

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

A. Penelitian Terdahulu

Menurut pengamatan peneliti, bahwa judul “ Religiusitas dan Implementasi Etika Bisnis Islam Pedagang di Pasar Batur Kabupaten Banjarnegara” belum ada yang meneliti. Namun setelah peneliti mencari hasil-hasil penelitian yang berkaitan dengan judul tersebut ditemukan beberapa skripsi dan jurnal yang mirip dengan penelitian ini.

1. Skripsi Aldo Robby Pradana (2016) Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, dengan judul “ *Pengaruh Religiusitas Terhadap Etika Bisnis Islam Pengusaha Brem Di Desa Kaliabu Kecamatan Mejayan Kabupaten Madiun*” penelitian ini menunjukkkn bahwa mayoritas pengusaha percaya dan yakin apabila ketaatan dan keimanan seseorang kepada Allah akan mempengaruhi bisni brem. Hasil penelitian ini diketahui bahwa nilai *adjusted R²* sebesar 31,1 persen yang berarti kelima dimensi dalam Variabel religiusitas dapat mewakili 31,1 persen variable yang mempengaruhi Etika bisnis islam. Dimensi Keyakinan dan dimensi pengetahuan Agama berpengaruh signifikan terhadap Etika Bisnis Islam sebsar 0,002 dan 0,018. Sedangkan dimensi praktik agama, dimensi pengalaman, dan dimensi pengamalan tidak signifikan terhadap Etika Bisnis Islam . Adapun perbedaan penelitian

ini dengan penelitian yang dilakukan penyusun adalah penyusun melakukan penelitiannya di Pasar Batur dan Pedagang diambil sebagai objek dari penelitiannya.

2. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol.15, No.1, Maret 2013, dengan judul “ *Pengaruh Religiusitas Terhadap Etika Berbisnis (Studi pada RM. Padang di Kota Malang)*” , Judul tersebut diteliti oleh Fauzan (2013) Dosen Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Kanjuruhan Malang, dengan jenis penelitian survei. Populasinya adalah para pemilik rumah makan, dan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Variabel dependen. Secara parsial, dimensi ritual/syari’ah dan konsekuensi/akhlaq berpengaruh positif dan signifikan terhadap etika berbisnis. Dimensi ideologi/akidah berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap etika berbisnis. Dimensi intelektual/ilmu berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap etika berbisnis. Dimensi religiusitas yang paling dominan mempengaruhi etika berbisnis adalah konsekuensi/akhlaq. Penelitian yang dilakukan oleh Fauzi ini percaya bahwa orang minang sejatinya teguh memegang nilai-nilai agama (islam) dan berpedoman pada adat yang bersandikan pada Kitab Allah (Alquran), hal ini sangat relevan dengan keadaan di kecamatan batur yang mayoritas beragama Islam dan berpedoman pada adat yang bersandikan pada kitab Allah pula. Perbedaan penelitian yang

dilakukan penulis dengan penelitian yang dilakukan oleh Fauzan yakni populasinya adalah pedagang di pasar batur.

3. Penelitian dengan judul “*Dimensi Religiusitas dan Pengaruhnya Terhadap Organizational Citizenship Behaviour*” dilakukan oleh dosen-dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman yakni Wahyudin, Larisa Pradisti, Sumarsono, dan Siti Zulaikha Wulandari. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Dimensi Religiusitas terhadap OCB dan menganalisis Dimensi Religiusitas yang paling berpengaruh terhadap OCB serta mengetahui kondisi religiusitas dan OCB di Unsoed dengan menggunakan teknik Analisis Regresi Linear Berganda, Uji elastisitas, sedangkan untuk mengetahui kondisi religiusitas dan OCB di Unsoed digunakan analisis Deskriptif Kualitatif. Hasil penelitian membuktikan bahwa Dimensi Religiusitas yaitu dimensi ritual (X1), dimensi ideologis (X2), dimensi intelektual (X3), dan dimensi pengalaman (X4) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap OCB, pengaruh variabel bebas yang paling besar terhadap OCB adalah dimensi konsekuensi (X5). Adapun perbedaan penelitian ini dengan yang dilakukan penyusun yakni penyusun menggunakan variabel dependen yang berbeda. Penyusun menggunakan variabel Etika bisnis Islam sedangkan penelitian ini menggunakan variabel *Organizational Citizenship Behaviour*.

4. Jurnal Ekonomi Modernisasi, Volume 5, nomor 2, Juni 2009. Dengan judul “*Pengaruh Religiusitas Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Alumni Dan Bukan Alumni Pesantren (Studi Pada Kantor Depag Kabupaten Bangkalan)*”. Judul tersebut diteliti oleh Fauzan Adhim Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Kanjuruhan Malang. Penelitian ini menggunakan model kuantitatif, dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner pada responden terpilih. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa dimensi keyakinan (akidah), dimensi pengamalan (akhlaq), dan dimensi pengamalan (penghayatan) berpengaruh secara signifikan terhadap prestasi kerja pegawai Kandepag Kabupaten Bangkalan. Sedangkan dimensi praktek agama (syariah), dan dimensi pengetahuan (ilmu) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap prestasi kerja. Prestasi kerja santri lebih tinggi daripada prestasi Kerja non santri. Demikian pula religiusitas, seorang santri lebih religius dari pada yang non santri. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penyusun yakni, variabel independen yang dipilih berbeda, penelitian ini memilih variabel prestasi kerja sedangkan penyusun menggunakan variabel Etika bisnis Islam.

B. Kerangka Teoritik

1. Religiusitas

a. Pengertian

Religiusitas merupakan inti kualitas hidup manusia, yang dimaknakan dengan rasa rindu, rasa ingin bersatu, dan rasa ingin bersama dengan sesuatu yang abstrak (Jabrohim, tt dalam Jalaludin,

2016: 293). Pengertian lain menyebutkan bahwa religiusitas adalah bentuk tingkah laku yang murni dibentuk dari kepercayaannya kepada suatu kegaiban atau alam gaib. (Jalaludin, 2016:293)

Menurut (Rizki, 2015) Religiusitas berasal dari kata *religiosity* yang bermakna keshalihan, pengabdian yang dalam kepada agama atau sebuah bentuk ketaatan manusia kepada Allah SWT yang mempunyai norma-norma untuk mengatur perilaku manusia tersebut dalam hubungan dengan tuhan, manusia lain maupun dengan lingkungannya. Tingkat religiusitas juga dapat dijelaskan sebuah ilmu pengetahuan yang dimiliki seseorang berhubungan dengan keyakinan dan dapat dituangkan dalam bentuk informasi khususnya ekonomi.

Aktivitas keagamaan bukan hanya berwujud pada saat seseorang melakukan ritual ibadah saja, tetapi juga didukung oleh kegiatan supranatural. Bukan hanya kegiatan yang tampak saja akan tetapi juga kegiatan yang tak tampak yang terjadi didalam hati seseorang. Menurut (Glock dan Stark dalam Harahab, 2016) berpendapat bahwa agama adalah sistem simbol. Sistem keyakinan, sistem perilaku, yang terlembagakan yang semuanya itu berpusat pada persoalan-persoalan yang dihayati sebagai suatu yang paling maknawi.

Religiusitas selalu berhubungan dengan tingkah laku beragama atau keagamaan. Maka dari itu, dalam pandangan glock dan stark religiusitas selalu menyangkut dengan banyak faktor, baik dari faktor

intern maupun faktor ekstrn. Menurut mereka religiusitas memiliki lima dimensi yakni : (Jalaluddin, 2016:139)

- 1) Dimensi keyakinan
- 2) Dimensi praktik agama
- 3) Dimensi pengalaman
- 4) Dimensi pengetahuan agama
- 5) Dimensi pengamalan

b. Dimensi Religiusitas

Pengembangan teknis analisis keberagamaan yang paling mudah yaitu dengan analisis dimensional. Adapun dimensi-dimensi yang diukur yakni dimensi ideologis (keyakinan), ritualis (praktik agama), eksperensial (pengalaman), intelektual (ilmu pengetahuan), dan konsekuensial (pengamalan). (Rakhmat, 2005:43)

- 1) *Religious practive (the ritualistic dimension)*/ Aspek Islam
Tingkat sejauh mana seseorang mengerjakan kewajiban ritual di dalam agamanya. Seperti shalat, zakat, puasa, haji, dan sebagainya.
- 2) *Religious belief (the ideological dimension)*/ Aspek Iman
Sejauh mana orang menerima hal-hal yang dogmatik didalam ajaran agamanya. Misalnya kepercayaan tentang adanya Tuhan, malaikat, kitabkitab, Nabi dan Rasul, hari kiamat, surga, neraka dll.

- 3) *Religious knowledge (the intellectual dimension)*/ Aspek Ilmu
Sejauh mana seseorang mengetahui tentang ajaran agamanya.
Hal ini berhubungan dengan aktivitas seseorang untuk mengetahui ajaran-ajaran dalam agamanya.
- 4) *Religious feeling (the experiential dimension)*/ Aspek Ikhlas
Dimensi yang terdiri dari perasaan dan pengalaman keagamaan yang pernah dirasakan dan dialami.
- 5) *Religious effect (the consequential dimension)*/ Aspek Amal
Dimensi yang mengukur sejauh mana perilaku seseorang dimotivasi oleh ajaran agamanya di dalam kehidupannya.

Religiusitas merupakan sebuah proses untuk mencari sebuah jalan kebenaran yang berhubungan dengan sesuatu yang sakral. Sedangkan menurut (Nasriah, 2015) religiusitas adalah tingkah laku manusia yang sepenuhnya dibentuk oleh kepercayaan kepada kegaiban atau alam gaib, yaitu kenyataan-kenyataan supra-empiris. Definisi lain menyebutkan bahwa religiusitas merupakan suatu bentuk hubungan manusia dengan penciptanya melalui ajaran agama yang sudah terinternalisasi dalam diri seseorang dan tercermin dalam sikap dan perilaku sehari-hari.

Agama adalah aspek penting dalam kehidupan manusia. Agama merupakan fenomena universal karena ditemukan di setiap masyarakat. Agama pada umumnya memberikan jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan yang sulit dijawab dan didekati dengan ilmu pengetahuan ilmiah. Pertanyaan-pertanyaan tersebut misalnya : mengapa manusia

berada di dunia, apa tujuan hidup manusia, mengapa manusia hidup kemudian mati, dan apa yang terjadi ketika manusia meninggal.

Agama terdiri atas seperangkat kepercayaan, simbol, dan ritual. Kepercayaan tersebut akan mengikat individu dan menjadi pedoman hidup bersama. (Haryanto, 2015 : 21)

2. Etika

a. Pengertian Etika

Menurut Said dalam Saleh (1995: 1-2) etika dipakai untuk kesesuaian yang berasal dari akal menjadi rasional. Ia membedakan dengan etik yang dipakai oleh ajaran kesesuaian yang diterima menurut ketentuan adat dan agama (bersifat faktual).

Etika berasal dari bahasa Yunani kuno, yakni ethos yang berarti kebiasaan, adat, akhlak, watak, perasaan, sikap, cara berpikir (Firmansyah, 2013).

Sedangkan menurut Rivai, Nurud dan Arfa (2012: 2) etika adalah suatu hal yang dilakukan dengan benar dan baik. tidak melakukan suatu keburukan tetapi melakukan sesuatu dengan moral dan penuh tanggung jawab.

b. Teori Etika

Menurut Sen dalam Harahab (2011:23) Perilaku manusia biasanya dipengaruhi oleh pertimbangan etika dan yang mempengaruhi tindakan manusia adalah aspek terpenting dalam etika.

Menurut Satyanugraha dan Keraf dalam Harahab (2011:24) etika dibagi menjadi 3 kelompok yakni :

- 1) Etika deskriptif (*descriptive ethics*), melihat secara kritis dan rasional fakta tentang sikap dan pola perilaku manusia yang telah membudaya, serta melihat apa yang ingin dicapai dalam hidup ini sebagai sesuatu yang bernilai baginya.
- 2) Etika Normatif (*normative ethics*), mencoba menetapkan berbagai sikap dan perilaku ideal yang seharusnya dimiliki manusia untuk mencapai kehidupan yang bernilai baginya. Etika normatif disebut juga *ethical Theory*.
- 3) Etika Meta (*meta ethics*), disebut juga *analytical ethics*, adalah bidang yang mempelajari lebih dalam tentang asumsi dan investigasi terhadap kebenaran atau ketidak benaran menurut ukuran moral.

Secara Teori Etika juga dibedakan menjadi beberapa jenis (Keraf dalam Harahab 2011:24-25)

- 1) Etika deontologi adalah kewajiban (*deontologi, duty*) manusia berbuat baik tanpa melihat proses, tujuan, dan akibat dari tindakanya. Jika seseorang telah melakukan kewajibanya, maka

seseorang tersebut dianggap baik secara moral. Yang harus diperhatikan adalah motivasi, niat, kemauan baik dari tindakanya, juka motivasinya baik maka tindakanya dianggap baik. Jika niat dan motivasinya hanya karena terpaksa bukan kemauan sendiri, maka tindakanya dianggap tidak baik. Terdapat tiga prinsip teori ini yang harus diketahui yaitu:

- a) Suatu tindakan dinilai bermoral jika dilakukan berdasarkan kewajiban.
 - b) Nilai moral bergantung pada kemauan baik pelakunya, jika bukan maka tidak dinilai bermoral.
 - c) Berdasarkan keduanya, setiap tindakan harus didasarkan pada hukum.
- 2) Etika teologi dalam teori ini yaitu suatu tindakan dinilai bermoral jika tujuan dan akibat dari tindakan itu baik. Ada dua bagian dari teori ini yaitu :
- a) Teori egoism, teori ini menganggap bahwa setiap tindakan seseorang pasti mempunyai tujuan (motivasi) untuk memajukan dirinya. Dengan didahulukan oleh kepentingan dari dirinya, setiap orang akan menjadi bersaing dan bekerja keras. Teori inilah yang akan menimbulkan adanya hedonisme dan konsumerisme saat seseorang sudah mendapatkan hasil yang banyak hingga melupakan kepentingan orang lain jadi dalam

teori ini tidak mungkin akan adanya pengorbanan untuk orang lain.

- b) Teori Utilitarisme disebut juga universalisme etis. Teori ini menilai bahwa baik-buruknya suatu tindakan dinilai dari manfaat, tujuan, atau dampak dari tindakan itu kepada banyak orang. John Stuart Mill menilai teori ini diukur dari upaya memberikan kebahagiaan dan menghindari hal menyakitkan bagi orang lain dan tujuan yang ingin dicapai dari teori ini adalah antara sesama manusia dapat hidup bersatu dan harmonis.

c. Etika dalam islam

Etika dalam islam merupakan buah dari keimanan, keislaman, dan ketakwaan yang didasarkan oleh keyakinan yang kuat pada Allah SWT. (Harahab, 2011 :70)

Dalam Al-Quran, etika disebut *Khuluq* (akhlak). Al-Quran juga menggunakan sejumlah istilah lain yang menggambarkan konsep kebaikan yaitu : *khair* (kebaikan), *birr* (kebenaran), *qist* (persamaan), *'adl* (kesetaraan dan keadilan), *haqq* (kebenaran dan kebaikan), *ma'ruf* (mengetahui dan menyetujui) dan takwa (ketakwaan). Dindakan terpuji yang disebut dengan *salihat* dan tindakan yang tercela disebut dengan *sayyi'at*. (Beekum dalam Rivai, Nurudin, dan Arfa, 2012 : 3)

(Menurut Sofyan S Harahab, 2011:71) Kandungan ajaran islam terdapat tiga golongan yaitu : Akidah (iman), syariat (Hukum), dan akhlak (etika). Akidah adalah asas dari sistem-sistem islam termasuk didalamnya sistem ekonomi. Dengan akidah, seseorang dapat memahami berbagai isu gaib tentang alam, manusia, kehidupan, alam sesudah mati, dan tujuan hidup. Akidah islami dibangun dari beberapa unsur yaitu:

- 1) Iman kepada Allah yang maha tinggi.
- 2) Manusia bukan hanya jasmani tetapi juga roh.
- 3) Manusia hanya hamba Allah, bukan hamba yang lainnya
- 4) Allah tidak akan membiarkan hambanya merasa kebingungan, Allah memberi petunjuk dan utusan untuk membimbingnya.
- 5) Muhammad SAW. Adalah penyempurna para Nabi dan Rosul sebelumnya, pemberi contoh teladan pelaksanaan syariatnya.
- 6) Fungsi manusia tidak hanya makan-minum atau mencari harta, tetapi beribadah kepadanya
- 7) Kematian bukan akhir perjalanan. Akhirat adalah kehidupan akhir yang kekal yang seharusnya menjadi tujuan utama manusia.

Syariat Islam diturunkan menjadi fikih yang merupakan tafsiran atau implementasi dari syariat. Golongan fikih ini dapat menjadi dua yakni:

- a) Ibadah yang mengatur hubungan makhluk dengan khalik (Allah SWT). Menurut (Qardhawi dalam Harahab 2011:72) bidang ini diatur oleh hukum yang tetap mengikat tidak akan mengalami perbedaan sekalipun mengalami perbedaan masa, tempat, lingkungan, keadaan, dan faktor lainnya.
- b) Muamalat yang mengatur hubungan antar makhluknya. Antara manusia dengan alam dan antara manusia dengan makhluk lainnya.

d. Prinsip-prinsip Etika

Menurut (Fauzan, 2013), prinsip-prinsip Etika diantaranya adalah :

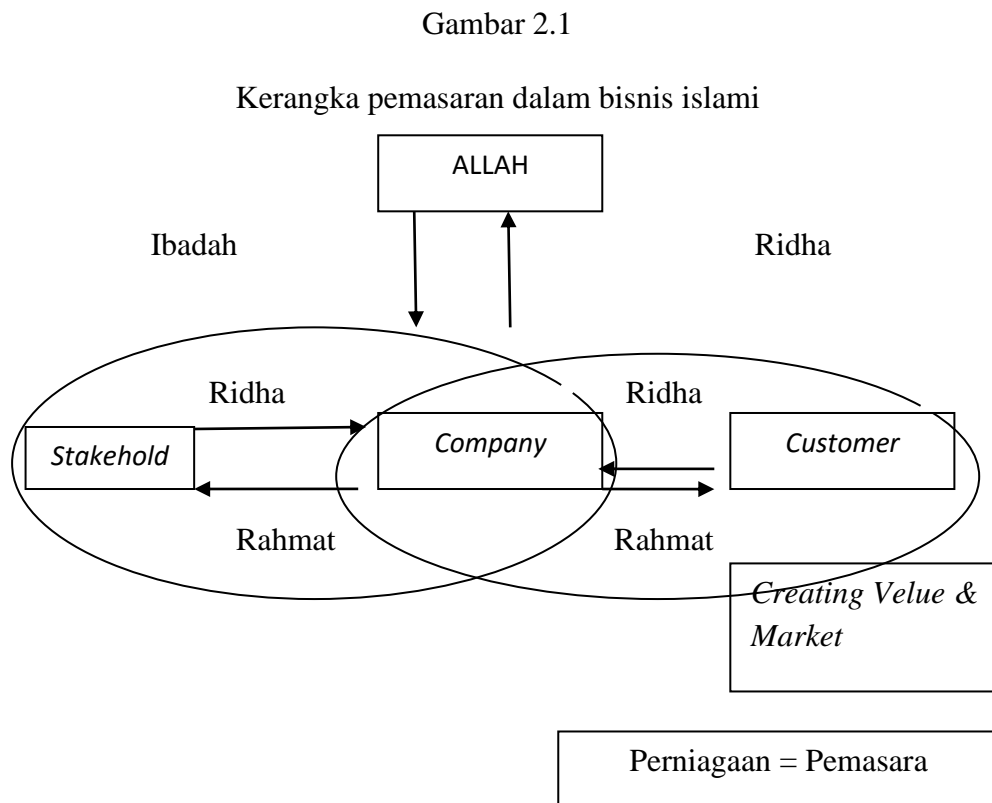
- 1) Prinsip keindahan (*beauty*). Prinsip keindahan mendasari segala sesuatu yang mencangkup penikmatan rasasenang terhadap keindahan.
- 2) Prinsip persamaan (*equity*). Hakekat manusia menghendaki adanya persamaan antara manusia yang satu dengan yang lain. Setiap manusia yang lahir memiliki hak dan kewajiban masing-masing yang pada ddasarnya adalah sama atau sederajat. Etika yang dilandasi dengan prinsip ini dapat menghilangkan perilaku diskriminatif (yang membeda bedakan) dalam berbagai aspek interaksi manusia.
- 3) Prinsip kebaikan (*goodness*). Prinsip ini sangat erat dengan hasrat dan cita-cita manusia. Apalagi orang menginginkan kebaikan dari suatu ilmu pengetahuan, maka seseorang akan

mengandalkan pada obyektivitas ilmiah, kemanfaatan, pengetahuan, rasionalitas dan sebagainya.

- 4) Prinsip keadilan (*justice*). Keadilan ini adalah kemauan yang tetap dan kekal untuk memberikan sesuatu apapun kepada setiap orang apa yang semestinya.
- 5) Prinsip kebebasan (*liberty*). Kebebasan dapat dirumuskan sebagai keleluasaan untuk bertindak atau tidak bertindak berdasarkan pilihan seseorang. Kebebasan ini muncul dari doktrin bahwa setiap orang memiliki hidupnya sendiri dan memiliki hak untuk bertindak sendiri kecuali jika pilihan tindakan tersebut melanggar dari kebebasan orang lain.
- 6) Prinsip kebenaran (*truth*). kebenaran mutlak dapat dibuktikan dengan keyakinan, bukan dengan sebuah fakta yang telaah oleh teologi dan ilmu agama. Kebenaran harus dapat ditunjukkan kepada masyarakat agar masyarakat yakin akan sebuah kebenaran tersebut. Perlu adanya penghubung antara kebenaran pemikiran dengan kenyataan atau kebenaran yang terbukti.

e. Etika dalam Fungsi pemasaran

Pemasaraan merupakan aktivitas perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan untuk menghasilkan transaksi pada target pasar, guna memenuhi kebutuhan manusia baik individu maupun kelompok dengan berdasar pada asas saling menguntungkan, mulai dari pemanfaatan produk, harga, promosi dan distribusi.



Sumber : Muhammad, 2000: 100

Gambar 2.1 diatas menjelaskan bahwa Etika bisnis Islami sangat mengedepankan rahmat dan ridha Allah. Dengan demikian aktivitas pemasaran harus didasari pada etika dalam bauran pemasarannya. Etika pemasaran dapat diklasifikasikan sebagai berikut : (Muhammad hal 100-101)

- 1) Etika Pemasaran dalam konteks produk
 - a) Produk yang halal dan *thoyyib*
 - b) Produk yang berguna dan dibutuhkan
 - c) Produk yang berpotensi ekonomi atau benefit
 - d) Produk yang bernilai tambah yang tinggi

- e) Dalam jumlah yang berskala ekonomi dan social
 - f) Produk yang dapat memuaskan masyarakat
- 2) Etika pemasaran dalam konteks Harga
- a) Beban biaya produksi yang wajar
 - b) Sebagai alat kompetisi yang sehat
 - c) Diukur dengan kemampuan daya beli masyarakat
 - d) Margin yang layak
 - e) Sebagai alat daya tarik konsumen
- 3) Etika pemasaran dalam konteks distribusi
- a) Kecepatan dan ketepatan waktu
 - b) Keamanan dan kebutuhan barang
 - c) Sarana kompetisi memberikan pelayanan kepada masyarakat
 - d) Konsumen mendapat pelayanan yang tepat dan cepat
- 4) Etika pemasaran dalam konteks Promosi
- a) Sarana memperkenalkan barang
 - b) Informasi kegunaan dan kualifikasi barang
 - c) Sarana daya tarik barang terhadap konsumen
 - d) Informasi fakta yang diopang dengan kejujuran

3. Bisnis Islam

Setiap manusia memerlukan harta untuk mencukupi kebutuhan hidupnya. Oleh karena itu, manusia akan selalu berusaha untuk mendapatkan harta kekayaan tersebut. salah satu usaha untuk mendapatkan harta tersebut dengan cara berdagang atau bisnis. Islam

mewajibkan setiap muslim (khususnya) mempunyai tanggung jawab untuk bekerja. Karena bekerja adalah salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia mencari nafkah (rezeki). (Rivai, Nuruddin, dan Arfa, 2013:13). firman Allah yang melapangkan bumi dan seisinya dengan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan manusia untuk mencari rezeki, seperti Surah Al-Mulk ayat 15 :

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمْ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَأَمْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ ۗ

”Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, Maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezki-Nya”.

Selanjutnya firman Allah dalam Surah Al-A’raf ayat 10 :

وَلَقَدْ مَكَّنَّاكُمْ فِي الْأَرْضِ وَجَعَلْنَا لَكُمْ فِيهَا مَعِيشًا ۗ

”Sesungguhnya Kami telah menempatkan kamu sekalian di muka bumi dan Kami adakan bagimu di muka bumi (sumber) penghidupan.”

Demikian juga Firman-nya dalam Surah Hud ayat 61 :

هُوَ أَنشَأَكُم مِّنَ الْأَرْضِ وَاسْتَعْمَرَكُمْ فِيهَا ۗ

“Dia telah menciptakan kamu dari bumi (tanah) dan menjadikan kamu pemakmurnya.”

Disamping dianjurkan dalam mencari rizki, islam sangat menekankan dan mewajibkan kehalalan, baik dari segi perolehan maupun dari penggunaannya (pengolahan dan pembelanjanya). Sebagaimana Hadis Rasul : *“kedua telapak kaki anak Adam di hari Kiamat masih belum beranjak sebelum ditanya kepadanya lima perkara ; tentang umurnya, apa yang dilakukannya, tentang masa*

mudanya, apa yang dilakukanya, tentang hartanya, darimana diperolehnya dan untuk apa dibelanjakanya, dan tentang ilmunya, apa yang dia kerjakan dengan ilmunya.” (HR. Ahmad)

Etika bisnis yaitu studi yang dikhususkan pada moral yang benar dan salah. Studi tersebut menitik beratkan pada standar moral, sebagaimana diterapkan pada kebijakan, institusi, dan pelaku bisnis untuk memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa. (Rivai, Nurudin, dan Arfa, 2012 : 4)

Sedangkan dalam islam, Etika adalah akhlak seorang muslim dalam melakukan semua kegiatan termasuk dalam bisnis atau muamalat. Dengan ini, jika ingin selamat dunia dan akhirat, seorang pebisnis harus mempunyai Etika dan mempraktikkan dalam aktivitas bisnisnya.

Menurut Harahab (2011: 102) Etika bisnis dapat ditinjau dari sisi etika pendirian perusahaan, etika manajemen, etika produksi, etika marketing, dan etika sirkulasi purnajual (pelayanan lebih lanjut setelah transaksi). Berikut ini adalah bentuk etika bisnis ditinjau dari sudut kelembagaan dan motivasi pendirian yang umum :

1) Umum

- a) Tetap memegang akidah dan syariat islam.
- b) Ekonomi bukan satu-satunya tujuan, harus selalu seimbang dengan aspek lain.
- c) Perusahaan sebagai institusi mukalaf.
- d) Kegiatan bisnis dijadikan sebagai bagian dari ibadah sesuai dengan konsep syariat.
- e) Tidak melakukan praktik riba dalam bentuk apapun, termasuk transaksi yang belum pasti, spekulasi, dan judi (*gharar, maysir*).
- f) Selalu berusaha untuk mengangkat harkat hidup orang miskin.

2) Lembaga

- a) Hanya mendirikan bisnis dengan niat karena Allah.
- b) Menjalankan semua kegiatan bisnisnya sesuai syariat.
- c) Menjadikan perusahaan sebagai bagian dari fungsi *amar makruf nahi munkar* demi kemaslahatan umat.

Jadikan perusahaan yang juga berfungsi sosial sesuai ketentuan syariat

4. Larangan dalam bisnis islami

Dalam *ushul fiqh*, pada dasarnya semua kegiatan muamalat itu boleh, kecuali yang secara jelas dilarang oleh Allah SWT. Dalam Alquran telah disebutkan beberapa larangan dalam bisnis, yakni : (Harahab, 2011: 135-136)

- 1) Tidak boleh mengambil hak orang lain secara batil.
- 2) Jangan melakukan riba
- 3) Melakukan jual beli saat khatib naik mimbar
- 4) Melakukan kegiatan perjudian
- 5) Melakukan bisnis yang dilarang agama
- 6) Melakukan berbagai kecurangan dalam berbagai bentuk misalnya curang dalam timbangan, mutu, iklan, dan sebagainya.
- 7) Melakukan bisnis secara *gharar dan maysir*.
- 8) Melakukan kegiatan pemborosan.

Dalam fikih, dikenal juga beberapa pedoman yang dapat dijadikan acuan untuk menentukan halal haramnya suatu kegiatan bisnis misalnya :

- a. Bisnis harus memudahkan bukan menyulitkan
- b. Melaksanakan *amar makruf* (mengajak pada yang baik) dan *nahi munkar* (menghindari hal yang tidak baik)
- c. Mengutamakan pencegahan yang baik daripada mengajak pada kebaikan.
- d. Sesuatu yang diperlukan untuk melaksanakan yang baik (wajib, sunah) maka hukumnya juga baik (wajib, sunah)
- e. Memilih mudharat yang lebih kecil untuk menghindari mudharat yang besar.

f. Meninggalkan hal-hal yang meraguka

5. Jual Beli atau Perdagangan

a. Pengertian

Perdagangan dalam istilah *fiqh* diebut *al-ba'i* yang berarti menjual atau mengganti atau menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain melalui ijab dan kabul, atau juga boleh melalui saling memberikan barang dan harga dari penjual dan pembeli sesuai kesepakatan dengan dasar suka sama suka .

b. Dasar hukum jual Beli

Dasar hukum Jual beli menurut pada ulama *fiqh* adalah mubah (boleh) sebagaimana disebutkan dalam Al-Qur'an, yang berbicara tentang jual beli antara lain:

1) Surat al-Baqarah ayat 275 :

□ أَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ...

”Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”

2) Surat al-Baqarah ayat 198 :

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ ... ﴿١٩٨﴾

“Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rizki hasil perniagaan) dari Tuhanmu”

3) Surat an-Nisa' ayat 29

إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنكُمْ ... ﴿٢٩﴾

“..Kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu..”

Dari kandungan ayat-ayat diatas , para ulama *fiqh* menyatakan bahwa hukum asal dari jual beli adalah mubah (boleh).

c. Manfaat dan Hikmah jual Beli

Menurut (Ghazaly, Ihsan, dan Shidiq, 2010:87-89) hikmah jual beli yakni untuk memenuhi kebutuhan hidup seseorang, seperti sandang, pangan dan papan. Maka dari itu manusia dituntut untuk saling berhubungan satu sama lain. Dalam hubungan ini seseorang memberikan apa yang dia miliki untuk kemudian ia peroleh sesuatu yang berguna dari orang lain sesuai kebutuhannya masing-masing.

Adapun manfaat dari jual beli antara lain:

1. Jual beli dapat menata struktur kehidupan ekonomi masyarakat yang menghargai hak milik orang lain.
2. Antara penjual dan pembeli dapat memenuhi kebutuhan masing-masing atas dasar suka sama suka atau kerelaan.
3. Kepuasan masing-masing pihak. Penjual melepas barang dan mendapatkan uang (laba), sedangkan pembeli memberikan uang dan menerima barang yang dibutuhkannya.
4. Menjauhkan diri dari memakan dan memiliki barang yang haram (batil)
5. Penjual dan pembeli mendapat rahmat dari Allah swt.
6. Menumbuhkan ketentraman dan kebahagiaan.

d. Larangan dalam Jual Beli

Menurut (Harahab, 2011:137) hal-hal yang dilarang dalam jual beli dikemukakan sebagai berikut :

- 1) Menjual dan membeli barang yang tidak dapat dihitung pada waktu penyerahan secara *syara'* dan rasa. Karena jual beli seperti ini termasuk dalam *gharar* (penipuan). Dijelaskan dalam hadis yang diriwayatkan oleh Ahmad dari Ibnu

Mas'ud r.a., “janganlah kalian membeli ikan yang berada di dalam air, sesungguhnya yang demikian itu penipuan.”

- 2) Jual beli dengan batil. Dijelaskan dengan Al-Qur'an surat (An-Nisaa': 29) menyebutkan,

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

”Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu”

- 3) Jual beli *mudhtar* (terpaksa), dalam hal ini orang yang menjual barang dengan harga dibawah standar karena terpaksa (karena berutang/mencukupi kebutuhannya), maka jual beli ini tidak sampai dilarang, hanya *makruh*. Dalam sebuah atsar, perkataan Ali r.a., “aka datang suatu masa, sebagian orang beruang menggigit apa yang ada di tangannya, suatu perbuatan yang tak pernah diperintahkan.”
- 4) Jual beli sandiwara atau *Taji'ah*
- Jika seseorang takut akan kezaliman orang lain terhadap hartanya, kemudian menjual hartanya unruk menghindari gangguan si zalim, dan melakukan akad jual beli dengan mengikuti ketentuan yang berlaku baik syarat maupun rukun, jual beli seperti ini tidak sah hukumnya karena kedua belah pihak tidak bermaksud melakukan jual beli, hanya bersandiwara.
- 5) Banyak bersumpah dalam jual beli

Rasulullah bersabda yang diriwayatkan Imam Bukhari dan lainnya dari Abu Hurairah, “*Sumpah itu melariskan barang dagangan tetapi menghapus keberkahannya.*”

6) Jual beli di Masjid

Rasulullah bersabda “ *jika kamu melihat orang yang melakukan jual beli di masjid maka katakanlah : semoga Allah tidak akan memberikan untung dari perdagangannya*”

7) Jual beli saat azan Jumat

Dalam Al-Quran disebutkan (Qs Al- Jum’uah : 9)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا نُودِيَ لِلصَّلَاةِ مِنْ يَوْمِ الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْا إِلَىٰ ذِكْرِ اللَّهِ وَذَرُوا الْبَيْعَ
ذَٰلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿٩﴾

“*Hai orang-orang beriman, apabila diseru untuk menunaikan shalat Jum’at, Maka bersegeralah kamu kepada mengingat Allah dan tinggalkanlah jual beli yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui*”.

8) Menimbun barang

HR. Abu Dawud, At-Tirmizi, dan Muslim dari Muammar, *“siapa yang melakukan penimbunan, ia dianggap bersalah”*

9) Menyembunyikan cacat

HR. Ibnu Majah, Daruquthni, Al-Hakim, dan Ath-Thabrani, *“Seorang muslim adalah saudara orang muslim dan tidak halal bagi seorang muslim jika menjual barang cacat kecuali ia jelaskan. “siapa yang menipu kami, maka bukan termasuk golongan kami.”*

10) Mencegat kafilah (pembeli dan penjual) di jalan

HR Abu Hurairah dan Muslim, *“janganlah kamu mencegat kafilah yang membawa dagangan di jalan, siapa yang melakukan itu dan membelinya, jika (kafilah) tersebut tiba dipasar, ia boleh boleh berkhiar.”*

11) Tanajusy (berbisik)

berbisik dikategorikan sebagai curang, yaitu menaikkan harga dengan memasang orang yang berpura-pura ingin membeli.

12) Jual beli kredit dengan penambahan harga yang dikelompokkan sebagai tindakan riba.

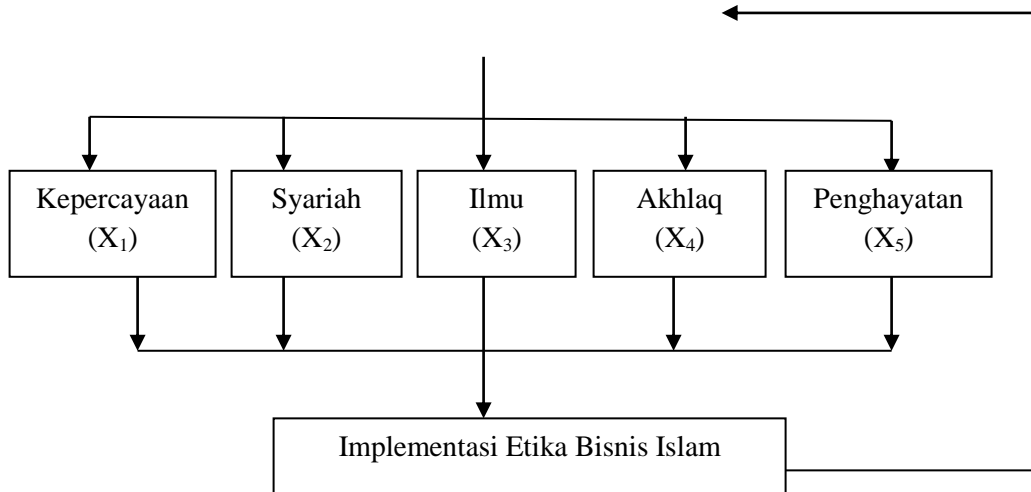
C. Kerangka Teoritik dan Hipotesis

Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah, dan teori teori pada tinjauan pustaka dapat disusun kerangka teoritik untuk menganalisis dampak dari Religiusitas terhadap etika bisnis islam pedagang di pasar batur. Adapun variabel yang digunakan dari Religiusitas yaitu : dimensi aqidah/keyakinan (X_1), syariah/praktik agama(X_2), ilmu pengetahuan (X_3) , akhlaq (X_4) , dan penghayatan (X_5) akan diteliti bagaimana dampaknya atau pengaruhnya terhadap Implementasi Etika Bisnis Islam pedagang di pasar Batur.

1. Kerangka Berfikir

Adapun kerangka konseptual **Religiusitas dan Implementasi Etika Bisnis Islam Pedagang di Pasar Batur Kabupaten Banjarnegara**, sebagai berikut :

Religiusitas



Gambar 2.2 Kerangka Konsep Penelitian

2. Hipotesis

H_1 : Religiusitas berupa dimensi Kepercayaan, Syariah, Ilmu, Akhlaq, dan Penghayatan berpengaruh terhadap Implementasi Etika Bisnis Islam pada pedagang di Pasar Batur.

H_2 : Diantara dimensi Religiusitas, Variabel Kepercayaan adalah variabel yang dominan berpengaruh terhadap Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang di Pasar Batur.

D. Definisi Oprasional Variabel

1. Variabel Bebas

- a. Dimensi Aqidah (X_1) adalah dimensi yang menunjukkan seberapa besar keyakinan yang dimiliki para pedagang Pasar Batur kepada kebenaran ajaran-ajaran agama, terutama terhadap ajaran-ajaran yang bersifat fundamental dan dogmatik.
 - a) Keyakinan kepada Allah SWT
 - b) Keyakinan kepada Malaikat-malaikat Allah
 - c) Keyakinan Kepada Rasul
 - d) Keyakinan kepada kitab Allah
 - e) Keyakinan adanya surga dan neraka
 - f) Keyakinan kepada Qadha dan Qadar
- b. Dimensi Syariah (X_2) adalah dimensi yang menunjukkan seberapa besar tingkat kepatuhan untuk mengerjakan kegiatan-kegiatan ritual agama seorang muslim dalam hal ini para pedagang di Pasar Batur sesuai dengan perintah Allah.
 - a) Syahadat
 - b) Melakukan Sholat
 - c) Menunaikan zakat
 - d) Berpuasa
 - e) Melaksanakan Haji
- c. Dimensi Pengetahuan Agama (X_3) adalah dimensi yang menunjukkan seberapa besar tingkat pengetahuan/ilmu seorang muslim terutama mengenai ajaran pokok agama islam.
 - a) Pengetahuan Tentang Ibadah

- b) Pengetahuan tentang Muamalah
 - d. Dimensi Akhlaq (X_4) adalah dimensi yang menunjuk pada seberapa besar tingkat perilaku seorang muslim yang dimotivasi oleh agamanya yang berhubungan dengan manusia lain dan lingkungan.
 - a) Sidik
 - b) Amanah
 - c) Tabligh
 - d) Fathonah
 - e. Dimensi Penghayatan (X_5)
 - a) Berhubungan dengan perasaan-perasaan dan pengalaman keagamaan
2. Variabel Terikat, Etika bisnis (Y) diartikan sebagai nilai-nilai dan norma-norma moral yang menjadi pegangan bagi seorang atau kelompok dalam mengatur tingkah laku (Bertens dalam Fauzan,2013)
- a. Implementasi Etika Bisnis Islam
 - 1) Etika Usaha
 - a) Niat
 - b) Tidak melalaikan kewajiban kepada Allah
 - c) Suka sama suka
 - d) Berlandaskan pada akhlak dan mental yang baik
 - e) Tidak berbuat curang
 - f) Objek usaha harus yang halal
 - 2) Pelayanan kepada konsumen
 - a) Cara berpakaian

- b) Ramah dan sopan dalam melayani pelanggan atau pembeli
- 3) Hubungan antar pedagang
- a) Kerjasama antar pedagang
 - b) Selektif dalam memilih rekan bisnis