

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis

Etika adalah ilmu yang mempelajari bagaimana berperilaku jujur, benar dan adil.¹ sikap ataupun perilaku yang ada dalam diri seorang individu yang di tentukan oleh norma – norma yang berlaku. Bisnis merupakan aktivitas yang dilakukan oleh individu atau sekelompok orang untuk menyediakan barang atau jasa untuk memperoleh keuntungan. Sedangkan etika adalah komponen pendukung para pelaku bisnis terutama daam hal kepribadian, tindakan serta perilakunya.²

Dalam praktik bisnis yang baik, etis, adil, dan jujur harus ada dalam jiwa seorang pebisnis. karena pada dasarnya kegiatan bisnis harus di perlukan etika. Karena berbagai alasan, yaitu:

- a. Dalam berbisnis tidak hanya mementingkan keuntungan saja, namun juga harus mempertimbangkan sisi mashlahahnya atau sisi manusiawi,

¹ Saban Echdar dan Maryadi, *Bussines Ethics and Enterpreneurship (etika bisnis dan kewirausahaan)*, (Sleman:Deepublish, 2019),Hal.1.

² Fakhry Zamzam dan Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*, (Sleman Yogyakarta:DEEPUBLISH, 2020),Hal .1.

sehingga tidak akan merugikan pihak lain dengan usaha yang kita jalani.

- b. Bisnis dilakukan dengan melibatkan orang lain di sekeliling kita, sehingga kita memerlukan etika sebagai orientasi dan pedoman untuk memutuskan sesuatu.
- c. Bisnis yang saat ini dilakukan tentu mengalami persaingan yang ketat, namun menjadi seorang pebisnis harus bersaing tetap memperhatikan etika bisnis yang profesional serta tetap memperhatikan norma – norma tentang bisnis.
- d. Dalam berbisnis etika harus di bedakan dai ilmu empiris yang di dasarkan pada suatu gejala dimana akan melahirkan suatu hukum yang terulang secara terus menerus di mana melahirkan suatu hukum yang berlaku secara universal.³

Etika menjadi moralitas yang mengandung norma – norma yang digunakan sebagai pedoman dalam kehidupan, dan juga etika sebagai bentuk refleksi yang kritis dan rasional.⁴

Menurut Yusuf Qardawi, islam memiliki etika dalam kegiatan berbisnis, yaitu:

³ *Ibid*, Hal .6.

⁴ Wiwik Saidatur Roliamah dan Kholid Albar, *Manajemen Risiko Bisnis Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Guepedia, 2019), Hal. 59.

- a. Menegakkan larangan dalam berdagang barang – barang yang haram
- b. Berlaku benar, amanah, dan jujur
- c. Melarang bunga dan juga menegakkan keadilan
- d. Mengharamkan adanya monopoli dan juga menerapkan kasing sayang
- e. Menerapkan sikap toleransi dan juga rasa persaudaraan
- f. Prinsip bahwa perdagangan adalah bekal menuju akhirat⁵

2. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis islam merupakan praktek bisnis yang menerapkan hukum dan norma – norma islam dalam setiap aktivitas ekonomi dan setiap hubungan antara satu kelompok masyarakat dengan kelompok masyarakat yang lain.

Bisnis islam diartikan sebagai serangkaian aktivitas dimana tidak di batasi dalam hak kepemilikan hartanya (barang/jasa) namun di batasi dalam hal perolehan dan pendaaygunaan hartanya (adanya aturan tentang halal atau haram). Bisnis dapat terjadi karena adanya ketergantungan antara satu individu dengan individu lain dimana salah satu pihak menjadi penyedia produk / jasa dan pihak yang satu menjadi konsumen (pembeli). Dalam bisnis

⁵ *Ibid, Hal. 60.*

dapat berlangsung karena adanya beberapa hal yaitu, adanya ketergantungan antar individu, untuk meningkatkan standar hidup, untuk mempertahankan kehidupan atau standar hidup dan lain sebagainya.⁶

Moral pengusaha maupun pelaku seorang pebisnis merupakan suatu hal yang mendorong para pelaku usaha dalam melaksanakan kebaikan etika dalam bertingkah laku untuk menciptakan kenyamanan antara pihak yang bersangkutan. Hal ini sangat diperlukan karena dapat menentukan keberlangsungan usaha yang dimiliki oleh seorang pedagang atau pebisnis.

3. Prinsip Etika Bisnis Islam

Dalam etika bisnis terdapat empat pilar berdasarkan syariah Islam yang dijadikan pedoman muslim terdapat empat pilar pokok yang mendasari beberapa hal sebagai berikut:

a. Tauhid

Dalam kegiatan ekonomi sumber utama yang harus dimiliki oleh setiap individu adalah keyakinan penuh terhadap keesaan Tuhan (Allah). Dalam menentukan benar atau salah Allah lah pemilik sejati dari segala sesuatu dan manusia sebagai pemegang amanah. Allah menetapkan batasan- batasan bagi hambanya dalam melakukan setiap kegiatan,

⁶ Evi Susanti, *Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Usaha Mebel di CV. Jati Karya Palembang*, (Skripsi: UIN Raden Fattah Palembang, 2017), Hal.20.

termasuk dalam hal kegiatan ekonomi. Kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh individu yang berperan sebagai produksi, penjual, sampai pembeli harus meyakini dan tahu bahwa ada batasan-batasan yang ada dalam setiap kegiatan ekonomi.

b. Keseimbangan

Dalam melakukan kegiatan ekonomi dalam islam di berlakukan keseimbangan, dimana harta yang kita keluarkan tidak hanya untuk kesenangan atau sebagai alat pemuas saja, namun juga ada harta orang lain yang ada di dalam harta yang kita miliki.

c. Kehendak bebas

Manusia diberikan kehendak bebas untuk mengendalikan kehidupannya. Namun tanpa mengabaikan kenyataan bahwa kita sudah diatur sesuai hukum yang diciptakan Allah Swt. Dalam kegiatan ekonomi para pelaku ekonomi memiliki kebebasan untuk melakukan kegiatan ekonomi , baik dalam hal konsumsi maupun distribusi. Namun tetap sesuai dengan prinsip ekonomi islam.

d. Tanggung jawab

Dalam kegiatan ekonomi islam tanggung jawab harus di jalankan untuk memenuhi prinsip-prinsip yang telah di atur dalam agama islam.

Dalam kegiatan ekonomi harus ada rasa tanggung jawab dalam setiap individu. Baik individu itu berperan sebagai Produsen ataupun konsumen.

4. Nilai – nilai dalam Bisnis

Dalam Al-Qur'an dijelaskan bahwa setiap pelaku ekonomi memiliki nilai- nilai serta sikap yang dimiliki Nabi Muhammad SAW yang berhubungan erat dengan kegiatan bisnis yaitu:

a. *Shidiq*

Dalam menjalankan suatu bisnis sikap yang harus dimiliki salah satunya adalah sifat jujur. Karena dengan memiliki sifat *Shidiq* kegiatan ekonomi bisnis akan berjalan dengan lancar dan dapat memberikan rasa percaya antara satu individu dengan individu yang lain yang menjalankan suatu bisnis.

Dalam Al – Qur'an dan Hadist juga sudah di jelaskan dengan jelas betapa pentingnya kejujuran dalam kegiatan bisnis. Dengan aktivitas ekonomi yang di landasi ekonomi yang dilandasi dengan kejujuran, manusia akan saling mempercayai seta akan terhindar dari penipuan. Dengan ini suatu individu akan merasa tenang dan tenteram

tanpa rasa was was yang di sebabkan adanya kekhawatiran hak – haknya yang diambil orang lain.⁷

b. *Amanah*

Di samping sikap *Shidiq*, sikap *amanah* juga sangat penting dalam kegiatan bisnis. Sikap *shidiq* dan *amanah* tentu saling berhubungan satu sama lain, dimana orang yang bersikap jujur sudah pasti *amanah* (terpercaya). Perbedaan dari sikap *shidiq* ini terletak pada dalam diri si pelaku usaha sedangkan *amanah* ini terletak pada kepercayaan yang di berikan oleh orang lain terhadap sikap dari pengusaha tersebut.⁸ Dalam islam sikap ini harus tumbuh dalam diri seorang pebisnis, untuk memberikan rasa percaya terhadap konsumen dan memberikan iktikad baik terhadap para konsumen.

c. *Fathanah* (Cerdas)

Fathanah dapat diartikan sebagai sifat yang cerdas atau bijaksana. Sikap *fathanah* dijadikan sebagai strategi hidup dalam setiap islam dan menjadi salah satu sikap yang harus di miliki oleh setiap individu khususnya seorang pebisnis. Seorang muslim di

⁷ Idri. Hadis Ekonomi, (Jakarta: KENCANA, 2017),Hal. 10.

⁸ *Ibid*, Hal. 12.

wajibkan untuk mengoptimalkan segala potensi yang dia miliki untuk mencapai kesempurnaan hidup.

Allah Awt. Memberikan potensi yang berbeda – beda di setiap uamtnya agar mereka (umat) dapat mencapai kesempurnaan dalam hidupnya sesuai potensi yang mereka miliki.

d. *Tabligh*

Tabligh dalam bahasa dapat diartikan sebagai terbuka. Maksud dari terbuka ini yaitu dalam hal komunikasi atau dalam hal pemasaran bisnis. Sifat *tabligh* sudah seharusnya di aplikasikan dalam kegiatan berbisnis.

Dalam etika bisnis sifat *tabligh* sangatlah diperlukan dimana dalam kegiatan bisnis tentu ada yang namanya promosi produk yang di produksi dari suatu usaha.⁹ Promosi yang baik adalah memperkenalkan produk atau barang yang akan di tawarkan kepada calon konsumen dengan cara yang jujur dengan artian menyampaikan apa yang ada di dalam kandungan produk tersebut.

Dalam Al-Qur'an telah diperintahkan kepada orang – orang yang beriman untuk menjaga manah serta menjaga janjinya, dan juga memerintahkan mereka untuk adil dalam berperilaku.

⁹ Mashur, *Filsafat Ekonomi Islam*, (Jawa Tengah: Lakeisha, 2020), Hal. 54.

4. Hal – hal yang dilarang dalam kegiatan bisnis menurut islam

a. Larangan berbuat riba

Riba dalam bahasa arab *az-ziyadah* (tambahan), *an-nama'* (tumbuh). Menurut istilah riba adalah tambahan dalam bentuk uang yang diperoleh dari penundaan pelunasan hutang.¹⁰ Kegiatan ini sudah berlangsung sejak zaman jahiliah sampai sekarang. Padahal hal ini sangatlah dilarang oleh Allah Swt dan dijelaskan dalam Al-Qur'an dalam firmanNya pada surat Al- Baqarah (2):275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۗ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۗ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ ۗ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ - ٢٧٥

“Orang – orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu , adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya(terserah) kepada Allah. Orang yang mengulangi

¹⁰ Mardani, *Hukum Bisnis Syariah*, (Jakarta:Primedia,2017),Hal. 39.

(mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni – penghuni neraka , mereka kekal di dalamnya.”¹¹

- b. Larangan berbuat *tadlis* (menipu atau menyembunyikan kondisi barang)

Tadlis adalah suatu hal yang mengandung unsur penipuan. *Tadlis* (penipuan) dalam kegiatan jual beli adalah dengan menyampaikan kondisi suatu barang atau suatu informasi yang tidak sesuai dengan kenyataan. Dalam kegiatan berdagang *tadlis* dapat diartikan pengurangan timbangan atau bertindak curang. Sehingga akan merugikan salah satu pihak (konsumen) dan hanya menguntungkan salah satu pihak saja (pedagang).

- c. Larangan transaksi yang mengandung *gharar* (ketidakpastian)

Dalam kegiatan jual beli transaksi *gharar* sangat dilarang dalam islam, karena hal ini dapat merugikan salah satu pihak. Transaksi *gharar* merupakan kegiatan transaksi yang mengandung unsur ketidakjelasan terhadap barang yang di perdagangkannya dimana hal ini yang menimbulkan ketidakjelasan terhadap barang tersebut.

Ciri – ciri *gharar* adalah:

¹¹ Kementrian Agama Republik Indonesia, *Mushaf Al- Qur'an*, (Surabaya : CV. Duta Ilmu, 2008), Hal. 36.

1. Tidak jelasnya takaran serta spesifikasi dari suatu barang yang dijual
2. Tidak jelas bentuk barangnya
3. Kurangnya informasi yang diperoleh pembeli terhadap barang yang akan dia beli.

Saat ini banyak dijumpai para pedagang online yang memasarkan dagangannya hanya melalui sebuah gambar / foto. Pembeli tidak bisa menyentuh atau melihat barang yang akan di beli secara langsung sehingga tidak jelas bagaimana kondisi *real* suatu barang tersebut. Untuk mengatasi hal tersebut penjual harus memberikan informasi yang sesuai dengan barang yang dijualnya, misal penjual menjual baju, maka harus disebutkan spesifikasi dari barang tersebut seperti halnya bentuk baju, ukuran , kain dan juga harga.

d. Larangan menjual atau memperdagangkan barang haram

Menjual atau memperdagangkan barang haram baik dari segi sifat ataupun perolehannya sangatlah dilarang. Hal ini karena barang haram di khawatirkan akan merusak tubuh atau tidak baik untuk manusia, serta tidak memberikan sisi manfaat bagi pembeli.

B. Pedagang sebagai pelaku bisnis

1. Pedagang

Pedagang merupakan pihak yang membeli barang (dagangan) dari produsen yang kemudian dijual kembali ke pada konsumen untuk mendapatkan keuntungan.

Dalam kegiatan bisnis kejujuran merupakan syarat yang paling mendasar, dengan sikap jujur yang ada pada diri penjual akan tercipta kepercayaan si pembeli kepada penjual. Hal ini sangat di anjurkan oleh Rasulullah SAW dalam melakukan kegiatan bisnis.

Dalam islam berdagang sudah mulai diperkenalkan sejak zaman kenabian, bahkan Rasulullah Saw pun mencari rezeki dengan berdagang dan menggembala domba. Pedagang menjadi salah satu pemeran dalam penyebaran agama islam di Indonesia, dimana pedagang yang datang ke Indoneisa berperan sebagai pedagang dan ulama (orang yang membawa ajaran islam). Dalam berdagang ada beberapa aspek yang yang dapat mempengaruhi pedagang atau pembeli dalam menentukan harga suatu barang dagangan, diantaranya:

a. Tingkat kesulitan dan lama produksi suatu barang

Dalam melakukan bisnis (berdagang) tingkat kesulitan dari suatu barang yang di produksi harus di perhitungkan karena hal ini dapat mempengaruhi harga suatu barang tersebut. Bukan hanya tingkat kesulitannya saja, namun lama atau tidaknya produksi dari suatu barang. Dalam hal ini akan mempengaruhi tingkat permintaan dari konsumen. Jika lama produksi suatu barang di barengi dengan kualitas barang yang bagus maka akan memberikan rasa puas terhadap pedagang dan juga pembeli (konsumen).

b. Biaya produksi barang

Biaya produksi adalah sebagian dari keseluruhan faktor produksi yang dikorbankan untuk proses produksi untuk menghasilkan suatu produk hingga produk tersebut sampai di pasar.¹² Dalam melakukan kegiatan produksi biaya yang dikeluarkan suatu perusahaan sangatlah penting karena akan menentukan tingkat keuntungan dari suatu produksi.

c. Manfaat atau fungsi dari suatu barang bagi masyarakat umum (konsumen)

¹² Bambang widjajanta dan Arianti Widyaningsih, *Mengasah Kemampuan Ekonomi*, (Bandung:Citra Praya, 2007),Hal. 35.

Dalam kegiatan produksi suatu perusahaan tentu akan menyediakan atau memproduksi suatu barang yang bermanfaat bagi masyarakat umum (konsumen). Dengan memberikan manfaat dari suatu barang yang di produksi akan menjadi barang yang akan di cari dan di perlukan oleh para konsumen. Dalam hal ini pedagang juga harus pintar – pintar memilih barang apa yang di perlukan oleh masyarakat (konsumen) dengan tujuan memberikan persediaan barang kepada konsumen dan mendapatkan keuntungan.

d. Manfaat atau fungsi barang bagi pembeli – pedagang

Barang yang di jual atau di beli harus memiliki nilai fungsi yang bisa diambil manfaatnya bagi konsumen. Bukan hanya bagi konsumen namun bagi para pedagang. Para pedagang juga harus memmphatikan nilai fungsi dari suatu barang yang dijualnya agar memiliki nilai manfaat bagi para pembeli (konsumennya).

e. Memperhatikan Pemasaran dan permintaan (*supply and Demand*)

Dalam berdagang atau berbisnis pemasaran dan permintaan (*supply and Demand*) menjadi faktor yang sangat

penting. Pemasaran yang dilakukan oleh seorang pedagang harus menarik dan sesuai dengan kondisi barang yang di jual. Pemasaran yang dilakukan oleh seorang pedagang berbeda – beda namun dengan tujuan yang sama yaitu menarik hai konsumen untuk membeli barang yang di jualnya. Dengan ini pemasaran menjadi salah satu faktor terpenting dalam hal berbisnis atau berdagang.

Bukan hanya pemasaran, memperhatikan permintaan konsumen (*supply and Demand*) juga tak kalah penting. Hal ini sangat mempengaruhi tingkat keuntungan yang di peroleh oleh seorang pedagang (pebisnis). Para pedagang di tuntut untuk selalu menyediakan kebutuhan yang di dibutuhkan oleh pembeli (konsumen) sehingga permintaan dari pembeli akan terpenuhi dan para pedagang akan melakukan penawaran (*Demand*) terhadap barang yang dijualnya.

f. Memperhatikan metode pembayarannya¹³

Dalam melakukan kegiatan bisnis metode pembayaran tentu perlu disepakati antara penjual dan pembeli, sehingga membentuk rasa sukarela terhadap penjual dan pembeli. Dalam

¹³Machifi Chanani, *Pengusaha Muslim (majalah pintar pengusaha muslim) Edisis 10*, (Sleman Yogyakarta: Yayasan Bina Pengusaha Muslim, 2012), Hal,29.

kegiatan jual beli metode pembayaran juga menjadi faktor penting karena metode pembayaran

Dalam kegiatan berdagang interaksi dan kerja sama yang di ciptakan antara para pedagang di dasarkan pada semangat kekeluargaan untuk menjaga ketentraman, kerukunan dan saling membantu satu sama lain. Ikatan emosional yang tercipta sesama pedagang menjadi suatu faktor yang paling menentukan dimana dapat menyatukan mereka (pedagang) dan dapat menjaga kerukunan diantara mereka. Walaupun mereka bersaing dalam hal jual beli namun mereka tetap menjaga kerukunan dan kekompakan. Dimana mereka melihat kembali bahwa mereka memiliki perasaan yang sama yaitu senasib-seperjuangan, hal inilah yang membuat mereka saling membantu dan selalu menerapkan interaksi yang baik antar sesama pedagang.¹⁴

Perilaku dipengaruhi oleh sikap yang di bentuk oleh sistem nilai dan pengetahuan yang dimiliki oleh manusia. Dalam kegiatan ekonomi juga harus memiliki perilaku yang baik, tidak hanya berlaku kepada konsumen namun juga berlaku terhadap pedagang. perilaku pedagang juga akan mempengaruhi harga yang ada di dalam pasar terkait dengan pemerintah ataupun isu yang berkembang. Dalam aktivitas berdagang ada hal yang

¹⁴ Shinta Dewi Rismawati, *Pedagang Pasar Tiban dan Modal Sosial Membangun Tatanan Sosial-Ekonomi Lokal*, Jurnal Penelitian, Vol 7, Nomor 2, Nopember 2010, Hal. 4.

harus diperhatikan yaitu perilaku atau etika yang harus di terapkan dalam berdagang.¹⁵ Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku seorang pedagang, antara lain:

a. Sikap yang ramah

Sikap ramah yang di miliki oleh seorang pedagang sangat mempengaruhi. Menurut bahasa ramah berarti lembut atau sikap yang manis , baik dari segi sikap ataupun bahasanya. Sikap ramah yaitu sikap yang suka bergaul dan menyenangkan dalam bertindak baik ucapan atau perilakunya.

b. Kualitas barang atau produk yang dijual

Kualitas barang yang dijual menjadi tolak ukur baik atau buruknya pedagang tersebut. Kualitas produk adalah keseluruhan ciri atau sifat yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang di nyatakan atau tersirat.¹⁶

c. Takaran atau timbangan

Takaran menurut bahasa adalah ukuran. Menurut istilah takaran merupakan standar ukuran yang tetap dan selalu

¹⁵ Al Bara, *Analisis Pengaruh Perilaku Pedagang Terhadap Inflasi*, *Analytica Islamica*, Vol.5 No.2, 2016 :242 – 263, Hal. 247.

¹⁶ Moh. Ririn Rosyidi, *Monograf Pengendalian Kualitas Ikan Bandeng dengan Metode Seven Tools*, (Yogyakarta:CV Bintang Surya Madani, 2020), Hal. 5.

digunakan untuk kegiatan usaha tanpa mengurangi atau menambahkan timbangan suatu barang.

d. Pelayanan

Pelayanan yaitu memberikan persediaan atau segala sesuatu yang dibutuhkan oleh pembeli atau konsumen. Dalam memberikan pelayanan seorang pedagang juga harus bersikap sopan dan baik untuk memperhatikan perasaan pembeli.

2. Masyarakat atau konsumen

Masyarakat adalah individu atau sekelompok orang yang tinggal di suatu wilayah dengan mematuhi aturan serta adat yang berlaku di wilayah tersebut. Dalam kehidupan masyarakat perekonomian masyarakat menjadi peran penting bagi berlangsungnya suatu roda kehidupan. Islam membebaskan umatnya untuk melakukan aktivitas ekonomi dengan menjunjung tinggi keseimbangan dimana kemaslahatan individu masyarakat. Dalam islam juga ditegaskan bahwa umatnya diwajibkan menjalankan kegiatan ekonomi dengan jalan yang benar tanpa adanya kecurangan dengan niat menguntungkan diri sendiri.

3. Pasar

a. Definisi Pasar

Menurut pengertian sederhana pasar dapat diartikan sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi. Di dalam pasar ada mekanisme yang harus diketahui yaitu proses penentuan tingkat harga yang didasarkan pada kuatnya angka permintaan atau penawaran. Pasar saat ini telah tersebar dan berkembang dengan pesat yang tertuju pada upaya pemaksimalan mendapatkan keuntungan sebesar – besarnya dan juga menjadi salah satu pusat atau tempat dimana para konsumen mendapatkan bahan – bahan atau produk yang di inginkan.

b. Pasar Islami

Adapun prinsip – prinsip dalam mekanisme pasar islami yaitu:

1. Transparansi dan jujur

Dalam mekanisme pasar sikap transparansi sangat diperlukan karena hal ini menentukan tingkat kepuasan konsumen. Dimana fungsi dari transpaansi ini untuk menunjukkan bagaimana kondisi barang atau produk yang di jual oleh pedagang. bukan hanya sikap transparansi saja,

namun sikap jujur sangat diperlukan. Hal ini dikarenakan sikap jujur tidak hanya menentukan tingkat kepuasan konsumen saja, namun juga memberikan rasa percaya dan *image* dari pedagang tersebut.

2. Transaksi yang fair atau sesuai

Dalam melaksanakan transaksi jual beli pihak pedagang ataupun pembeli diwajibkan untuk melakukan transaksi yang sah dan sesuai dengan aturan pemerintah. Dalam kegiatan transaksi tidak diperbolehkan untuk menggunakan SDM atau barang yang ilegal. Hal ini sangat di larang dan tentu melanggar norma – norma agama dan hukum.

Dalam kegiatan transaksi pihak penjual ataupun pembeli harus bersikap adil sehingga memberikan rasa nyaman dan suka sama suka dan tidak menimbulkan kekecewaan antara kedua belah pihak. Dengan ini di anjurkan oleh para pedagang menggunakan barang-barang atau produk yang sesuai dengan aturan dan juga mengikuti norma-norma agama serta efisien untuk meberikan rasa nyaman dan aman kepada pembeli maupun pedagang.

3. Persaingan yang sehat

Dalam kegiatan usaha tentu ada banyak sekali persaingan. Tak terkecuali di dalam suatu pasar. Di dalam pasar banyak sekali barang dagangan mereka yang sama bahkan persis, namun mereka tetap bersaing untuk merebut hati para konsumennya. Para pedagang yang ada di dalam pasar memiliki sikap kekeluargaan dan saling menolong satu sama lain. Yang dimaksud dengan bersaing secara sehat disini adalah tidak menggunakan cara yang curang demi menarik hati pembeli (konsumen) atau hanya untuk meraup keuntungan yang sebesar – besarnya. Dengan ini akan memberikan akses seluas – luasnya bagi masyarakat untuk mendapatkan barang atau produk yang diperlukan.

4. Saling menguntungkan

Dalam suatu mekanisme pasar prinsip saling menguntungkan tentu menjadi salah satu faktor penting. Dalam hal ini pedagang akan mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan dan konsumen akan mendapatkan barang yang diinginkan.

C. Penelitian Terdahulu

Sebagai salah satu dasar atau acuan yang di gunakan oleh peneliti dalam menyusun penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Adapun penelitian yang menjadi daftar rujukan peneliti sebagai berikut :

1. Penelitian Nafi'ah.¹⁷ Judul Penelitian **Perilaku Pedagang Pakaian di Bandung Tulungagung Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam**. Tujuan Penelitian ini yaitu untuk mendiskripsikan pemahaman tentan Etika Bisnis dalam Islam para pedagang pakaian di pasar Tradisional Bandung Tulungagung serta perilaku pedagang pakaian di Tradisional Bandung Tulungagung di Tinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam, Metode Penelitian menggunakan metode kualitatif. Hasil Penelitian ini mengungkapkan bahwa (1) Ekonomi Bisnis Islam sangat di perlukan dalam kegiatan berdagang untuk mendapatkan kemashalahan dan kebarokahan dari Allah Swt. (2) Dalam berdagang juga harus mengetahui faktor – faktor yang mendukung sebagai seorang pedagang sehingga terbentuk pedagang yang baik dan sesuai syariat.

¹⁷ Riski Umi Nafi'ah, *perilaku Pedagang Pakaian di Bandung Tulungagung Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*, (Repo:Skripsi IAIN Tulungagung : Tulungagung, 2018), Hal.19.

Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang saya teliti adalah dalam kegiatan jual beli atau perdagangan di pasar Tradisional Bandung Tulungagung dengan pasar panjer sudah menggunakan etika bisnis islam dengan cukup baik, dan dalam praktik nya juga tidak jauh berbeda. Kegiatan jual beli yang dilakukan sehari – hari juga sama mulai dari metode pembayaran sampai interaksi antara penjual dan pembeli. Di dalam pasar Panjer sudah banyak pedagang yang menerapkan etika bisnis islam di dalam kegiatan sehari – hari (berdagang). Perilaku atau sikap pedagang pasar panjer terhadap pembeli juga ramah walaupun barang yang di beli tidak dalam jumlah yang banyak, namun mereka (pedagang) tetap sabar dan sopan terhadap pembeli atau konsumen. dalam kegiatan bisnisnya pedagang yang ada di pasar panjer juga sudah sesuai dengan unsur islami dimana hal ini dapat dilihat dari barang yang dijual nya, transaksi nya, sampai dengan cara perolehan barang (dagangan) yang akan dijual. Dalam kegiatan berdagang mereka (pedagang) juga bersikap jujur, transparan, dan amanah.

Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang saya teliti adalah dalam penelitian yang di teliti oleh Riski Umi Nafi'ah hanya berfokus pada pedagang pakaian yang ada di Pasar

Tradisonal Bandung Tulungagung. Sedangkan penelitian yang saya tulis meneliti tentang (1) pedagang yang ada di Pasar Panjer Rejotangan Tulungagung baik dari pedagang sayur mayur, pakaian, sampai pedagang perabot rumah tangga (2) dalam penelitian ini saya mencantumkan nilai – nilai etika dalam bisnis dalam yaitu shidiq , amanah, fathanah, dan tabligh.

2. Penelitian Sabdadari.¹⁸ Judul Penelitian **Strategi Pemasaran Home Industri Kecap Rendang di Sanankulon Kabupaten Blitar Ditinjau Menurut Ekonomi Islam**. Tujuan Penelitian untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh Home Industri Kecap Rendang yang ada di Sanankulon Blitar, apakah dalam kegiatannya sudah sesuai dengan ekonomi islam. Metode Penelitian ini menggunakan kualitatif. Hasil Penelitian ini mengungkapkan bahwa (1) dalam kegiatan ekonomi harus sesuai dengan prinsip – prinsip syariah. Dalam hal pemasaran dalam kegiatan suatu bisnis harus memiliki prinsip dasar dalam ekonomi islam yaitu ber asaskan keadilan ke *khalifahan*, serta *tafakul* (persaudaraan).

¹⁸ Yuliaristi Sabdadari, Skripsi: *Strategi Pemasaran Home Industri Kecap Rendang di Sanankulon Kabupaten Blitar di Tinjau Menurut Ekonomi Islam* (Skripsi IAIN Tulungagung:IAIN Tulungagung,2018),Hal. 30.

Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang saya teliti adalah dari segi pemasarannya yang sesuai dengan prinsip – prinsip islami sama dengan yang di terapkan oleh pedagang di pasar panjer rejotangan Tulungagung.

Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang saya teliti adalah dalam penelitian yang di tulis oleh Yuliaristi Sabdadari meneliti tentang bagaimana pemasaran home industri kecap rendang di sanankulon Blitar apakah sudah sesuai dengan prinsip – prinsip islami atau belum dan berfokus pada bagaimana pemasaran yang sesuai dengan prinsip ekonomi islam. Sedangkan dalam penelitian yang saya tulis, saya meneliti tentang (1) bagaimana penerapan etika bisnis islam oleh pedagang yang ada di pasar panjer, dan berfokus terhadap etika bisnis yang sesuai dengan prinsip – prinsip islami yang dilakukan oleh pedagang yang ada di pasar panjer (2) dalam penelitian ini saya mencantumkan prinsip – prinsip dalam etika bisnis islam yaitu tauhid, kesseimbangan, kehendak bebas dan tanggung jawab sehingga para pengusaha ataupun pedagang lebih mengetahui secara luas bahwa dalam kegiatan usaha juga harus memiliki prinsip – prinsip dalam etika bisnis islam.

3. Penelitian Oktavia.¹⁹ Judul Penelitian **Analisis Dampak Program Revitalisasi Pasar Tradisional pada Pendapatan Pedagang dalam Perspektif Ekonomi Islam**. Tujuan Penelitian mengungkapkan untuk mengetahui bagaimana implementasi program revitalisasi pasar yang sesuai dengan ekonomi islam serta mengetahui dampak dari program revitalisasi pasar tradisional terhadap pendapatan pedagang. Metode Penelitian menggunakan metode Kualitatif. Hasil Penelitian terdahulu menurut Oktavia bahwa Perdagangan (Ijarah) memerankan peran penting dalam perolehan mal (harta). Dimana Allah memberikan kebebasan terhadap umatnya untuk melakukan kegiatan usaha (perniagaan) dengan tujuan untuk mendapatkan rezeki dan diniatkan dalam hati untuk memperoleh ridha dari Allah Swt.

Persamaan dari penelitian terdahulu yang ditulis oleh Lilik Oktavia dengan penelitian yang saya teliti adalah dalam kegiatan berdagang seorang muslim diwajibkan untuk berdagang sesuai dengan aturan islam agar tercipta interaksi yang baik antara

¹⁹ Lilik Oktavia, Skripsi : *Analisis Dmpak Program Revitalisasi Pasar Tradisonal Pada Pendapatan Pedagang Dalam Perspektif Ekonomi Islam* (Skripsi Universitas Negeri Walisongo: Semarang,2019), Hal. 3.

penjual dan pembeli dan semata mata untuk mengharapkan ridha dari Allah Swt.

Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang saya teliti adalah menurut penelitian yang di tulis oleh Lilik Oktavia dimana berfokus pada penerapan revitalisasi pasar yang dilakukan sesuai dengan ekonomi islam. Sedangkan penelitian yang saya teliti (1) berfokus pada pedagang yang ada di pasar panjer rejtangan (2) di dalam penelitian yang saya tulis saya mengungkapkan bahwa dalam kegiatan berbisnis kejujuran merupakan syarat yang paling mendasar bagi seorang pengushaa (3) dalam kegiatan ekonomi tidak hanya sebagai pemuas diri namun juga dilihat dari sisi masalahnya.

4. Penelitian Lestari.²⁰ Judul **Penelitian Etika Bisnis Ikan Asin di Tinjau dari Ekonomi Islam**. Tujuan Penelitian untuk mengetahui bagaimana bisnis ikan asin dengan menerapkan etika bisnis yang sesuai dengan ekonomi islam. Metode Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif. Hasil Penelitian yang di tulis oleh Widya Lestari adalah bahwa bisnis menjadi salah satu peran penting dalam kehidupan ekonomi dan sosial umat manusia dan semua

²⁰ Widya Lestari, Sripsi : *Etika Bisnis Pedagang Ikan Asin di Tinjau dari Ekonomi Islam*, (Skripsi IAIN Bengkulu: Bengkulu, 2016), Hal. 3.

lapisan masyarakat. Dalam suatu bisnis umat islam di anjurkan melakukan kegiatan bisnisnya sesuai dengan ajaran islam dengan tidak melakukan kegiatan bisnis dengan sesuka hati hanya untuk mencapai keuntungan namun juga harus memperhatikan halal atau haramnya suatu barang atau tindakan.

Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang saya teliti adalah dalam hal ini kegiatan bisnis harus dilakukan berdasarkan prinsip – prinsip etika bisnis islam dan tidak melakukan kegiatan bisnis sesuka hati demi mendapatkan keuntungan saja, namun harus memperhatikan halal atau haram suatu barang baik dari segi sifat dan cara perolehannya.

Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang saya teliti adalah dalam penelitian yang di tulis oleh Widya lestari berfokus pada segi objek yang di teliti , dimana peneliti terdahulu menggunakan ikan asin sebagai objek penelitian sedangkan penelitian yang saya tulis (1) berfokus pada penerapan etika bisnis islam oleh pedagang yang ada di pasar panjer (2) di dalam penelitian yang syaa teliti saya menulis bahwa dalam kegiatan berbisnis harus menghindari hal – hal yang di haramkan dalam islam seperti hal nya larangan berbuat riba, larangan berbuat tadlis

, larangan berbuat gharar, transaksi yang di haramkan, dan juga larangan menjual barang yang di haramkan.

5. Penelitian Rusydi.²¹ Judul Penelitian **Implementasi prinsip ekonomi islam oleh pedagang dalam melakukan penimbangan sembako di pasar Soppeng**.. Tujuan Penelitian Untuk mengetahui bagaimana implementasi ekonomi islam oleh pedagang dalam melakukan penimbangan sembako. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode Kualitatif. Hasil penelitian yang di teliti oleh Bahrul Ulum Rusydi bahwa perdagangan dan jual beli merupakan kegiatan ekonomi yang sudah di atur dalam islam. Salah satu aturan yang di syartakan adalah kejujuran. Dengan saling jujur satu sama lain (penjual dan pembeli) maka akan menimbulkan rasa nyaman terhadap keduanya.

Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang saya teliti adalah dalam penerapannya pedagang harus menggunakan prinsip – prinsip islami salah satunya jujur. Dalam melakukan kegiatan bisnis pedagang (pebisnis) di tuntut untuk

²¹ Bahrul Ulum Rusydi, *Implementasi Prinsip Ekonomi Islam Oleh Pedagang Dalam Melakukan Penimbangan Sembako di Pasar Soppeng*, (Jurnal Ekonomi Syariah, Vol. 5 No. 1 Oktober 2018), Hal. 383.

bersikap jujur dalam segala hal yang berkaitan tentang kegiatan bisnis. Karena hal ini sudah ditetapkan dalam Al- Qur'an dan Hadist, dimana Allah membiarkan seluruh umatnya untuk melakukan kegiatan bisnis namun tetap di jalan yang ditetapkan Allah. Dengan saling jujur satu sama lain (penjual/ pembeli) maka akan menimbulkan rasa saling rela dan senang terhadap keduanya.

Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang saya teliti adalah pembahasan dari penelitian yang ditulis oleh Bahrul Ulum Rusydi berfokus pada implementasi yang dilakukan oleh pedagang dalam melakukan penimbangan sembako sedangkan penelitian yang saya tulis (1) berfokus pada etika bisnis islam yang dilakukan oleh seorang pedagang. dimana dalam berdagang etika bisnis islam harus ada dan diterapkan agar tercipta keselarasan antara duniawi dan akhirat. Bukan hanya keuntungan semata namun juga kebarakahan dan keridhaan dari Allah Swt. (2) dalam kegiatan berbisnis juga harus memperhatikan aspek – aspek yang dapat mempengaruhi harga barang seperti tingkat kesulitan produksi, biaya produksi, manfaat dari barang tersebut, melihat pemasaran dan penawaran yang ada di pasar.

6. Penelitian Susianti.²² Judul penelitian **Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Usaha Mebel di CV. Jati Karya Palembang.** Tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana penerapan etika bisnis islam di CV. Jati Karya Palembang dalam usaha mebel nya. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode Kualitatif. Hasil penelitian, penelitian ini menyimpulkan bahwa banyak dari para pedagang yang belum menerapkan etika yang benar dalam bisnisnya. Baik etika dengan sesama pedagang, pelanggan ataupun dengan kalangan masyarakat. Namun tidak menutup kemungkinann bahwa ada beberapa pedagang yang menggunakan etika dalam kegiatan berdagang. Dimana tetap menerapkan sifat santun dan sopan terhadap para pelanggan dan kalangan masyarakat. seperti hal nya di CV. Jati Karya mebel palembang, di sini para pelanggan akan mendapatkan pelayanan yang memuaskan serta mayoritas karya yang dihasilkan sudah sesuai dengan etika bisnis islam. Hal ini dapat dilihat dari harga, produk, dan kualitas barang yang dihasilkan. Di Cv. Jati Karya ini para pembeli akan mendapatkan harga yang ekonomis dan mendapatkan barang yang terjamin, serta tidak pernah mengingkari perjanjian.

²² Evi Susanti, *Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Usaha Mebel CV. Jati Karya Palembang*,(Skripsi UIN Raden Fattah Palembang: Palembang, 2017), Hal. 3.

Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang saya teliti adalah dalam melakukan kegiatan bisnis harus tetap menerapkan sifat santun dan sopan terhadap para konsumen atau pelanggan dimana hal ini sesuai dengan etika bisnis Islam. Pedagang juga harus menerapkan sikap jujur dan transparan terhadap para pelanggannya untuk menghindari kekecewaan atau ketidakpercayaan terhadap barang yang diperoleh dari pedagang.

Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang saya teliti adalah dari segi objeknya dimana peneliti terdahulu berfokus pada etika bisnis Islam oleh pengusaha mebel, sedangkan dalam penelitian yang saya tulis (1) berfokus terhadap etika bisnis Islam yang diterapkan oleh pedagang pasar Panjer. (2) di dalam penelitian ini saya menulis bahwa dalam kegiatan berbisnis atau berdagang harus memiliki nilai – nilai dalam etika bisnis seperti yang sudah diterapkan atau dipraktikkan oleh Nabi Muhammad Saw. yaitu *shidiq* (jujur), *amanah* (dapat dipercaya), *fathanah* (cerdas) dan *tabligh* (terbuka), sehingga konsumen akan merasa aman dan nyaman saat bertransaksi dengan kita.

7. Penelitian Khotimah.²³ Judul penelitian **Implementasi Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam di Aflah Bakery Yogyakarta.**

Tujuan penelitian ini Untuk mengetahui prinsip dasar etika bisnis apa saja yang sudah di terapkan di Khasanah Muslim Alifah Margaria Group Yogyakarta dan bagaimana implementasi dari prinsip-prinsip dasar etika bisnis islam di khasanah Muslim Alifah Margaria Group Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode Kualitatif. Hasil penelitian yang di tulis oleh Khusnul Khotimah mengungkapkan bahwa Etika bisnis islam sangat penting dilakukan oleh pebisnis. Implementasi Alifah Bakery meneladani tujuh prinsip etika bisniis, yaitu: jujur dalam takaran (*quantity*), menjual barang yang baik mutunya/ kualitasnya (*quality*), dilarang menggunakan sumpah , longgar dan bemurah hati , membangun hubungan yang baik antara kolegan, tertib administrasi dan menetapkan harga dengan transparan.

Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang saya teliti adalah dalam berbisnis atau melakukan sebuah usaha menerapkan prinsip etika bisnis yaitu dengan berperilaku jujur dalam takaran, menjual barang yang bermutu atau berkualitas

²³ Khusnul Khotimah, *Implementasi Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam di Aflah Bakery Yogyakarta*,(Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta:Yogyakarta, 2017),Hal.2.

baik, longgar dan bermurah hati, serta membangun hubungan yang baik antara penjual dan pembeli (pelanggan)

Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang saya teliti adalah terletak pada objek yang di teliti, dimana peneliti terdahulu berfokus pada implementasi etika bisnis islam di toko roti Al Fahlah bakery yogyakarta. Sedangkan penelitian yang saya tulis berfokus pada (1) penerapan etika bisnis islam oleh pedagang pasar panjer rejtangan Tulungagung (2) dalam kegiatan berbisnis tidak cukup hanya berperilaku jujur saja namun juga harus ada prinsip – prinsip dalam mekanisme pasar yaitu transparansi yang baik dan jujur, transaksi yang sesuai, persaingan yang sehat, dan saling menguntungkan.

8. Penelitian Handayani.²⁴ Judul penelitian **Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Pasar Tradisional Roworejo Kecamatan Ngerikaton Kabupaten Pesawaran** (. skripsi tahun 2020). Tujuan penelitian untuk mengetahui implementasi Etika Bisnis islam antara penjual dan pembeli di pasar Tradisional Roworejo kecamatan Ngerikaton Kabupaten Pasewaran. Metode penelitian yang digunakan yaitu

²⁴ Kristina Handayani, *Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Pasar Tradisional Roworejo Kecamatan Ngerikaton Kabupaten Pesawaran*, (repository.metrouniv.IAIN. metro Skripsi IAIN Metro, 2020),Hal.9.

metode kualitatif. Hasil penelitian yang di tulis oleh Kistina Handayani mengungkapkan bahwa Etika Bisnis Islam telah memberikan ketentuan bahwa para pedagang harus lebih mengetahui dan memahami prinsip-prinsip etika bisnis islam, yaitu tauhid, keseimbangan, tanggung jawab, kejujuran dan kehendak bebas. Hal tersebut dimaksudkan untuk menghilangkan tindak kecurangan yang dapat mengakibatkan kedzoliman bagi suatu pihak.

Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang saya teliti adalah dalam prinsip etika bisnis nya memiliki kesamaan. Dalam melakukan kegiatan bisnis seorang pedagang harus lebih memahami prinsip – prinsip dalam ber etika bisnis islam yaitu tauhid, keseimbangan, tanggung jawab , kejujuran serta kehendak bebas. Dengan menerapkan hal ini seorang pedagang akan memiliki *image* baik di mata pelanggan. Bukan hanya itu, pedagang akan terhindar dari tindak kecurangan yang dapat mengakibatkan kedzaliman bagi suatu pihak yang bersangkutan.

Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang saya teliti adalah objek yang diteliti. Dimana peneliti terdahulu meneliti tentang etika bisnis islam dan transaksi jual beli oleh

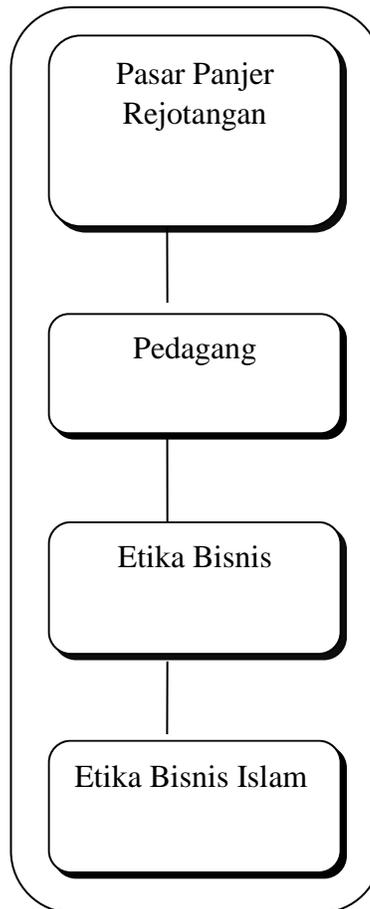
pedagang di pasar Tradisional Roworejo dan juga memahami prinsip – prinsip dalam etika bisnis. Sedangkan penelitian yang saya tulis meneliti tentang (1) penerapan etika bisnis islam oleh pedagang di pasar panjer (2) di dalam penelitian yang saya tulissaya menambahkan bahwa dalam kegiatan berbisnis tidak juga harus memiliki nilai – nilai dalam etika bisnis islam yaitu jujur, dapat dipercaya, cerdas dan terbuka.

D. Kerangka Konseptual

Penelitian ini berjudul **Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Oleh Pedagang Pasar Rakyat Panjerejo Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung**, untuk mempermudah dalam pemahaman dalam mengartikan judul tersebut perlu dijelaskan pengertian – pengertian istilah yang terkandung di dalamnya. Adapun pengertian yang digunakan dalam penelitian ini bisa dilihat pada gambar berikut:

Gambar 1.1

Kerangka Teori



(Sumber : Hasil Pengembangan Penelitian Lapangan)

Pasar panjer kecamatan rejotangan yang merupakan salah satu tempat yang digunakan oleh para pedagang dan masyarakat melakukan suatu transaksi jual beli. Sesuai dengan pengertian nya pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan sebuah transaksi jual beli , dimana para pedagang / penjual menyediakan segala yang dibutuhkan oleh

konsumen atau pembeli dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dari konsumen. Di dalam pasar panjer menyediakan berbagai jenis kebutuhan mulai dari kebutuhan pangan sampai pakaian. Walaupun barang dagangan yang mereka (pedagang) jual hampir sama bahkan persis, namun mereka tetap bersaing secara sehat dan tetap mengutamakan rasa kekeluargaan dan saling tolong menolong. Hal ini di karenakan mereka (pedagang) memiliki rasa yang sama yaitu seperjuangan.

Pedagang merupakan orang yang membeli barang dagangan dan menjual kembali kepada konsumen dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Seorang pedagang menyediakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dari konsumen untuk diambil manfaatnya (barang) yang di beli.

Etika Bisnis merupakan perilaku yang dimiliki oleh seorang pebisnis yang diatur oleh aturan – aturan serta norma – norma yang berlaku. bisnis merupakan kegiatan yang dilakukan oleh seorang individu dengan tujuan mendapatkan keuntungan atau laba.²⁵ Namun dengan adanya etika memberikan aturan – aturan bagi para pebisnis agar sesuai dengan aturan yang berlaku dan tidak seenaknya dalam melakukan kegiatan suatu bisnis.

²⁵ Lukman fauroni, *Etika Bisnis Dalam Al-Qur'an*, (Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2006), Hal.2.

Etika bisnis islam merupakan skeumpulan aturan – aturan mengenai ajaran (doktrin) serta nilai – nilai yang sesuai dengan aturan islam dengan tujuan mengantarkan manusia untuk menuju jalan kebahagiaan dan juga kebarokahan baik dunia maupun akhirat. Setiap orang dibebaskan untuk memiliki pengetahuan tentang nilai, namun pengetahuan yang mengarahkan dan mengendalikan perilaku atau sikap seorang muslim adalah Al – Qur’an.²⁶ dimana Al – Qur’an menjadi pedoman bagi umat islam mengenai segala hal yang dilakukan oleh manusia.

“Berdagang merupakan kegiatan yang dilakukan oleh individu atau bebrapa orang dengan menjual produk atau barang dengan tujuan mencari keuntungan, dalam berdagang memerlukan adanya etika dimana etika dapat mempengaruhi tingkah laku pedagang dalam melakukan kegiatan bisnis dan hal ini berdampak pada kelancaran usaha dan tingkat kepuasan pelanggan, dalam islam etika sudah diatur dalam Al-Qur’an dimana segala perilaku dan kegiatan bisnis harus dilakukan sesuai dengan aturan- aturan islami”.

²⁶ Erly Julianti, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, Jurnal Ummul Qura, Vol VII, No. 1 Maret 2016. Hal.65.