BAB II

LANDASAN TEORI

A. Perilaku Pedagang

Pengertian perilaku pedagang tersusun dari dua kata, yaitu kata *perilaku* dan *pedagang*. Perilaku adalah suatu sifat yang ada dalam diri manusia. Perilaku manusia sederhananya di dorong oleh motif tertentu.[1] Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu yang terwujud dalam gerakan (sikap), tidak saja badan atau ucapan.[2] Para ahli memiliki pandangan masing-masing tentang Pengertian perilaku ini, berikut daftar pengertian menurut para ahli di bidangnya:

1. Menurut Ensiklopedi Amerika, perilaku diartikan sebagai suatu aksi dan reaksi organisme terhadap lingkungannya, hal ini berarti bahwa perilaku baru akan terwujud bila ada sesuatu yang diperlukan untuk menimbulkan tanggapan yang disebut rangsangan, dengan demikian maka suatu rangsangan tertentu akan menghasilkan perilaku tertentu pula.
2. Menurut Heri Purwanto, perilaku adalah pandangan-pandangan atau perasaan yang disertai kecendrungan untuk bertindak sesuai sikap objek tersebut.
3. Menurut Chief, Bogardus, Lapierre, Mead dan Gordon Allport, menurut kelompok pemikiran ini sikap merupakan semacam kesiapan untuk bereaksi terhadap suatu objek dengan cara-cara tertentu. Dapat dikatakan bahwa kesiapan yang dimaksudkan merupakan kecendrungan yang

[1] Al Bara, *Pengaruh Perilaku Pedagang*..., hal. 247.
[2] *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Balai Pustaka, 2001), hal. 671.

potensial untuk bereaksi dengan cara tertentu apabila individu dihadapkan pada suatu stimulus yang menghendaki adanya respon.

4. Menurut Louis Thurstone, Rensis Likert dan Charles Osgood, menurut mereka perilaku adalah suatu bentuk evaluasi atau reaksi perasaan. Berarti sikap seseorang terhadap suatu objek adalah perasaan mendukung atau memihak (favorable) maupun perasaan tidak mendukung atau tidak memihak (unfavorable) pada objek tersebut.[3]
5. Skiner seorang ahli psikologi, merumuskan bahwa perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap rangsangan dari luar. Skiner membedakan perilaku tersebut menjadi dua jenis proses yang diantaranya ialah *Respondent Respon* atau *Reflexsive*, yakni respon yang ditimbulkan oleh rangsangan-rangsangan (stimulus) tertentu. Stimulus semacam ini disebut *electing stimulaton* karena menimbulkan respon-respon yang relatif tetap. Sedangkan proses yang kedua ialah *Operant Respon* atau *Instrumental Respon*, yakni respon yang timbul dan berkembang kemudian diikuti oleh stimulus atau perangsang tertentu. Perangsang ini disebut *reinforcing stimulus* atau *reinforce* karena dapat memperkuat respon.[4]

Sedangkan pengertian pedagang secara etimologi adalah orang yang berdagang atau bisa disebut juga saudagar. Pedagang ialah orang yang melakukan perdagangan, memperjual belikan produk atau barang yang tidak diproduksi

---

[3] Info seputar skripsi, *Konsep Perilaku: Pengertian Perilaku, Bentuk Perilaku dan Domain Perilaku*, http://www.infoskripsi.com/Free-Resource/Konsep-Perilaku-Pengertian-Perilaku-Bentuk-dan-Domain-Perilaku.html diakses 30 Mei 2017.

[4] Anies, *Waspada Ancaman Penyakit Tidak Menular Solusi Pencegahan Dari Aspek Perilaku & Lingkungan*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2006), hal. 11-12.

sendiri untuk memperoleh keuntungan.[5] Pedagang adalah mereka yang melakukan perbuatan perniagaan sebagai pekerjaannya sehari-hari. Perbuatan perniagaan pada umumnya merupakan perbuatan pembelian barang untuk dijual lagi.[6] Pedagang dapat dikategorikan menjadi:

a) Pedagang Menengah/ Agen/ Grosir adalah pedagang yang membeli atau mendapatkan barang dagangannya dari distributor atau agen tunggal yang biasanya akan diberi daerah kekuasaan penjualan/ pedagang tertentu yang lebih kecil dari daerah kekuasaan distributor.

b) Pedagang Eceran/ Pengecer adalah pedagang yang menjual barang yang dijual langsung ke tangan pemakai akhir atau konsumen dengan jumlah satuan atau eceran.[7]

Dari beberapa definisi di atas, dapat dipahami bahwa yang dimaksud perilaku pedagang adalah suatu tanggapan atau reaksi pedagang terhadap rangsangan atau lingkungan yang ada di sekitar. Perilaku pedagang juga merupakan sebuah sifat yang dimiliki oleh setiap orang pedagang, untuk menangkap reaksi yang telah diberikan oleh lingkungan terhadap keadaan yang telah terjadi sekarang (Al-Bara, "Analisis Perilaku Pedagang Terhadap Inflasi").[8]

Banyaknya perilaku pedagang, mengakibatkan juga banyaknya tanggapan tentang apa yang terjadi. Prilaku pedagang juga akan mempengaruhi harga yang ada pada pasar, terkait dengan apa yang telah disajikan oleh pemerintah atau isu yang telah berkembang. Semisal, tanggapan pedagang biasanya akan bereaksi

---

[5] Eko Sujatmiko, *Kamus IPS, (*Surakarta: Aksara Sinergi media Cet. I, 2014), hal. 231.

[6] C.S.T. Kensil dan Christine S.T. Kansil, *Pokok-pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia, (*Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hal. 15.

[7] Al Bara, *Pengaruh Perilaku Pedagang*..., hal. 248.

[8] *Ibid,* hal. 246.

apabila adanya isu tentang kenaikan premium yang sebelumnya hanya isu berkembang. Adanya isu tersebut, mengakibatkan reaksi terhadap pedagang untuk langsung menaikan harga barang dagangannya, sebelum ada pengumuman resmi dari pemerintah tentang kenaikan harga premium. Hal diataslah yang dinamakan reaksi pedagang dalam mengambil keputusan, dan hal tersebutlah yang dinamakan adanya reaksi atau prilaku pedangan yang diambil pada isu kekinian.[9]

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pedagang

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku pedagang, yang diantaranya ialah:

a) Takaran Timbangan

Takaran adalah ukuran yang tetap dan selalu digunakan untuk suatu pekerjaan dan tidak boleh ditambah atau dikurangi. Menyempurnakan takaran dan timbangan merupakan ketentuan yang wajib dipatuhi oleh setiap individu.[10]

b) Kualitas barang/produk

Kualitas barang/produk yaitu tingkat baik buruknya atau taraf dari suatu produk. Kualitas produk adalah sejumlah atribut atau sifat yang dideskripsikan di dalam produk dan yang digunakan untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan. Kualitas produk merupakan hal yang penting yang harus diusahakan oleh setiap pedagang jika ingin barang

[9] *Ibid*, hal. 247.

[10] Sophar Simanjuntak Ompu Manuturi, *Fuklor Batak Toba*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor, 2015), hal. 23.

yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.[11]

c) Keramahan

secara bahasa ramah adalah manis tutur kata dan sikapnya. Dalam pengertian serupa ramah juga dimaknai sebagai baik hati dan menarik budi bahasanya atau suka bergaul dan menyenangkan dalam pergaulan, baik ucapannya maupun perilakunya dihadapan orang lain.[12]

d) Penepatan Janji

Seseorang akan dipercaya karena kebenaran ucapannya. Seorang pembeli akan percaya kepada pembeli apabila pedagang mampu merealisasikan apa yang beliau ucapkan. Salah satunya dengan menepati janji. Penjual yang memiliki integritas yang tinggi berarti ia mampu memenuhi janji-janji yang diucapkannya kepada pelanggan. Ia tidak *over-promised under-delivered* terhadap janji-janjinya.[13]

e) Pelayanan

Pelayanan yaitu menolong dengan menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain seperti tamu atau pembeli. Melayani pembeli secara baik adalah sebuah keharusan agar pelanggan merasa puas. Seorang penjual perlu mendengarkan perasaan pembeli. Biarkan

---

[11] Nirma Kurriawati, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen", *Jurnal* (Bangkalan: Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo, 2015), hal. 48.

[12] Zaim Uchrowi, *Karakter Pancasila Membangun Pribadi dan Bangsa Bermartabat*, (Jakarta: PT Balai Pustaka(Persero), 2012), Hal. 68.

[13] Jenu Widjadja Tandjung, *Spiritual Selling How To Get And Keep Your Customers*, (Jakarta : Elex Media Komputindo 2008), hal. 44.

pelanggan berbicara dan dengarkanlah dengan saksama. Jangan sekali-kali menginterupsi pembicaraannya.[14]

f) Empati Pada Pelanggan

yaitu perhatian secara individual yang diberikan pedagang kepada pelanggan seperti kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan usaha pedagang untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggannya.

g) Persaingnan Sesama Pedagang

Persaingan bisnis adalah perseteruan atau rivalitas antar pelaku bisnis yang secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik pula, agar para konsumen membelanjakan atau membeli suatu barang dagangan kepada penjual.[15]

h) Pembukuan Transaksi

Pembukuan adalah suatu proses pencatatan yang dilakukan secara teratur untuk mengumpulkan data dan informasi keuangan yang meliputi harta, kewajiban, modal, penghasilan dan biaya, serta jumlah harga perolehan dan penyerahan barang atau jasa, yang ditutup dengan laporan keuangan atau neraca dan laporan laba maupun rugi. Sebagai pedagang diharuskan untuk mencatat setiap transaksi yang dilakukan.[16]

B. Pasar Tradisional

---

[14] *Ibid*, hal. 45.
[15] Al Bara, *Pengaruh Perilaku Pedagang*..., hal. 248.
[16] Waluyo, *Akuntansi Pajak*, Jakarta: Salemba Empat, 2008, hal. 5.

Pasar dalam pengertian ekonomi adalah situasi seseorang atau lebih pembeli (konsumen) dan penjual (produsen dan pedagang) melakukan transaksi setelah kedua pihak telah mengambil kata sepakat tentang harga terhadap sejumlah (kuantitas) barang dengan kualitas tertentu yang menjadi objek transaksi. Kedua pihak antara pembeli dan penjual mendapat manfaat dari adanya transaksi. Pihak pembeli mendapat barang yang diinginkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhannya sedangkan penjual mendapat imbalan pendapatan untuk selanjutnya digunakan untuk membiayai aktivitasnya sebagai pelaku ekonomi produksi atau pedagang.[17] Sedangkan menurut para ahli definisi pasar adalah sebagai berikut:

1. Philip Kotler dan Gray Amstrong mendefinisikan pasar adalah seperangkat pembeli aktual dan potensial dari sebuah produk atau jasa. ukuran dari pasar sendiri tergantung pada orang yang menunjukkan kebutuhan, memiliki kemampuan dalam pertukaran.[18]
2. Hendri Ma'ruf mendefinisikan bahwa kata pasar memiliki tiga pengertian, yaitu pasar dalam arti "tempat", yaitu tempat bertemunya para penjual atau produsen dengan pembeli atau konsumen. Pasar dalam arti "interaksi permintaan dan penawaran", yaitu pasar sebagai tempat terjadinya interaksi jual beli. Pasar dalam arti sekelompok anggota masyarakat yang memiliki kebutuhan dan daya beli". Pengertian ini merujuk pada dua hal, yaitu

[17] Akhmad , *Ekonomi Islam,* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2007), hal. 143.

[18] Yusuf Alam Romadhon, Doctors, Market, Yourselves atau Atau Praktik Anda Tidak Laku?, (Solo: Tiga Serangkai, 2006), hal. 78.

kebutuhan dan daya beli. Jadi pasar adalah orang orang yang menginginkan sesuatu barang atau jasa dan memiliki kemampuan untuk membeli.[19]

Sedangkan yang dimaksud pasar tradisional adalah sektor perekonomian yang sangat penting bagi mayoritas penduduk di Indonesia. Masyarakat miskin yang bergantung kehidupannya pada pasar tradisional tidak sedikit. Pasar tradisional di pedesaan biasanya terhubung dengan pasar tradisional yang ada di perkotaan yang biasa menjadi sentral kulakan bagi pedagang pasar-pasar pedesaan di sekitarnya.[20] Para ahli memiliki pandangan masing-masing tentang pasar tradisional, berikut adalah daftar pengertian pasar tradisional menurut para ahli di bidangnya:.

1. Dalam penelitian S.Laksono menemukan bahwa pasar tradisional adalah sebagai modus interaksi sosial budaya bahkan pasar juga mengandung fungsi religius sebagai sarana ibadah. Selain itu pasar tradisional dengan harga luncurnya, padanya terkandung transaction cost dan bahkan asymmetric information. Dari korbanan waktu, proses tawar-menawar adalah merupakan biaya transaksi, akan tetapi jika didalamnya berlangsung pula proses komunikasi yang dapat menunjukan kejelasan tentang karakter obyek barang yang diperjual-belikan serta terjadi proses penyesuaian harga maka asymmetric information akan menyusut jauh. Disini proses transaksi

[19] Hendri Ma'ruf, Pemasaran Ritel, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), hal. 4.

[20] Eis Al Masito, *Upaya Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional: Studi Revitalisasi Pasar Piyungan Bantul*, (Jurnal PMI Vol. 10, No. 2, 2013), hal. 66.

mempunyai peluang akan berkelanjutan berdasarkan interaksi sosial yang terjadi karena diantara keduanya menjadi saling kenal.[21]

2. Kasmir mendefinisikan pasar tradisional adalah sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Pasar juga dapat diartikan sebagai suatu mekanisme yang terjadi antara pembeli dan penjual atau tempat pertemuan antara kekuatan permintaan dan penawaran.[22]

Dari beberapa pengertian diatas, pasar tradisional adalah tempat atau pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara, dan Badan Usaha Milik Daerah yang merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli dalam proses transaksi jual beli secara langsung dalam bentuk eceran dengan proses tawar menawar dan bangunannya biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los, dan dasaran terbuka. Pasar tradisional biasanya ada dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbatas. Pasar seperti ini umumnya dapat ditemukan di kawasan permukiman agar memudah-kan pembeli untuk mencapai pasar.[23]

Dalam pasar tradisional transaksi barang tidak dapat ditarik menurut perspektif dikhotomis “keuntugan yang maksimal, kerugian yang minimal”. Seorang pedagang tidak sekedar menerima uang dan pihak lain menerima barang, tetapi terdapat kebutuhan sosial yang ingin didapat dari pihak lain, yakni penghargaan yang bersifat timbal balik dalam hubungan yang stara, terjalin ikatan

---

[21] Siti Fatimah Nurhayati, *Pengelolaan Pasar Tradisional Berbasis Musyawarah Untuk Mufakat*, (Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta, Vol. 18, No. 1, 2014), hal. 50-51.

[22] Kasmir, *Kewirausahaan***,** (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hal. 156.

[23] Akhmad Mujahidin, *Etika Bisnis Dalam Islam Analisis Terhadap Aspek Moral Pelaku Pasar***,** (Jurnal Hukum Islam, vol IV no. 2, Desember 2005), hal. 121.

hubungan personal emosional. Demikian juga dengan konsumen atau pelanggan, tidak semata mendapat sesuatu barang yang diperlukan tetapi dapat "kepuasan" lain yang diperlukan, diantaranya tempat dan dengan siapa penjual yang dihadapinya. Dalam budaya masyarakat timur, berbelanja sambil bersosialisasi adalah lebih menjadi preferensi daripada berbelanja secara individualis, maka berbelanja sambil tukar bicara adalah salah satu modus pemuas kebutuhan, atau sebagai salah satu bagian yang menyertai komoditi yang harus dipenuhi.[24]

1. Ciri-ciri pasar tradisional.

Ada beberapa ciri-ciri khusus mengenai pasar tradisional, dan ciri-ciri tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

a) Adanya sistem tawar menawar antara penjual dan pembeli. Tawar menawar ini adalah salah satu budaya yang terbentuk di dalam pasar. Hal ini yang dapat menjalin hubungan sosial antara pedagang dan pembeli yang lebih dekat.
b) Tempat usaha beragam dan menyatu dalam lokasi yang sama. Meskipun semua berada pada lokasi yang sama, barang dagangan setiap penjual menjual barang yang berbeda-beda. Selain itu juga terdapat pengelompokan dagangan sesuai dengan jenis dagangannya seperti kelompok pedagang ikan, sayur, buah, bumbu, dan daging.
c) Sebagian besar barang dan jasa yang ditawarkan berbahan lokal. Barang dagangan yang dijual di pasar tradisional ini adalah hasil bumi yang dihasilkan oleh daerah tersebut. Meskipun ada beberapa dagangan yang

[24] Siti Fatimah Nurhayati, *Pengelolaan Pasar Tradisional Berbasis Musyawarah*..., hal. 51

diambil dari hasil bumi dari daerah lain yang berada tidak jauh dari daerah tersebut namun tidak sampai meng import hingga keluar pulau atau negara.[25]

d) letaknya yang strategis, dimana sebagian besar pasar tradisional terletak dekat wilayah pemukiman, biasanya komoditi yang diperdagangkan adalah komoditi kebutuhan hidup sehari-hari.[26]

e) Pembayaran langsung kepada penjual, dalam pasar tradisional pedagang sibuk melayani pembeli, dan pembeli langsung melakukan pembayaran kontang kepada penjual.

f) Penataan barang-barang yang dijual masih kurang rapi dan sedikit berantakan.[27]

Sedangkan yang dimaksud pasar modern ialah pasar yang mengedepankan konsep profesionalisme dan kualitas pelayanan untuk menarik konsumen sebanyak-banyaknya. Karena itu, ada ciri-ciri mengenai pasar swalayan atau pasar modern yang diantaranya adalah sebagai berikut:

a) Desain tata bangunan sejak awal telah mempertimbangkan keterpaduan dan kenyamanan, dengan penyediaan lahan parkir.

b) Ruang yang nyaman, berbeda dengan pasar tradisional, jika di pasar modern tempatnya lebih nyaman.

---

[25] Akhmad Mujahidin, *Etika Bisnis Dalam* Islam..., hal. 122.

[26] Reza Susanto dan Muhammad Yusuf, Identifikasi Karakteristik pasar tradisional di wilayah jakarta selatan (Studi kasus: pasar cipular, pasar kebayoran lama, pasar bata putih, dan pasar santa), Jurnal Teknik Planologi Universitas Esa Unggul, jakarta, vo. 1, No. 1, 2010, hal. 5.

[27] Suwanto, Sunardi, Sarwiyanto, Yuliana, Murtini, *Ayo Belajar di Sekolah*, (Yogyakarta: KANISIUS, 2010), hal. 104.

c) Kemudahan akses dengan transportasi umum, di pasar modern tempatnya mudah dijangkau.

d) pemilihan jenis barang, pembeli bisa memilih barang dengan sesuka hatinya sendiri.

e) Selain itu, dikenal juga konsep *self service* yang biasa disebut swalayan dengan manajemen harga mati. Di pasar swalayan ini pembeli melayani dirinya sendiri, dengan mengambil barang-barang yang hendak dibeli dan dimasukkan kedalam keranjang atau kereta dorong. [28]

f) Terdapat barcode di setiap barang. Barcode adalah sejumlah angka yang mewakili satu jenis barang, berisi keterangan yang mewakili barang tersebut, dan jumlahnya tergantung berapa banyak informasi yang disertakan pembeli.[29]

g) Pelayanan dari pramuniaga yang sangat memanjakan konsumen. Barang-barang yang diambil atau yang hendak dibeli dihitung oleh kasir.

h) Pembayaran yang praktis, ada yang membayar dengan uang dan ada juga yang membayar dengan menggunakan kartu kredit. Jadi seseorang tidak perlu membawa uang dalam jumlah yang banyak yang dapat menimbulkan banyak masalah, misalkan pencopetan, dan penjambretan.[30]

---

[28] Nel Arianty, *Analisis Perbedaan Pasar Modern dan Pasar Tradisional Ditinjau Dari Strategi Tata Letak (Lay Out) dan Kualitas Layanan Untuk Meningkatkan Posisi Tawar Pasar Tradisional*, (Jurnal Manajemen & Bisnis-Universitas Muhammdaiyah Sumatera Utara, Vol. 13 No 1, 2014), hal. 19.

[29] Ivan Ariakandi, Sukses Berbisnis Ritel, (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2013), hal. 18.

[30] Suwanto, Sunardi, Sarwiyanto, Yuliana, Murtini, *Ayo Belajar di Sekolah*..., hal. 105.

C. Etika Bisnis Islam

Berbicara mengenai etika bisnis Islam tentu kita perlu mengetahui tentang etika dan bisnis itu sendiri. Etika merupakan salah satu cabang filsafat, etika dimengerti sebagai filsafat moral atau filsafat mengenai tingkah laku.[31] Etika merupakan cabang filsafat yang membahas mengenai nilai atau kualitas. Etika mencangkup analisis dan penerapan konsep benar-salah, baik-buruk, dan tanggung jawab.[32] Etika adalah bagian dari filsafat yang membahas secara rasional dan kristis tentang nilai dan moralitas. Norma adalah nilai mengenai baik dan buruk sedangkan etika adalah refleksi kristis dan penjelasan rasional mengapa sesuatu itu dikatakan baik atau buruk.[33]

Dalam khasanah pemikiran Islam, etika dipahami sebagai akhlak atau adab yang bertujuan untuk mendidik moralitas manusia. Ahmad Amin memberikan batasan, bahwa etika atau akhlak adalah ilmu yang menjelaskan makna baik dan buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan manusia kepada orang lain, menyatakan tujuan yang dituju oleh manusia dalam perbuatan mereka dan menunjukan jalan untuk melakukan apa yang harus diperbuat. Lebih tegas menurut Madjid Fakhri, etika merupakan gambaran rasional mengenai hakikat dan dasar perbuatan dan keputusan yang benar. etika merupakan studi standar moral yang tujuannya adalah menentukan standar yang benar atau didukung

---

[31] R. Lukman Fauroni, *Etika Bisnis Dalam Al Qur'an*,(Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2006), hal.14-15.

[32] H. Veithzal Rivai, H. Amiur Nuruddin, Faisal Ananda Arfa, *Islamic Business And Economic Ethics*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), hal. 2.

[33] *Ibid*, hal. 32.

penalaran yang baik. Etika mencoba mencapai kesimpulan moral antara yang benar dan salah serta moral yang baik dan jahat.[34]

Selanjutnya dalam hal bisnis, bisnis memiliki dua pengertian pokok, pertama bisnis merupakan kegiatan dan kedua bisnis merupakan sebuah perusahaan. Menurut Raymond E. Glos bisnis merupakan seluruh kegiatan yang diorganisasikan oleh orang-orang yang bekecimpung dalam bidang perniagaan dan industri yang menyiapkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan, mempertahankan dan memperbaiki standar serta kualitas hidup mereka.[35]

Dalam kamus bahasa Indonesia bisnis diartikan sebagai usaha dagang, usaha komersial dibidang perdagangan, dan bidang usaha.[36] secara bahasa bisnis mempunyai beberapa arti yakni usaha, perdagangan, toko, perusahaan, tugas, urusan, hak. Dari pengertian bahasa yang demikian, bisnis memperlihatkan dirinya sebagai aktivitas riil ekonomi yang secara sederhana dilakukan dengan cara jual beli atau pertukaran barang dan jasa.[37] Secara terminology terdapat beberapa pengertian mengenai bisnis menurut para ahli ialah sebagai berikut:

1. Menurut K. Bertens. Bisnis adalah kegiatan ekonomis dengan maksud memperoleh untung. Dalam bisnis modern untung diekspresikan dalam bentuk uang, tetapi hal itu tidak hakiki untuk bisnis. Yang penting ialah kegiatan antar manusia dan bertujuan mencari untung dan karena itu

---

[34] *Ibid*, hal. 4.

[35] Husein Umar, *Bisnis An Introduction*, (Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama, 2003), hal. 3.

[36] M. Ismail Yusanto Dan M. Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, (Jakarta; Gema Insani, 2002), hal. 15.

[37] R. Lukman, *Etika Bisnis Dalam Al Qur'an*..., hal. 26.

menjadi kegiatan ekonomis. Jadi bisnis selalu bertujuan mendapat keuntungan dan perusahaan dapat disebut organisasi yang didirikan dengan tujuan sekali lagi, di antara tujuan-tujuan lain meraih keuntungan. [38]

2. Menurut Hughes dan Kapoor, bisnis merupakan suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan (laba) atau menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Pandangan lain menyatakan bahwa bisnis merupakan sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, kontruksi, distribusi, tranportasi, komunikasi, usaha jasa, dan pemerintahan yang bergerak dalam bidang membuat dan memasarkan barang dan jasa pada konsumen.[39]
3. Menurut Straub dan Attner bisnis tak lain adalah suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang-barang dan jasa yang diinginkan konsumen untuk memperoleh profit.[40] maka dapat digambarkan bahwa etika bisnis islam adalah norma-norma etika yang berbasis al-Qur'an dan hadist yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnis.[41]

Dari semua definisi bisnis menurut beberapa ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa bisnis adalah serangkaian aktifitas dalm bentuk memproduksi atau mendistribusikan barang dan jasa, mencari profit dan mencoba memuaskan

---

[38] Kees Bertens, *Pengantar Etika Bisnis*, (Yogyakarta: Kanisius, 2000), hal. 17.
[39] R. Lukman , *Etika Bisnis Dalam Al Qur'an...,* hal. 26.
[40] M. Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islam...,* hal. 15.
[41] Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi,* (Jakarta: Penebar Plus, 2012), hal. 37.

keinginan konsumen. Bisnis selalu dikaitkan dengan uang, barang dan jasa dan segala sesuatu yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan manusia.[42]

Sedangkan yang dimaksud dengan etika bisnis ialah sebagai perangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain, etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai daratan atau tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.[43]

Dalam semua bidang etika bisnis membantu para perilaku bisnis untuk mendekati masalah-masalah bisnis dengan sentuhan moral. Etika bisnis membantu para manajer, pelaku bisnis lainnya untuk menangkap hal yang tidak bisa ditangkap dengan mata ekonomi manajemen murni dan memecahkan banyak persoalan dengan menggunakan pendekatan yang lebih dari sekedar pendekatan ekonomi manajemen.

Etika bisnis menggugah bahwa dalam melakukan bisnis, kita tetap bertindak dan berperilaku sebagai manusia yang mempunyai tindakan etis. Dalam konteks bisnis sebagai suatu profesi yang luhur, etika bisnis mengajak manusia untuk berusaha mewujudkan citra bisnis dan manajemen yang baik (etis).[44]

Menurut sumber-sumber literatur mengatakan, bahwa etika bisnis didasari oleh ajaran-ajaran agama. Dalam Islam banyak sumber literatur yang tersedia dan

---

[42] Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis...*, hal. 16.
[43] Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006), hal. 15.
[44] Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN), hal. 25.

kode hukum yang mengatur masalah harta dan kekayaan yang merujuk pada kitab suci al-Qur'an dan terjemah dalam bentuk hadits-hadits Rasulullah.

Adapun pemikiran politik Islam dalam konsep etika bisnis sangat erat erat hubungannya dengan universalitas ajaran Islam itu sendiri, dimana konsep akidah yang berawal dari konsep *syahadatain* yang mengakui ke-Esaan Allah sebagai sang pencipta, Tuhan segala sesuatu dan pengaturnya serta pengakuan terhadap Rasulullah SAW. Sebagai utusan-Nya adalah pihak yang harus diteladani dalam seluruh aspek kehidupannya. Artinya bahwa konsep yang demikian harus diejawantahkan dalam potret nyata ibadah kepada Allah sebagai konsep interaksi vertikal dan akhlak (etika) dalam konsep interaksi horizontal. Konsep akidah, ibadah, dan akhlak yang demikian mengatur keseluruhan hidup seorang muslim selama 24 jam, tanpa membedakan antara realitas hidup pribadi ataupun publik, termasuk dunia bisnis.[45]

Bisnis Islami adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi cara perolehan dan cara pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram). Setiap manusia memerlukan harta untuk memenuhi kebutuhannya. Karenanya manusia berusaha untuk memperoleh harta kekayaan itu, salah satunya melalui bekerja. Sedangkan salah satu dari ragam

[45] *Ibid*, hal. 19-22.

bekerja adalah berbisnis.[46] Dengan kendali syariat, bisnis dalam islam bertujuan untuk mencapai empat hal utama, yaitu.[47]

1. Target hasil profit materi dan benefit non materi.

   Tujuan bisnis tidak selalu untuk mencari profit (*qimah maddiyah* atau nilai materi) tetapi juga harus dapat memperoleh dan memberikan keuntungan atau manfaat(non materi), baik bagi si pelaku bisnis sendiri maupun pada lingkungan yang lebih luas, seperti terciptana suasana persaudaraan, kepedulian sosial dan sebagainya.

   Disamping mencari *qimmah maddiyah* masih ada dua orientasi lainya yaitu *qimah khuluqiyah dan ruhiyah. Qimmah khuluqiyah* adalah nilai-nilai akhlak mulia yang menjadi kemestian yang muncul dalam kegiatan bisnis, sehingga tercipta hubungan persaudaraan yang islami baik antara majikan dengan buruh, maupun antara penjual dan pembeli(bukan hanya sekedar hubungan fungsional maupun profesional semata) sedangkan qimah ruhiyah adalah perbuatan tersebut dimaksutkan untuk mendekatkan diri kepada Allah. Dengan kata lain ketika melakukan aktifitas bisnis, maka harus disertai dengan kesadaran hubungannya dengan Allah. Inilah yang dimaksut, bahwa setiap perbuatan adalah ibadah.

2. Pertumbuhan

   Jika profit materi dan benefit non materi telah diraih, maka diupayakan pertumbuhan atau kenaikan akan terus menerus neningkat setiap tahunya

---

[46] Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis...*, hal. 17.
[47] Veithzal, *Islamic Business And Economic Ethics*..., hal. 14.

dari profit dan benefit tersebut.pertumbuhan ini tentunya harus tetap berada dalam koridor syariah, misalnya dengan meningkatkan jumlah produksi seiring dengan perluasan pasar dan peningkatan inovasi agar bisa menciptakan produk baru, dan sebagainya.

3. Keberlangsungan

   Pencapaian target hasil dan pertumbuhan terus diupayakan keberlangsungannya dan kurun waktu yang cukup lama.

4. Keberkahan

   Faktor keberkahan atau upaya mencapai ridho Allah, merupakan puncak kebahagiaan hidup muslim. Para pengelola bisnis harus mematok orientasi keberkahan menjadi visi bisnisnya, agar senaniasa dalam kegiatan bisnis selalu berada dalam kendali syariat dan diraihnya keridhoan Allah.

Rasulullah telah mengajarkan etika dalam berbisnis. Sifat- sifat utama yang harus diteladani semua manusia (pelaku bisnis, pemerintah dan segenap manusia) dari nabi muhammad saw setidaknya ada empat, yaitu:

1. Siddiq

   Siddiq berarti jujur dan benar. Prinsip ini harus melandasi seluruh perilaku ekonomi manusia, baik produksi, distribusi maupun konsumsi.[48] Nilai dasarnya adanya integritas dalam pribadi, selalu berkata benar, tidak berbohong, pemikiran jernih. Nilai bisnisnya ialah selalu berperilaku jujur, iklas, terjamin, keseimbangan emosi, berusaha dalam komodity yang halal,

[48] Veithzal, *Islamic Business And Economic Ethics*..., hal. 90.

tidak memperjual belikan barang haram atau yang asal usul barang itu tidak jelas.[49]

Seorang pedagang harus berlaku jujur, dilandasi keinginan agar orang lain mendapatkan kebaikan dan kebahagiaan sebagaimana ia menginginkannya dengan cara menjelaskan cacat barang dagangan yang dia ketahui dan yang tidak terlihat oleh pembeli. Penjual yang memiliki integritas yang tinggi berarti ia mampu memenuhi janji-janji yang diucapkannya kepada pelanggan. Ia tidak *over-promised under-delivered* terhadap janji-janjinya. Penjual yang memiliki integritas, juga senantiasa berkata dan bertindak jujur terhadap pelanggan. Ia tidak akan memanfaatkan kekurangtahuan pelanggan untuk keuntungan dirinya sendiri.[50] Dalam al-Qur'an, keharusan bersikap jujur dalam berdagang, berniaga dan atau jual beli, sudah diterangkan dengan sangat jelas dan tegas yang antara lain kejujuran tersebu di beberapa ayat dihuhungkan dengan pelaksanaan timbangan, sebagaimana firman Allah SWT:

وَأَوۡفُواْ ٱلۡكَيۡلَ وَٱلۡمِيزَانَ بِٱلۡقِسۡطِۖ ١٥٢

Artinya:
"Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil". (Q.S Al An'aam: 152).[51]

---

[49] Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah...*, hal. 54.

[50] Jenu Widjadja Tandjung, *Spiritual Selling How To Get And Keep Your Customers...*, hal. 44.

[51] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya* (Edisi Yang Disempurnakan), hal. 150.

Selain itu juga sudah diterangkan dalam surat al-muthofifin tentang hukuman bagi orang yang melakukan kecurangan didalam perdagangan.

وَيۡلٞ لِّلۡمُطَفِّفِينَ ١ ٱلَّذِينَ إِذَا ٱكۡتَالُواْ عَلَى ٱلنَّاسِ يَسۡتَوۡفُونَ ٢ وَإِذَا
كَالُوهُمۡ أَو وَّزَنُوهُمۡ يُخۡسِرُونَ ٣ أَلَا يَظُنُّ أُوْلَٰٓئِكَ أَنَّهُم مَّبۡعُوثُونَ ٤ لِيَوۡمٍ
عَظِيمٖ ٥ يَوۡمَ يَقُومُ ٱلنَّاسُ لِرَبِّ ٱلۡعَٰلَمِينَ ٦

Artinya:
"Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang. Yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi. Dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi. Tidaklah orang-orang itu menyangka, bahwa Sesungguhnya mereka akan dibangkitkan. Pada suatu hari yang besar. Yaitu hari ketika manusia berdiri menghadap Tuhan semesta alam?". (Q.S Al Mutoffifin: 1-6).[52]

2. Amanah

Nilai dasar amanah adalah terpercaya, bisa memegang amanah, tidak mau menyeleweng, selalu mempertahankan prinsip berdiri diatas kebenaran. Nilai bisnisnya adalah adanya kepercayaan, bertanggung jawab, transparan, tepat waktu, dan memberikan yang tebaik.[53] Sebagai seorang pedagang harus berlaku jujur dan memperhatikan kehalalan bagi barang yang dijual, baik dari segi kualitas barang yang baik, mutu yang baik dan pantas jika dijual kepada para konsumen. Kualitas suatu barang yang dijual menjadi tanggung jawab oleh semua pedagang. Oleh sebab itu, pedagang harus

[52] *Ibid*, hal. 585.
[53] Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah...*, hal. 55.

menjelaskan tentang bagaimana kualitas dan kuantitas barang yang dijual pada para konsumen.

Memberikan keterangan kualitas barang merupakan hal yang wajib dilakukan dalam perdagangan. Karena jika tidak jujur dengan kualitas barang yang dijual, maka hal semacam ini akan memberikan dampak negative bagi pedagang tersebut dan konsumen. Seperti misalnya barang yang dijual memiliki kualitas rendah, namun dikatakan pada konsumen jika barang tersebut memiliki kualitas yang luar biasa. Ketika konsumen membeli barang tersebut dengan jaminan yang diberikan oleh pedagang, ketika pada saat menggunakan barang tersebut konsumen menjadi merasa rugi dan kecewa dengan pedagang. Dan hal ini dapat dikatakan sebagai cacat etis atau cacat moral karena apa yang sudah pedagang katakan tidak sesuai dengan kualitas barang yang dijual kepada para konsumen.[54] Seperti yang sudah diterangkan di dalam al-Qur'an yaitu:

وَقَالَ مُوسَىٰ رَبِّيٓ أَعۡلَمُ بِمَن جَآءَ بِٱلۡهُدَىٰ مِنۡ عِندِهِۦ وَمَن تَكُونُ لَهُۥ عَٰقِبَةُ ٱلدَّارِۖ إِنَّهُۥ لَا يُفۡلِحُ ٱلظَّٰلِمُونَ ٣٧

Artinya:
Musa menjawab: "Tuhanku lebih mengetahui orang yang (patut) membawa petunjuk dari sisi-Nya dan siapa yang akan mendapat kesudahan (yang baik) di negeri akhirat. Sesungguhnya tidaklah akan mendapat kemenangan orang-orang yang zalim". (Q.S Al Qashas: 37).[55]

3. Tabligh

[54] Definisi Pengertian Etika Jual Beli, http://dalamislam.com/hukum-islam/ekonomi/etika-jual-beli-dalam-ekonomi-islam, diakses tanggal 13 juni 2017, pukul 09;53.

[55] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya* (Edisi Yang Disempurnakan), hal. 249.

Nilai dasarnya adalah komunikatif, menjadi pelayan bagi publik, bisa berkomunikasi secara efektif, memberikan contoh yang baik, dan bisa mendelegasikan wewenangnya kepada orang lain. Nilai bisnisnya supel, penjual yang cerdas, bisa bekerja dengan tim, koordinasi ada kendali. Sebagai seorang pedagang sudah seharusnya meniru sifat tabligh didalam melayani para konsumen yang diantaranya ialah sebagai berikut:

a) Harus jujur dalam menyampaikan kualitas suatu barang. Tetapi tidak hanya itu, karena jika barang yang dijual memiliki cacat, maka tugas pedagang harus mampu memberi tahu pada para konsumen tentang barang yang cacat tersebut.
b) Murah hati, murah hati yang dimaksud ialah bersikap ramah, sopan santun, murah senyum, suka mengalah, namun tetap penuh tanggung jawab pada pada konsumen.
c) Seorang penjual juga perlu mendengarkan perasaan pembeli. Biarkan pelanggan berbicara dan dengarkanlah dengan saksama. Jangan sekali-kali menginterupsi pembicaraannya. Dengan demikian, kita akan menjadi orang yang lebih tenang karena tidak berkompetisi dengan pelanggan untuk memulai pembicaraan. Pelanggan akan merasa senang apabila seorang penjual mau mendengarkan kata-katanya dan tidak memotong pembicaraannya. Dengan mendengarkan pelanggan

berbicara, maka kita lebih berkonsentrasi untuk mengetahui kebutuhannya.[56]

4. Fathonah

Nilai dasarnya adalah memiliki pengetahuan yang luas, cekatan, terampil, memiliki strategi yang jitu. Nilai bisnisnya ialah cerdas, menguasai atau luas pengetahuannya mengenai barang dan jasa, selalu belajar, mencari pengetahuan. Dalam hal bisnis, fathonah dicerminkan dalam hal administrasi atau manajemen dagang, adalah pedagang harus mencatat atau membukukan setiap transaksinya secara rapi agar tetap bisa menjaga amanah.[57] Seperti yang telah dianjurkan di dalam al-Qur'an.

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ إِذَا تَدَايَنتُم بِدَيۡنٍ إِلَىٰٓ أَجَلٖ مُّسَمّٗى فَٱكۡتُبُوهُۚ
وَلۡيَكۡتُب بَّيۡنَكُمۡ كَاتِبُۢ بِٱلۡعَدۡلِۚ وَلَا يَأۡبَ كَاتِبٌ أَن يَكۡتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ ٱللَّهُۚ
فَلۡيَكۡتُبۡ وَلۡيُمۡلِلِ ٱلَّذِي عَلَيۡهِ ٱلۡحَقُّ وَلۡيَتَّقِ ٱللَّهَ رَبَّهُۥ وَلَا يَبۡخَسۡ مِنۡهُ شَيۡـٔٗاۚ
فَإِن كَانَ ٱلَّذِي عَلَيۡهِ ٱلۡحَقُّ سَفِيهًا أَوۡ ضَعِيفًا أَوۡ لَا يَسۡتَطِيعُ أَن يُمِلَّ هُوَ
فَلۡيُمۡلِلۡ وَلِيُّهُۥ بِٱلۡعَدۡلِۚ وَٱسۡتَشۡهِدُواْ شَهِيدَيۡنِ مِن رِّجَالِكُمۡۖ فَإِن لَّمۡ يَكُونَا
رَجُلَيۡنِ فَرَجُلٞ وَٱمۡرَأَتَانِ مِمَّن تَرۡضَوۡنَ مِنَ ٱلشُّهَدَآءِ أَن تَضِلَّ إِحۡدَىٰهُمَا
فَتُذَكِّرَ إِحۡدَىٰهُمَا ٱلۡأُخۡرَىٰۚ وَلَا يَأۡبَ ٱلشُّهَدَآءُ إِذَا مَا دُعُواْۚ وَلَا تَسۡـَٔمُوٓاْ أَن
تَكۡتُبُوهُ صَغِيرًا أَوۡ كَبِيرًا إِلَىٰٓ أَجَلِهِۦۚ ذَٰلِكُمۡ أَقۡسَطُ عِندَ ٱللَّهِ وَأَقۡوَمُ لِلشَّهَٰدَةِ

[56] Jenu Widjadja Tandjung, *Spiritual Selling How To Get And Keep Your Customers*, hal. 45.

[57] Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah...*, hal. 57.

وَأَدْنَىٰٓ أَلَّا تَرْتَابُوٓاْ ۖ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ
عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا ۗ وَأَشْهِدُوٓاْ إِذَا تَبَايَعْتُمْ ۚ وَلَا يُضَآرَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ
ۚ وَإِن تَفْعَلُواْ فَإِنَّهُۥ فُسُوقٌۢ بِكُمْ ۗ وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَ ۖ وَيُعَلِّمُكُمُ ٱللَّهُ ۗ وَٱللَّهُ بِكُلِّ
شَىْءٍ عَلِيمٌ ﴿٢٨٢﴾

Artinya:

> "Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, meka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya. jika yang berhutang itu orang yang lemah akalnya atau lemah (keadaannya) atau Dia sendiri tidak mampu mengimlakkan, Maka hendaklah walinya mengimlakkan dengan jujur. dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang-orang lelaki (di antaramu). jika tak ada dua oang lelaki, Maka (boleh) seorang lelaki dan dua orang perempuan dari saksi-saksi yang kamu ridhai, supaya jika seorang lupa Maka yang seorang mengingatkannya. janganlah saksi-saksi itu enggan (memberi keterangan) apabila mereka dipanggil; dan janganlah kamu jemu menulis hutang itu, baik kecil maupun besar sampai batas waktu membayarnya. yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah dan lebih menguatkan persaksian dan lebih dekat kepada tidak (menimbulkan) keraguanmu. (Tulislah mu'amalahmu itu), kecuali jika mu'amalah itu perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, Maka tidak ada dosa bagi kamu, (jika) kamu tidak menulisnya. dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli; dan janganlah penulis dan saksi saling sulit menyulitkan. jika kamu lakukan (yang demikian), Maka Sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada dirimu. dan bertakwalah kepada Allah; Allah mengajarmu; dan Allah Maha mengetahui segala sesuatu". (Q.S Al Baqarah: 282).[58]

D. Penelitian Terdahulu

Untuk mengetahui bahwa penelitian ini memiliki perbedaan substansi dengan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan perilaku pedagang dan etika

[58] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya* (Edisi Yang Disempurnakan), hal. 82.

bisnis Islam maka penelitian terdahulu perlu dilakukan, yang diantarana ialah sebagai berikut:

Penelitian Agam Santa Atmaja yang berjudul "Analisis Penerapan Etika Bisnis dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus Pada Pedagang Muslim di Pasar Kaliwungu Kendal)".[59] menjelaskan bahwa jumlah pedagang di pasar pagi Kaliwungu Kendal sebanyak 869 orang. Etika bisnis Islam relevan diterapkan pada setiap pedagang khususnya para pedagang di pasar pagi Kaliwungu Kendal, berdampak positif bukan hanya sebatas keuntungan bagi pedagang saja, akan tetapi berdampak pula pada para konsumen, supplier, dan produsen. Selain itu, Adanya dampak langsung penerapan etika berdagang dalam perspektif ekonomi Islam di pasar pagi Kaliwungu Kendal secara nyata terlihat dari para pedagang tetap mendapatkan keuntungan dengan menerapkan etika bisnis dalam usahanya.

Penelitian Fitri Amalia Implementasi "Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Bazar Madinah Depok".[60] Menyimpulkan bahwa segala hasil penelitian menunjukkan sebanyak 83% para pedagang di Bazar Madinah sudah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam menjalankan usahanya. Di dalam kegiatan produksi Hampir seluruh pedagang di Bazar Madinah, yakni sebesar 96% Untuk sistem harga, sebanyak 78% pedagang di Bazar Madinah sudah menerapkan sistem harga sesuai yang disyariahkan sudah menjalankan sesuai syariat Islam

---

[59] Agam Santa Atmaja, *Analisis Penerapan Etika Bisnis dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Muslim di Pasar Kaliwungu Kendal)*, (Skripsi IAIN Walisongo Semarang, 2014).

[60] Fitri Amalia, *Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Bazar Madinah Depok*, (Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2012).

serta tidak ditemukan persaingan yang tidak sehat antar pedagang. Selain itu, manajemen secara syariah Islam sudah diimplementasikan oleh sekitar 80% dari para pedagang di bazar madinah.

Skripsi Rifa Atun Nurul laily dengan judul "Etika Bisnis Pedagang Kaki Lima di Kawasan Universitas Negeri Yogyakarta".[61] Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Tujuan penelitian untuk mengetahui etika bisnis pedagang kaki lima di kawasan Universitas Negeri Yogyakarta. Etika bisnis pedagang kaki lima di kawasan Universitas Negeri Yogyakarta ditinjau dari prinsip ekonomi yang sudah dijalankan pedagang kaki lima mayoritas dalam kategori baik (80%), prinsip kejujuran yang sudah dijalankan pedagang kaki lima mayoritas dalam kategori baik (88,3%), sedangkan menurut konsumen prinsip kejujuran yang sudah dijalankan pedagang kaki lima mayoritas dalam kategori cukup baik (57%), prinsip tidak berniat jahat yang sudah dijalankan pedagang kaki lima mayoritas dalam kategori baik (81,7%), sedangkan menurut konsumen prinsip tidak berniat jahat yang sudah dijalankan pedagang kaki lima mayoritas dalam kategori cukup baik (55%), prinsip keadilan yang sudah dijalankan pedagang kaki lima mayoritas dalam kategori baik (85%), sedangkan menurut konsumen prinsip keadilan yang sudah dijalankan pedagang kaki lima mayoritas dalam kategori cukup baik (58%), dan prinsip hormat pada diri sendiri yang sudah dijalankan pedagang kaki lima mayoritas dalam kategori baik (90%), sedangkan menurut konsumen prinsip hormat pada diri sendiri yang sudah dijalankan pedagang kaki lima mayoritas dalam kategori cukup baik (55%).

---

[61] Rifa Atun Nurul laily, *Etika Bisnis Pedagang Kaki Lima di Kawasan Universitas Negeri Yogyakarta*, (Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta, 2012).

Eri Herzegovina Fansuri "Etika Bisnis Masyarakat Muslim Dalam Berdagang (Studi Pengawasan Aktivitas Ekonomi di Lingkungan Lembaga Pendidikan Pesantren)".[62] Para Pedagang di Pesantren Asshiddiqiyah Pusat ini belum sepenuhnya menjalankan etika bisnis sesuai syariat Islam. (81,82%) pedagang menjual makanan dan minuman yang halal, tapi masih adanya makanan dan minuman yang kurang sehat yang dijual di pesantren ini. (81,82%) pedagang disini sudah menjaga Kebersihan akan tempat berdagang dan alat-alat memasak. (81,82%) para pedagang di pesantren ini tidak mengambil keuntungan yang berlebihan dalam berjualan. Tetapi, aturan untuk tidak berjualan barang dagangan yang sama dengan pedagang yang lainnya, belum sepenuhnya dipatuhi oleh para pedagang.

Ahmad dahlan, "Penerapan Etika Jual Beli Dalam Islam Di Pasar Tradisional Air Tiris".[63] Etika jual beli dalam Islam diterapkan di pasar tradisional Air Tiris, antara lain yaitu: jujur dalam menyebutkan modal (65%), menjual semua barang yang halal 95%, menjual barang yang baik mutunya (65%), tidak membunyikan cacat barang (65%), tidak melakukan sumpah palsu (69%), longgar dan murah hati(61%), tidak menyaingi pedagang lain (66%), menepati janji (64%), mengeluarkan zakat (69%), tidak lalai dalam menjalankan perintah Allah (37%), mencatat jika ada yang berhutang (51%), amanah dalam berdagang (67%) ramah

[62] Eri Herzegovina Fansuri "Etika Bisnis Masyarakat Muslim Dalam Berdagang (Studi Pengawasan Aktivitas Ekonomi di Lingkungan Lembaga Pendidikan Pesantren)", *Skripsi* (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2014).

[63] Ahmad dahlan, "Penerapan Etika Jual Beli Dalam Islam Di Pasar Tradisional Air Tiris", *Tesis*, (Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, 2012)

dalam jual beli (64%), adil dalam berdagang (65%), dan sabar dalam berdagang (54%).

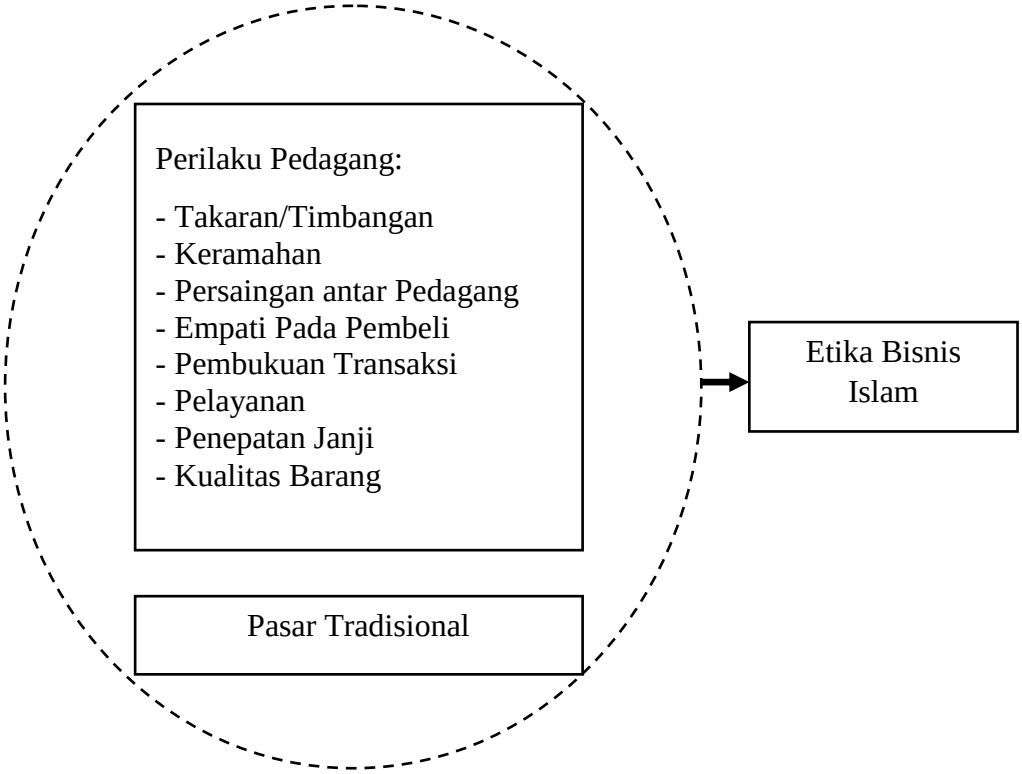
Nama Peneliti	Judul	Tema	Objek Penelitian	Hasil Penelitian
Agam Santa Atmaja	Analisis Penerapan Etika Bisnis dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus Pada Pedagang Muslim di Pasar Kaliwungu Kendal)	Penerapan Etika Bisnis Pedagang Muslim di Pasar Kaliwungu Kendal	Pasar Kaliwungu Kendal	80% menerapkan Etika Bisnis Islam
Fitri Amalia Implementasi	Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Bazar Madinah Depok	Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang Bazar	Bazar Madinah Depok	60% menerapkan etika bisnis Islam
Rifa Atun Nurul laily	Etika Bisnis Pedagang Kaki Lima di	Etika Bisnis Pedagang Kaki Lima	Pedagang Kaki Lima di Kawasan	80% menerapkan etika bisnis

	Kawasan Universitas Negeri Yogyakarta		Universitas Negeri Yogyakarta	Islam
Eri Herzegovina Fansuri	Etika Bisnis Masyarakat Muslim Dalam Berdagang (Studi Pengawasan Aktivitas Ekonomi di Lingkungan Lembaga Pendidikan Pesantren)	Etika Bisnis Masyarakat Muslim dalam Berdagang	Aktivitas Ekonomi di Lingkungan Lembaga Pendidikan Pesantren) Asshiddiqiyah Pusat	85% menerapkan etika bisnis Islam
Ahmad dahlan	Penerapan Etika Jual Beli Dalam Islam Di Pasar Tradisional Air Tiris	Penerapan Etika Jual Beli di Pasar	Di Pasar Tradisional Air Tiris	70% menerapkan etika bisnis Islam

Berdasarkan pemaparan penelitian di atas nampak adanya perbedaan dengan penelitian yang sekarang, perbedaan tersebut terletak pada tema pembahasan dan objek penelitian. Pada penelitian ini, perilaku pedagang menurut etika bisnis Islam yang meliputi prinsip siddiq, amanah, tabligh, fathonah. Sementara objek penelitian yaitu para pedagang di Pasar Tradisional Ngentrong Tulungagung. untuk persamaan dengan penelitian terdahulu yakni sama-sama meninjau dengan etika bisnis Islam.

E. Kerangka Berpikir

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu mengenai variabel pedagang dan pasar tradisional dalam Etika bisnis islam maka dapat dikembangkan dengan kerangka berpikir berikut ini.



Gambar 1.1: Kerangka Berpikir