya: “Setiap orang bertanggung jawab atas apa yang dilakukan.”<sup>52</sup>

Penerapan perilaku pedagang dalam prinsip tanggung jawab digambarkan dengan sikap para pedagang yang mau menerima komplain dari para pembeli dan mau bertanggung jawab terhadap komplain pembeli yang mengembalikan barang dengan bentuk mengganti barang atau memberikan potongan harga.

e. Prinsip Kebajikan (Ihsan)

Kebajikan (Ihsan) artinya adalah 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 SWT, jika tidak mampu yakinlah bahwa Allah SWT melihat. Keihsanan merupakan tindakan yang sangat terpuji dan dapat mempengaruhi segala aspek kehidupan, keihsanan merupakan

<sup>51</sup> Rafik Isa Beekum, *Etika Bisnis Islam*....., hal. 40

<sup>52</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*....., hal. 576

atribut yang selalu mempunyai tempat terbaik disisi Allah. Kedermawanan hati juga terkait dengan keihsanan. Mempermudah kesulitan yang dialami oleh orang lain, dapat diekspresikan dalam bentuk perilaku kesopanan dan kesantunan.<sup>53</sup>

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.

- 1) Kemurahan hati (leniency)
- 2) Motif pelayanan (service motives)
- 3) Kesadaran akan adanya Allah dan aturan yang berkaitan dengan pelaksanaan yang menjadi prioritas.

Jika dihadapkan pada cara untuk melakukan persaingan, maka Islam memberikan tuntunan untuk bersaing dengan cara yang baik seperti yang telah dijelaskan dalam firman-Nya surat Al-Maidah ayat 2:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تُحِلُّوا شَعْرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا ءَأَمِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا

---

<sup>53</sup> Sahan Echdar dan Maryadi, *Business Ethics and Entrepreneurship*....., hal. 108

يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ اَنْ صَدُّوْكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ اَنْ تَعْتَدُوْا وَتَعَاوَنُوْا عَلٰى الْبِرِّ  
وَالْتَقَوٰى وَلَا تَعَاوَنُوْا عَلٰى الْاِثْمِ وَالْعُدُوْنِ وَاتَّقُوا اللّٰهَ اِنَّ اللّٰهَ شَدِيْدُ الْعِقَابِ ۚ

Artinya: “wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu melanggar syi’ar-syi’ar kesucian Allah, dan jangan (melanggar kehormatan) bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) hadyu (hewan-hewan kurban), dan Qalaid (hewan-hewan kurban yang diberi tanda), dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitulharam; mereka mencari karunia dan keridaan Tuhannya. Tetapi apabila kamu telah menyelesaikan ihram, maka bolehlah kamu berburu. Jangan sampai kebencian(mu) kepada suatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dan Masjidilharam mendorongmu berbuat melampaui batas (kepala mereka). Dan saling tolong-menolonglah kalian dalam kebaikan dan ketaqwaan dan jangan tolong menolong kalian dalam kedustaan dan permusuhan.”<sup>54</sup>

Cara bersaing yang dibenarkan oleh Islam adalah bersaing dengan melalui sikap yang efisien dalam bekerja sehingga mampu menentukan harga lebih murah dan melalui peningkatan pelayanan konsumen. Persaingan yang dilakukan dengan cara yang tidak baik akan menumbuhkan implikasi negative yang akhirnya akan merusak tatanan ekonomi yang ada. Oleh karena itu, seharusnya persaingan diarahkan pada kepuasan masyarakat dan memiliki pengaruh yang positif kepada umat manusia yang lebih luas.<sup>55</sup>

<sup>54</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur’an dan Terjemahannya*....., hal. 106

<sup>55</sup> Dede Nurohman, *Memahami Dasar-dasar Ekonomi Islam*....., hal. 67

Penerapan perilaku pedagang dalam prinsip kebajikan digambarkan pedagang dengan pelayanan yang baik terhadap pembeli dengan sepenuh hati, selain itu juga mempersilahkan pembeli untuk berhutang dengan tujuan untuk membantu sesama dan agar kegiatan perdagangan bisa terus berjalan.

## **F. Penelitian Terdahulu**

### **1. Jurnal M. Rasyid Hidayat dan Amelia Rahmaniah**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa para pedagang di pasar tradisional Sentra Antasari Banjarmasin sebagian telah menerapkan etika bisnis Islam ketika mereka berdagang, hal ini bisa dilihat bahwa mereka tidak menyembunyikan cacat dan adil dalam timbangan, mereka tidak memaksa pembeli untuk membeli dan tidak melarang pedagang lain untuk berjualan yang sama disamping mereka, mereka menepati janji dan bertanggungjawab atas kualitas barang dagangannya, dan mereka memberikan kelonggaran waktu bagi pelanggan yang berutang. Disamping itu penelitian ini juga menemukan adanya pedagang yang melalaikan sholat wajib dan adanya pedagang yang tidak ramah terhadap pelanggan.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terdapat pada objek penelitiannya. Persamaanya yaitu sama-sama membahas tentang perilaku pedagang pasar tradisional dalam perspektif

etika bisnis Islam, metode penelitian yang digunakan juga sama yaitu metode penelitian kualitatif dengan penelitian lapangan.<sup>56</sup>

## 2. Skripsi Dyan Arum Rahmadani

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa para pedagang pasar tradisional Patepamus Makasar tidak mengetahui etika bisnis Islam, tetapi dalam melakukan transaksi jual beli mereka menggunakan aturan sesuai dengan etika bisnis Islam, dilihat dari tidak melupakan ibadah sholat wajib, berdo'a dan bersedekah, adil dan seimbang dalam menakar dan tidak menyembunyikan cacat, memberikan kebebasan kepada penjual baru dan tidak memaksa pembeli, menepati janji dan bertanggungjawab atas kualitas barang, bersikap ramah dalam melayani pembeli. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku pedagang pasar tradisional Patepamus menurut perspektif etika bisnis Islam.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terdapat pada rumusan masalahnya, pada penelitian terdahulu hanya membahas tentang bagaimana perilaku pedagang pasar menurut perspektif etika bisnis Islam, sedangkan pada penelitian sekarang membahas dua rumusan masalah yaitu tentang bagaimana perilaku pedagang pasar menurut etika bisnis Islam dan implementasi etika bisnis Islam terhadap perilaku

---

<sup>56</sup> M. Rasyid Hidayat dan Amelia Rahmaniah, *Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Sentra Antasari Banjarmasin dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*, *Jurnal of Islamic and Law Studies*, Vol. 3, No. 2, 2019

pedagang pasar. Persamaanya yaitu sama-sama membahas tentang perilaku pedagang pasar tradisional dalam perspektif etika bisnis Islam.<sup>57</sup>

### 3. Jurnal Gadis Arniyati Athar

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan analisis deskriptif. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa rata-rata perilaku keseluruhan pedagang sebesar 3,01 dengan kategori baik, dimana pada kategori sangat baik berjumlah 20 orang (23,53%), pada kategori baik berjumlah 48 orang (56,47%), kategori kurang baik 17 orang (20%) dan tidak ada dalam kategori sangat kurang baik. Dari penelitian ini juga didapat bahwa pedagang yang menjalankan etika bisnis Islam yang paling tertinggi adalah pedagang sayur dan paling terendah adalah pedagang daging/ikan, dimana pada pedagang sayur sebesar 3,27 dengan kategori baik, pedagang daging/ikan 2,68 dengan kategori kurang baik, dan pedagang buah 3,09 dengan kategori baik. Etika bisnis Islam yang sering dilakukan adalah menjual mutu dagangan yang kurang baik dan tidak menjelaskan kondisi mutu barang.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terdapat pada metode penelitiannya, penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan analisis deskriptif sedangkan penelitian sekarang menggunakan metode penelitian kualitatif dengan

---

<sup>57</sup> Dyan Arrum Rahmadani, Skripsi: “*Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Patemus Makassar dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*”....., hal. 43

analisis deskriptif. Persamaanya yaitu sama-sama membahas tentang pedagang pasar tradisional dalam perspektif etika bisnis Islam.<sup>58</sup>

4. Jurnal Juliana, M. Faathir dan M.A. Sulthan

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan statistika deskriptif. Hasil penelitiannya adalah menunjukkan tingkat implementasi Etika Bisnis Islam pelaku usaha mikro binaan program PUSPA Bank Indonesia wilayah Jawa Barat tahun 2017 masuk dalam kriteria sangat baik. Ini terlihat dari beberapa dimensi yang digunakan yaitu jujur, penggunaan barang berkualitas baik, Ihsan, Membangun hubungan baik dengan Konsumen dan Etika menetapkan harga nilai rata rata nilai 5,8 yang berarti sangat baik.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu, *pertama* adalah terdapat pada metode penelitiannya, penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan statistika deskriptif, sedangkan pada penelitian sekarang metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif. *Kedua*, perbedaannya terdapat pada objek penelitiannya, penelitian terdahulu objek penelitiannya adalah Usaha Mikro Syariah, sedangkan penelitian sekarang objek penelitiannya adalah pasar rakyat. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang

---

<sup>58</sup> Gadis Arniyati Athar, *Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang di Pasar Tradisional di Kota Binjai Sumatera Utara*, Jurnal Wahana Inovasi, Vol. 9, No. 1, 2020

adalah sama-sama membahas tentang pengimplementasian etika bisnis Islam.<sup>59</sup>

5. Jurnal Elida Elfi Barus, Nuraini

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa RM Wong Solo menggunakan konsep bisnis berbasis syariah, bagi mereka bekerja adalah jihad. Hal ini dapat dilihat dari beberapa aspek seperti karyawan, kualitas produk dan kepemimpinannya. Dampak yang ditimbulkan pun sangat bagus, terbukti RM Wong Solo sangat diminati pelanggan tidak hanya dalam negeri, tapi juga luar negeri. RM Wong Solo juga mendapat banyak penghargaan dibidang kuliner.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada objek penelitiannya, pada penelitian terdahulu objek yang diteliti adalah rumah makan Wong Solo Medan, sedangkan pada penelitian sekarang objek yang diteliti adalah pasar rakyat Panjerejo Tulungagung. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah sama-sama membahas tentang implementasi etika bisnis Islam.<sup>60</sup>

---

<sup>59</sup> Juliana, dkk, *Implementasi Etika Bisnis Islam Pelaku Usaha Mikro: Studi Kasus pada Pelaku Usaha Mikro Syariah Puspa Bank Indonesia Wilayah Jawa Barat di Bandung Tahun 2017*, *Jurnal Strategic*, Vol. 19, No. 1, 2019

<sup>60</sup> Elida Elfi Barus dan Nuriani, *Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi pada Rumah Makan Wong Solo Medan)*, *Jurnal Perspektif Darussalam*, Vol. 2, No. 2, 2016

## 6. Skripsi Riski Umi Nafiah

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif analisis. Hasil penelitiannya adalah *pertama* pedagang tradisional di pasar Bandung Tulungagung dalam menjalankan aktivitas bisnis telah memahami barang-barang yang dilarang oleh agama Islam untuk diperjualbelikan, *kedua* menghadapi pembeli dengan ramah tamah dan sopan pelanggan tidak akan pernah kabur, dan sopan santun, *ketiga* perilaku pedagang muslim ditunjukkan dengan bermurah hati kepada pembeli, *keempat* menjalankan aktivitas usaha dagang yang dilakukan para pedagang di pasar tradisional Tulungagung semata-mata untuk mencari berkah dari Allah SWT, *kelima* pemahaman para pedagang mengenai kejujuran dalam menjalankan usaha harus ada, karena kejujuran merupakan kunci mencapai derajat yang lebih tinggi baik secara materi maupun di sisi Allah SWT.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada subjek yang diteliti, pada penelitian terdahulu subjek yang diteliti hanya pedagang pakaian di pasar Bandung Tulungagung, sedangkan pada penelitian sekarang subjek yang diteliti adalah seluruh pedagang pasar yang ada di pasar rakyat Panjerejo Tulungagung. Persamaannya adalah sama-sama meneliti tentang perilaku pedagang pasar rakyat dalam perspektif etika bisnis Islam.<sup>61</sup>

---

<sup>61</sup> Riski Umi Nafiah, Skripsi: “*Perilaku pedagang pakaian di Bandung Tulungagung dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*”, (Tulungagung: Skripsi tidak diterbitkan, 2018), hal. 7

7. Jurnal Afriyani Sasnita, Siti Musyahidah, Nursyamsu

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa etika bisnis Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian busana Muslimah pada mahasiswi jurusan ekonomi syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu serta telah memenuhi syarat uji regresi sederhana yakni hasil olahan data menunjukkan bahwa perolehan model persamaan regresi yaitu  $Y = 12,380 + 0,436X$ . Koefisien regresi variabel etika bisnis Islam (X) berpengaruh terhadap keputusan pembelian busana Muslimah pada mahasiswi jurusan ekonomi syariah IAIN Palu sebesar 0,436, uji koefisien kolerasi menunjukkan bahwa R sebesar 0,349 ini menunjukkan bahwa variabel etika bisnis Islam (X) memiliki pengaruh kontribusi sebesar 34,9% terhadap keputusan pembelian busana Muslimah (Y). Sedangkan sisanya ( $100\% - 34,9\% = 65,1\%$ ) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain diluar variabel yang diteliti.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah, *pertama* terletak pada subjek dan objek yang diteliti, yaitu pada penelitian terdahulu subjek yang diteliti adalah para mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah dan objeknya adalah IAIN Palu, sedangkan pada penelitian sekarang subjek yang diteliti adalah seluruh pedagang pasar dan objek penelitiannya adalah Pasar rakyat Panjerejo Tulungagung. *Kedua* perbedaannya terletak pada metode penelitiannya, pada penelitian terdahulu metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian

kuantitatif, sedangkan metode penelitian pada penelitian sekarang menggunakan metode penelitian kualitatif. Persamaannya adalah sama-sama membahas tentang etika bisnis Islam.<sup>62</sup>

8. Jurnal Leli Rosiyana, Zainul Arifin, Sunarti

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian ini adalah implementasi etika bisnis Islam guna membangun bisnis yang Islami pada Waroeng Steak and Shake cabang Malang telah diterapkan sesuai dengan konsep etika bisnis Islam yang telah Rasulullah contohkan dalam model bisnis Islam, dengan menjalankan jual beli secara ma'ruf. Adanya beberapa kekurangan berupa hambatan dari pihak internal dan eksternal akan menjadikan perbaikan yang sangat besar untuk kemajuan Waroeng Steak and Shake kedepan.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada objek yang diteliti, penelitian terdahulu objek yang diteliti adalah *waroeng steak and shake cabang Malang* sedangkan penelitian yang sekarang objek yang diteliti adalah pasar rakyat Panjerejo Tulungagung. Persamaannya adalah sama-sama membahas implementasi etika bisnis Islam dan metode penelitiannya yaitu metode penelitian kualitatif.<sup>63</sup>

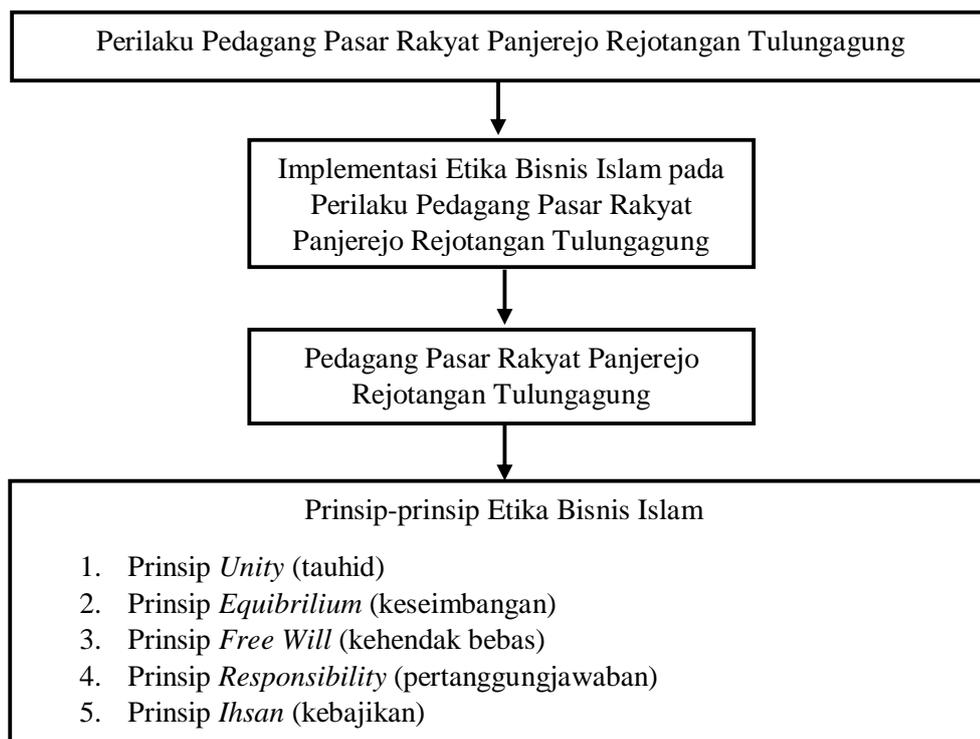
---

<sup>62</sup> Afriyani Sasnita, dkk, *Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Palu*, Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. 1, No. 2, 2019

<sup>63</sup> Leli Rosiyana, dkk, *Implementasi Etika Bisnis Islam Guna Membangun Bisnis yang Islami (Studi pada Waroeng Steak and Shake Cabang Malang)*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 53, No. 1, 2017

## G. Kerangka Konseptual

**Bagan 2.1**  
**Kerangka Konseptual**



Untuk memperoleh gambaran yang jelas dan sebagai kontrol melakukan penelitian lebih lanjut, maka peneliti menggambarkan dalam bentuk kerangka konseptual. Berdasarkan kerangka diatas menjelaskan bagaimana perilaku pedagang pasar rakyat Panjerejo Tulungagung dalam mengimplementasikan etika bisnis Islam dalam melakukan kegiatan perdagangan. Objek yang diteliti dalam kerangka konseptual ini dijelaskan yaitu beberapa pedagang yang ada di pasar rakyat Panjerejo Tulungagung. Fokus utama yang menjadi rujukan skripsi ini adalah etika bisnis Islam, maka dapat dijelaskan bahwa prinsip pengetahuan akan etika bisnis Islam mutlak harus dipahami dan diterapkan oleh pedagang maupun pembisnis dalam

melakukan kegiatan ekonomi. Etika bisnis Islam memiliki lima prinsip yaitu prinsip tauhid, prinsip keseimbangan, prinsip kehendak bebas, prinsip pertanggung jawaban dan prinsip keihsanan.