

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Etika bisnis Islam adalah proses dan upaya untuk mengetahui suatu hal yang benar maupun salah. Hal yang benar tersebut berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan serta pihak yang berkepentingan dengan tuntunan perusahaan.² Dalam buku etika bisnis karangan Muhammad Djakfar, etika bisnis Islam merupakan norma - norma etika yang berbasiskan Alquran dan hadis yang harus dijadikan acuan oleh umat muslim ketika melakukan aktivitas bisnisnya dalam skala besar maupun skala kecil,³ sehingga dalam menjalankan aktivitas bisnisnya tidak ada rasa khawatir, karena sudah diyakinkan sebagai sesuatu yang baik juga benar.⁴ Etika bisnis Islam dalam Alquran merupakan sebuah tuntunan atau pemikiran tentang akhlak atau nilai - nilai moral dalam melakukan aktivitas bisnis yang bersumber dari ajaran Alquran berdasarkan nilai-nilai dasar bisnis dalam Alquran yakni nilai kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, pertanggung jawaban, dan kebaikan.⁵ Sedangkan etika bisnis dalam perspektif hadis lebih mengutamakan aturan Islam yang telah Rasulullah ajarkan dan beliau katakana dalam sabdanya, yaitu suatu pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis. Moralitas disini berarti suatu aspek

² Ahmad Hulaimi, et al, *Etika Bisnis Islam dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi*, (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. 2, No. 1, 2017), hal.21

³ Erly Juliyani, *Etika Bisnis Islam Perspektif Islam*, (Jurnal Umum Qura, Vol. 7, No. 1, 2016), hal. 65-66

⁴ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis*, (Jakarta : Penebar Plus, 2012), hal.29

⁵ Kasis Darmawan, *Etika Bisnis Islam dalam Perspektif Al – Qur'an (Studi Kasus Tafsir Tematik)*, (Skripsi Institut PTIQ Jakarta, 2019), hal.69

baik atau buruk, benar atau salah, terpuji atau tercela, wajar atau tidak wajar, pantas atau tidak pantas, dan halal atau haram perilaku seseorang dalam berbisnis.⁶

Seseorang dalam melakukan bisnis sebaiknya tidak hanya memikirkan sebatas keuntungan materil (duniawi) tetapi yang lebih penting adalah keuntungan immaterial (spiritual). Etika bisnis Islam diperlukan dalam setiap kegiatan bisnis untuk memandu segala tingkah laku ekonomi di kalangan masyarakat muslim, termasuk dalam kegiatan perencanaan strategi pemasaran. Etika bisnis Islam dapat memberikan dampak yang signifikan pada perilaku pedagang atau distributor dalam perencanaan strategi pemasaran. Hal tersebut disebabkan karena prinsip – prinsip etika bisnis Islam sangat menekankan keadilan, transparansi, kejujuran, dan tanggung jawab sosial.

Akan tetapi pada praktiknya tidak semua sepenuhnya menjalankan etika bisnis sesuai dengan ajaran agama Islam, karena pada setiap transaksi pedagang memiliki sifat serta perilaku berdagang yang berbeda – beda. Tentu terdapat faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan mereka, diantaranya yaitu kurangnya pemahaman mengenai etika bisnis Islam. Tuntutan keuangan yang berbeda – beda sehingga membuat pedagang lebih cenderung mengutamakan keuntungan materil dari pada mematuhi prinsip – prinsip etika bisnis Islam. Tergoda untuk mencari keuntungan yang lebih besar tanpa memperhatikan etika bisnis Islam. Tidak ada penegakan hukum yang konsisten terkait etika bisnis Islam sehingga mereka cenderung melanggar prinsip – prinsip tersebut. Serta

⁶ Faisal Badrun, et al, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta : UIN Jakarta Press, 2005), hal.62

ketidapkahaman mereka terhadap tantangan kontemporer yang mungkin dalam penerapan etika bisnis Islamnya memerlukan pemikiran yang kreatif dan penyesuaian yang lebih dalam. Contoh praktik pelanggaran etika bisnis Islam pada jual beli adalah penipuan, riba (bunga), manipulasi harga, menyembunyikan informasi yang penting atau terlibat dalam transaksi yang melibatkan barang atau jasa yang diharamkan dalam ajaran Islam.⁷ Tanpa menerapkan etika bisnis yang benar, sangat mungkin pelaku bisnis melakukan malpraktik pada setiap transaksinya yang dapat merugikan konsumen, berdampak pada aspek sosial karena dapat memberikan dampak negatif pada masyarakat seperti meningkatkan kesenjangan sosial, hilangnya kepercayaan, dan ketidakstabilan ekonomi pada tingkat mikro jika praktik keuangannya tidak sesuai.⁸

Pedagang atau distributor yang mengimplementasikan etika bisnis Islam dalam berdagang berarti sudah menerapkan ajaran Nabi Muhammad SAW.⁹ Dengan menerapkan etika bisnis Islam para pedagang akan merasa mempunyai batasan dan akan mempertanggungjawabkan semua yang dilakukan di hadapan Allah SWT. Oleh karena itu diperlukan *value* atau nilai-nilai yang kuat dengan mengimplementasikan etika bisnis Islam sehingga penjual tidak akan melakukan kecurangan, penipuan, dan hal sebagainya saat berdagang.

⁷ Erly Juliyani, *Etika Bisnis Islam Perspektif Islam*,..., hal 68

⁸ Wahyu Mijil Sampurno, *Penerapan Etika Bisnis Islam Dan Dampaknya Terhadap Kemajuan Bisnis Industri Rumah Tangga*, (Journal of Islamic Economics Lariba, Vol. 2, Issue 1, 2016, hal 13-18

⁹ Sri Widyastuti, *Implementasi Etika Bisnis Dalam Dunia Bisnis*, (Malang : CV IRDH, 2019), hal.76

Bisnis jual beli ikan adalah kegiatan ekonomi yang melibatkan proses penangkapan atau budidaya ikan, distribusi, dan penjualan ikan kepada konsumen. Bisnis jual beli ikan merupakan salah satu peluang bisnis yang prospeknya sangat bagus, karena ikan merupakan salah satu konsumsi utama masyarakat Indonesia. Tingkat keuntungan yang ditawarkan dalam bisnis penjualan ikan segar lumayan banyak. Rata – rata penjual ikan bisa mengambil margin keuntungan sebesar 30% sampai 50% untuk masing – masing ikan perkilogramnya.¹⁰

Terdapat beberapa metode pada proses jual beli ikan yang berbeda – beda tergantung pada konteks dan lokasi. Beberapa metode umum dalam jual beli ikan diantaranya adalah, *pertama*, pemasaran dengan sistem lelang yang dilakukan dengan melibatkan pihak ketiga dalam pelaksanaannya yaitu nelayan, pelelang, dan pembeli. Para nelayan dapat memasarkan ikan dengan menawarkan harga berjenjang naik maupun berjenjang turun kepada pelelang secara lisan. Jual beli dengan sistem pelelangan biasanya banyak dilakukan di Tempat Pelelangan Ikan (TPI), dimana sebelum proses pelelangan ikan terjadi para pembeli diharuskan untuk daftar terlebih dahulu untuk mendapat nomor antrian lelang, sedangkan pembeli yang ingin menjadi peserta dalam pelelangan diharuskan mendaftar sebagai peserta lelang serta menitipkan uang jaminan kepada pihak TPI. Pelelangan dikomandoi oleh juru lelang yang menyebutkan

¹⁰ Vivi Lestari Bachtar, *Ini Dia Cara memulai Usaha Jual Ikan Segar Dari Nol!*, <https://efishery.com/id/resources/cara-memulai-usaha-jual-beli-ikan-segar/>, diakses pada 13 Desember 2023 pukul 17.02 WIB

harga dasar untuk dilakukan tawar – menawar oleh pembeli.¹¹ *Kedua*, penjualan secara langsung antara penjual dan pembeli. Penjual ikan bertemu langsung dengan pembeli dilokasi tertentu, seperti pasar atau tempat yang disepakati. *Ketiga*, penjualan ikan melalui kegiatan distribusi, nelayan menjual ikan tangkapan di TPI, kemudian dibeli oleh pedagang ikan grosir atau distributor ikan untuk dibawa ke daerah perkotaan atau daerah lain yang membutuhkannya. Ikan yang dibeli distributor dalam jumlah besar kemudian dijual kembali kepada penjual lain yang lebih kecil dipasar, seperti pedagang ikan keliling maupun pemilik warung. Biasanya yang membeli pada pedagang keliling dan warung adalah ibu rumah tangga yang membutuhkan ikan sebagai pelengkap menu makanan mereka. Proses ini disebut dengan proses distribusi.¹²

Distributor adalah pihak yang membeli produk secara langsung dari produsen dan menjualnya kembali ke retail atau toko dan bisa juga langsung ke *end user*. Jadi, distributor hanya mengambil produk yang sudah jadi dan siap digunakan tanpa perlu memodifikasinya. Distributor adalah rantai pertama setelah produsen. Bisa dalam bentuk perseorangan atau perusahaan yang membeli produk langsung dari produsen secara langsung dalam jumlah yang sangat besar.¹³ Distributor ikan konsumsi adalah perusahaan atau individu yang

¹¹ Ibnu Salman, *Praktik Jual Beli Ikan Dengan Sistem Lelang Dalam Perspektik Hukum Ekonomi Syariah di Desa Cikahuripan Kecamatan Cisolok Pelabuhan Ratu*, (Skripsi UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2022), hal. 4-5

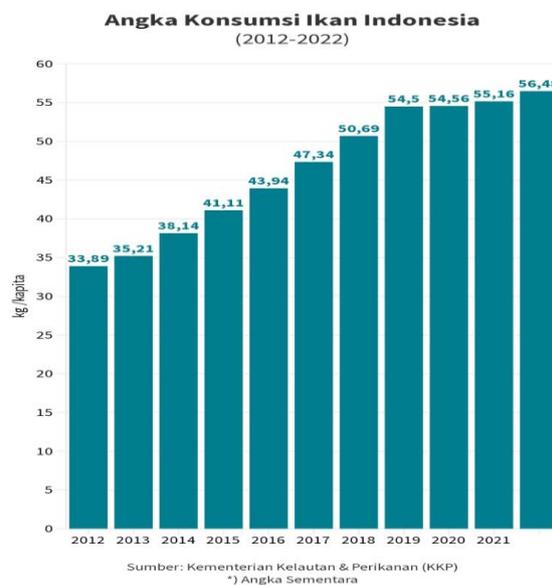
¹² Nanang Ajim, *Kegiatan Ekonomi Penjualan Ikan*, <https://www.mikirbae.com/2015/04/kegiatan-ekonomi-penjualan-ikan.htm!?m=1>, diakses pada 14 Desember 2023 pukul 04.08

¹³ Nanang Tegar, *Panduan Lengkap Manajemen Distribusi. Mendalami Strategi Distribusi untuk Persaingan di Era 4.0*, (Yogyakarta : Anak Hebat Indonesia, 2019), hal.20

terlibat dalam rantai pasokan ikan yang menghubungkan produsen ikan dengan konsumen akhir.

Keberadaan distributor ikan sangat dibutuhkan, karena pemerintah yang terus berupaya untuk mendorong angka konsumsi ikan hingga mencapai targetnya, yaitu sebesar 62,5 kg/kapita ditahun 2024. Akan tetapi angka konsumsi ikan di Indonesia sudah mengalami peningkatan dalam sedekade terakhir yaitu meningkat sebanyak 2,39% pada tahun 2022 dibandingkan tahun 2021 yang perlu dipertahankan bahkan ditingkatkan. Berikut data angka konsumsi ikan Indonesia tahun 2021-2022.¹⁴

Gambar 1.1
Diagram Angka Konsumsi Ikan Indonesia



¹⁴<https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/angka-konsumsi-ikan-ri-naik-jadi-5648-kgkapita-pada-2022>, diakses pada 23 Oktober 2023 pukul 22.11 WIB

Pasar ikan menjual produk berupa benih ikan maupun ikan konsumsi.¹⁵ Pasar ikan biasanya memiliki berbagai jenis ikan segar dan produk ikan, termasuk ikan laut dan ikan air tawar. Di pasar ikan, konsumen dapat memilih ikan yang diinginkan dan biasanya dibeli berdasarkan berat atau ukuran. Pasar ikan seringkali menjadi tempat pertemuan antara nelayan atau perusahaan perikanan dengan pedagang atau pengusaha makanan. Nelayan atau perusahaan perikanan biasanya menjual ikan mereka kepada pedagang pasar ikan, yang nantinya akan menjual ikan tersebut kepada konsumen. Pasar ikan biasanya tersebar di berbagai kota atau daerah, terutama di daerah pesisir atau daerah dengan akses yang mudah ke sumber daya laut. Salah satunya yaitu berada di Bandung, Kabupaten Tulungagung. Meskipun bukan daerah pesisir namun pasar ikan Bandung memiliki akses yang mudah menuju sumber daya laut. Bandung memiliki pasar ikan yang menjual ikan segar dari para nelayan yang berasal dari daerah laut Kabupaten Tulungagung dan Trenggalek, serta menjual ikan air tawar karena daerah Kabupaten Tulungagung terkenal dengan budidaya ikan tawar, terutama ikan lele. Di pasar ikan Bandung, Kabupaten Tulungagung terdapat beberapa orang yang berperan sebagai distributor ikan konsumsi. Mereka mendatangkan ikan konsumsi dan menjualnya dengan skala besar.

Mayoritas distributor ikan di pasar ikan Bandung beragama Islam atau seorang muslim, banyak yang sudah haji dan umroh, bahkan terdapat beberapa pedagang yang sudah haji dan umroh berkali – kali. Dari banyaknya distributor,

¹⁵ Kholish Mahyuddin, *Panduan Lengkap Agribisnis Patin*, (Jakarta : Penebar Swadaya, 2010), hal.187

tentu mereka memiliki sikap, sifat, dan perilaku yang berbeda – beda. Tidak dapat dipungkiri, bahwa dalam setiap kegiatan berbisnis pasti ditemukan persoalan – persoalan tak terkecuali pada aktivitas perdagangan. Perilaku menyimpang penjual menjadi salah satu sebab munculnya berbagai permasalahan di suatu pasar. Padahal seorang distributor seharusnya dalam berperilaku harus menanamkan kejujuran, amanah, transparansi, tanggung jawab dan tidak merugikan salah satu pihak dengan segala hal. Hal tersebut juga terjadi di pasar ikan Bandung.

Dari wawancara yang peneliti lakukan dengan beberapa konsumen ikan di pasar ikan Bandung ditemukan berbagai permasalahan yang muncul karena perilaku pedagang yang menyimpang dan tidak sesuai dengan etika bisnis Islam. Permasalahan tersebut diantaranya persaingan antar pedagang, persaingan produk yang meliputi persaingan kualitas ikan dan kuantitas ikan yang ditawarkan oleh masing - masing distributor. Terdapat beberapa distributor yang melakukan promosi secara berlebihan dan tidak jujur dalam menjual ikan dengan mengatakan bahwa ikan tersebut semua adalah ikan segar, namun pada kenyataannya ikan segar sudah dicampur dengan ikan lama agar mendapatkan keuntungan lebih. Dan tidak jarang ketika terdapat pembeli yang membeli ikan dengan sistem borongan tidak ecer, distributor memberikan timbangan tidak sesuai dengan lebih banyak terdapat kandungan airnya.¹⁶

¹⁶ Observasi, 21 Oktober 2023

Selain itu, terdapat beberapa distributor yang tidak berlaku adil dalam memberikan harga yang tercipta akibat proses tawar menawar berdasarkan kualitas masing - masing produk yang dapat merugikan dan hanya menguntungkan satu pihak saja. Tidak jarang terdapat distributor yang melakukan permainan harga dengan menjual ikan tidak sesuai harga di pasaran, dengan membanting harga. Ketika menjual ikan, keuntungan yang didapatkan lebih sedikit dari pada modal yang dikeluarkan. Serta distributor tidak melaksanakan kesepakatan dengan pedagang lain dengan menjual ikan tidak sesuai harga yang telah disepakati, maka hal tersebut dapat dikatakan melanggar komitmen kesepakatan.

Permasalahan etika bisnis Islam lainnya yaitu terdapat beberapa sikap para distributor yang kurang ramah terhadap pembeli dan pemberian pelayanan yang kurang baik. Kurang ramah yang dimaksudkan adalah tidak berperilaku sopan santun, berbicara keras dan berperilaku kasar kepada pembeli maupun distributor lain sehingga tidak menyenangkan terhadap orang lain, dan tidak murah senyum.¹⁷ Hal tersebut tentu tidak sesuai dengan etika bisnis Islam.

Menurut Sri Nawatmi pada jurnal Fokus Ekonomi (FE) yang berjudul Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam, dalam Islam penjual atau distributor harus menjunjung tinggi sebuah keadilan, transparansi, kejujuran, tanggung jawab dan menerapkan prinsip – prinsip etika bisnis Islam dalam setiap kegiatan bisnisnya. Termasuk dalam pemberian pelayanan kepada konsumen juga harus dijaga yang semata-mata untuk meningkatkan penjualan tanpa menjelekan

¹⁷ Observasi, 21 Oktober 2023

pesaing usaha dan promosi pemasaran juga harus dilakukan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan tetap. Karena menurut Nurhadi, dalam islam pelayanan adalah suatu keharusan yang pengoperasiannya harus sesuai dengann prinsip – prinsip Syariah. Konsep pelayanan menurut islam harus ta'awun (tolong menolong), at – taysir (memberi kemudahan), musawah (persamaan), ukhuwah (kekeluargaan).¹⁸

Etika bisnis Islam menjadi jalan keluar terbaik untuk mengatasi berbagai permasalahan di pasar ikan Bandung yang bisa jadi akibat perilaku buruk distributor. Dengan mengimplementasikannya, kegiatan transaksi antara distributor dan konsumen akan berjalan dengan baik karena kedua belah pihak saling rela dan sama – sama diuntungkan. Dan keduanya akan mendapat keberkahan dalam kegiatan bertransaksi yang dilakukan. Dengan stabilnya kegiatan transaksi di pasar ikan Bandung, maka kegiatan di pasar ikan Bandung dapat berkembang dan perekonomian akan meningkat. Karena pengimplementasian etika bisnis Islam begitu penting serta besar dampaknya.

Penelitian dengan perspektif etika bisnis Islam yang diterapkan oleh distributor sudah banyak diteliti. Penelitian tersebut antara lain adalah penelitian dari Aliakbar, dkk tahun 2019 yang berjudul “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Distributor Udang, Studi Kasus Desa Jempue Kabupaten Pinrang”. Dalam analisis jual beli udang di Desa Jempue dapat diambil kesimpulan bahwa mekanisme penimbangan dalam jual beli udang

¹⁸ Nurhadi, *Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah*, (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol. 2, No. 2, 2018), hal. 148-149

merupakan transaksi jual beli yang sesuai menurut hukum Islam. Karena kedua belah pihak melakukan secara bersama – sama, jadi kedua belah pihak melakukan dan menyaksikan. Pada saat penimbangan kedua belah pihak sepakat menggunakan cara yang dipakai dalam penimbangan ini, dari kedua belah pihak juga mengetahui berat timbangan dari udang tersebut. Dalam hal ini tidak bertentangan dengan dalil nash Alquran dan as-sunnah. Penjual dan pembeli sudah sepakat dan sama – sama mengetahui proses penimbangan dari awal sampai akhir sehingga tidak ada yang dirugikan. Mekanisme pemberian harga ditetapkan diawal transaksi, dan dibayarkan ditempat secara langsung pada saat selesainya transaksi Jual beli udang vaname ini sesuai dengan Hukum Islam, sesuai dengan penjelasan menurut Sayyid Sabiq dalam bukunya Fiqh Sunnah juz 12, bahwa syarat barang yang diakadkan adalah barang yang dibeli harganya diketahui. Jika barang dan harga tidak diketahui atau salah satu dari keduanya tidak diketahui, maka jual beli tersebut tidak sah, karena mengandung unsur penipuan. Jadi dalam jual beli udang ini kedua belah pihak mengetahui satuan harga, diserahkan terimakan sesuai kesepakatan dan sama-sama rela. Sehingga tidak ada yang dirugikan.¹⁹

Dan penelitian Tri Wulandari tahun 2017 yang berjudul “Perilaku Distributor Padi Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Terhadap Transaksi Jual Beli Padi Di Desa Sribasuki Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur)”. Dapat di simpulkan bahwa perilaku distributor padi dari

¹⁹ Aliakbar, et al, *Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Distributor Udang: Studi Kasus Desa Jempue Kabupaten Pinrang*, (Jurnal Hukum Ekonomi Syariah IAIN Parepare, 2019)

dalam desa menunjukkan perilaku yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam yaitu pada prinsip kejujuran, kebebasan, keadilan. Dengan kenyataan di lapangan pada transaksi jual beli yang dilakukan oleh distributor padi terdapat kecurangan pada timbangan, penimbunan dan tidak adanya kebebasan dalam melakukan transaksi jual beli, distributor dalam tidak memberikan kebebasan kepada distributor luar, di saat distributor luar ingin melakukan transaksi jual beli padi di desa Sribasuki adanya pembebanan uang masuk/uang komisi.²⁰

Namun, meskipun penelitian terkait dengan etika bisnis Islam yang diterapkan oleh distributor sudah banyak dilakukan, masih ada celah untuk mendalami pengaruhnya terhadap penelitian terkait dengan distribusi ikan konsumsi. Disamping itu juga terdapat perbedaan lain, yaitu lokasi penelitian saat ini yang dilakukan di pasar ikan Bandung Kabupaten Tulungagung. Dengan menerapkan etika bisnis Islam ke dalam kegiatan distribusi ikan, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang mendalam mengenai bagaimana nilai – nilai moral dan prinsip – prinsip Islam dapat membentuk kebijakan, interaksi, dan keputusan bisnis dalam rantai pasok distribusi ikan, menciptakan lingkungan bisnis yang lebih berkelanjutan dan bermartabat.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, maka penulis rasa permasalahan tersebut perlu untuk dilakukan sebuah penelitian, khususnya pada para distributor pasar ikan Bandung Kabupaten Tulungagung yang menjadi fokus penelitian, penulis ingin melakukan penelitian untuk mengetahui

²⁰ Tri Wulandari, *Perilaku Distributor Padi Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Terhadap Transaksi Jual Beli Padi Di Desa Sribasuki Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur)*, (Skripsi IAIN Metro, 2017)

“Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Perilaku Distributor Ikan Konsumsi (Studi Kasus di Pasar Ikan Bandung Kabupaten Tulungagung).”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pemahaman etika bisnis Islam para distributor ikan konsumsi di pasar ikan Bandung Kabupaten Tulungagung ?
2. Bagaimana implementasi etika bisnis Islam terhadap perilaku distributor ikan konsumsi di pasar ikan Bandung Kabupaten Tulungagung ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan tentang pemahaman etika bisnis Islam para distributor ikan konsumsi di pasar ikan Bandung Kabupaten Tulungagung.
2. Untuk menganalisis tentang implementasi etika bisnis Islam terhadap perilaku distributor ikan konsumsi dalam perencanaan strategi pemasaran di pasar ikan Bandung Kabupaten Tulungagung.

D. Batasan Masalah

Agar penelitian ini terarah, peneliti membatasi ruang lingkup penelitian hanya berkaitan pada perilaku distributor ikan konsumsi. Lokasi penelitian ini adalah di pasar ikan Bandung Kabupaten Tulungagung.

Penelitian ini terbatas dari segi waktu sehingga peneliti hanya mengambil beberapa informan atau tidak keseluruhan distributor dan konsumen ikan konsumsi di pasar ikan Bandung Kabupaten Tulungagung dalam proses wawancara.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk semua pihak yang bersangkutan dan diharapkan dapat membantu menyelesaikan permasalahan di bidang ekonomi dan bisnis Islam terutama dalam permasalahan etika bisnis Islam.

2. Manfaat Praktis

a. Manfaat bagi Akademis

- 1) Menambah wawasan bagi penulis dan pembaca tentang ekonomi Islam khususnya etika bisnis Islam.
- 2) Sebagai pengimplementasian terhadap teori yang telah penulis pelajari selama menempuh Pendidikan di Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

b. Manfaat bagi Distributor

- 1) Menambah wawasan pengetahuan para distributor khususnya distributor ikan konsumsi pasar ikan Bandung, Kabupaten Tulungagung.
- 2) Setelah pemahaan akan ilmu etika bisnis Islam diharapkan para distributor ikan konsumsi pasar ikan Bandung dapat melakukan kegiatan berdagangnya sesuai dengan syariat dan as-sunnah.
- 3) Terciptanya perilaku perdagangan yang sesuai dengan etika bisnis Islam sehingga diperoleh keberkahan dan ridho Allah SWT.

c. Manfaat bagi Peneliti Selanjutnya

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai daftar rujukan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan ekonomi Islam khususnya etika bisnis Islam.

F. Definisi Istilah

1) Definisi Konseptual

a. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis adalah penerapan etika secara umum terhadap perilaku bisnis. Etika bisnis merupakan pedoman perilaku etis suatu entitas usaha. Etika bisnis Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai – nilai Islam, yang mana dalam pelaksanaan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran karena sudah diyakini sebagai suatu hal yang baik dan benar. Etika bisnis Islam menerapkan sistem ekonomi Islam sesuai syariat yang diajarkan dalam agama Islam.²¹

b. Pemahaman

Pemahaman adalah suatu perasaan setelah menerjemahkan ke dalam suatu makna atau proses akal yang menjadi sarana untuk mengetahui realitas melalui sentuhan dengan pancaindra.²² Pemahaman menurut Kamus

²¹ Nandang Ihwanudin, et al, *Etika Bisnis Dalam Islam (Teori dan Aplikasi)*, (Jawa Barat: Widina Bhakti Persada Bandung, 2022), hal.16

²² Agustini Seli, “*Pemahaman Masyarakat Kota Bengkulu Terhadap Fungsi dan Tugas Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Dalam Pengawasan Fungsi dan Perlindungan Konsumen*, (2019)

Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah proses, cara, dan perbuatan memahami atau memahamkan.²³

c. Implementasi

Implementasi secara sederhana dapat diartikan sebagai penerapan atau pelaksanaan. Sebagaimana yang ada pada kamus besar bahasa Indonesia, implementasi adalah suatu penerapan.²⁴ Secara umum implementasi adalah proses pengoperasian, penggunaan, atau pelaksanaan suatu rencana atau keputusan dalam praktek atau dalam tindakan nyata. Implementasi melibatkan penerapan strategi, kebijakan, atau program di dunia nyata sehingga tujuan yang diharapkan dapat tercapai.

d. Dasar – Dasar Etika Bisnis Islam

Sikap dasar yang wajib dimiliki dan melekat dalam diri seorang wirausahawan syariah adalah sebagaimana sifat dan sikap para nabi, yaitu:²⁵

1) Sidiq

Sidiq (jujur) adalah menuturkan dan bertindak dalam keseimbangan, melaksanakan apa yang diucapkan dan benar pada tindakannya.

²³ Evrinda Olivia Privana, et al, *Identifikasi Kesalaham Siswa Dalam Menulis Kata Baku dan Tidak Baku Pada Mata Pelajaran Bahasa Indonesia*, (Jurnal Transformatika 14, No. 2, 2017), hal.72

²⁴ Arinda Firdianti, *Implementasi Manajemen Berbasis Sekolah Dalam Meningkatkan Prestasi Belajar Siswa*, (Yogyakarta : Gre Publishing, 2018), hal.32

²⁵ Thuba Jazil dan Nur Hendrasto, *Prinsip dan Etika Bisnis Syariah*, (KNEKS, Ekonomi Syariah, 2021), hal.49-53

2) Amanah

Amanah dapat diartikan menjaga dan melaksanakan dengan penuh kesadaran dari hal yang dilimpahkan. Menepati perjanjian yang telah disepakati oleh para pihak.

3) Tabliq

Tabliq adalah menyampaikan segala informasi yang relevan terkait produk dan seluk beluk transaksi yang berlaku. Apabila produk terdapat kelemahan dan kekurangan maka hal ini disampaikan dengan baik dan disampaikan dengan informatif.

4) Fathonah

Fathonah (cerdas) adalah memahami dengan baik akan bisnis yang dilaksanakan. Cerdas dengan menempatkan sidiq, Amanah, tabliq, serta fathonah pada perpaduan yang porposional.

e. Perilaku Distributor

Distributor adalah pihak yang bertanggung jawab untuk memasarkan produk ke berbagai titik penjualan atau konsumen akhir. Perilaku distributor meliputi sejumlah kegiatan seperti mengelola inventaris, mempromosikan produk, menjual kepada pelanggan, serta menyediakan layanan purna jual. Distributor juga harus memastikan ketersediaan produk, membuat analisis pasar, dan membangun hubungan dengan pelanggan dan pemasok. Dalam menjalankan tugasnya, distributor harus memiliki sikap profesional, berorientasi pada kepuasan pelanggan, serta memiliki keterampilan dalam memasarkan dan menjual produk.

Perilaku distributor sangat di pengaruhi oleh faktor-faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologis, dimana setiap faktor itu terdapat perilaku seorang pembeli.²⁶

f. Pasar Ikan

Istilah pasar umumnya mengarah ke pasar tradisional sebagai tempat masyarakat menjual produknya dan membeli berbagai kebutuhan. Akan tetapi pasar tidak hanya pasar tradisional, ada juga pasar ikan, modern, sayur, ternak, loak dan lain sebagainya. Apapun bentuknya pasar merupakan sarana pertemuan dan interaksi antara pembeli dengan penjual. dipasar ikan, biasanya.²⁷ Distributor biasanya menjual ikan yang baru ditangkap oleh nelayan atau diperoleh dari pemancing. Ikan – ikan ini bisa berasal dari kolam budidaya, laut, sungai, atau danau. Distributor bisa menjual produk perikanan seperti udang, kepiting, dan sebagainya.

2) Definisi Oprasional

Penelitian ini mengarah pada bagian etika bisnis Islam yang diupayakan dan diusahakan agar bisa diterapkan terhadap proses perdagangan. Diharapkan penerapan nilai – nilai etika bisnis Islam distributor dapat dilaksanakan sesuai dengan syari'at Islam sehingga dapat mencapai tujuan yang benar, tidak hanya mendapat keuntungan semata tetapi lebih kepada bagaimana terciptanya transaksi yang syariah penuh keberkahan dengan ridha Allah SWT.

²⁶ Tri Wulandari, *Perilaku Distributor Padi di Tinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi Terhadap Transaksi Jual Beli Padi di Desa Sribasuki Kecamatan Batang Hari, Kabupaten Lampung Timur)*, (Lampung : IAIN Metro, 2017)

²⁷ Andika Pambudi et al, *Ekonomi Pertanian*, (Get Press : 2022), hal.110

G. Sistematika Penulisan Penelitian

a. Bagian Awal

Terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.

b. Bagian Isi

Bab I : Pendahuluan

Terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, definisi istilah, dan sistematika penulisan penelitian.

Bab II : Kajian Pustaka

Terdiri dari deskripsi teori, penelitian terdahulu, dan kerangka konseptual.

Bab III : Metode Penelitian

Terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan dan tahapan – tahapan penelitian.

Bab IV : Hasil Penelitian

Terdiri dari deskripsi data, temuan penelitian, dan pembahasan temuan penelitian.

Bab V : Pembahasan

Menjelaskan tentang hasil penelitian implementasi etika bisnis islam terhadap perilaku distributor ikan konsumsi dalam perencanaan strategi pemasaran di pasar ikan Bandung.

Bab VI : Penutup

Terdiri dari kesimpulan yang diperoleh dari hasil pembahasan dan saran – saran yang ditujukan kepada berbagai pihak yang berkepentingan terhadap objek penelitian.

c. Bagian Akhir

Terdiri dari daftar pustaka dan lampiran – lampiran dan daftar riwayat hidup.