

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Pustaka

Berikut ini adalah merupakan hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik penelitian penulis.

Tabel 2. 1 Tinjauan Pustaka

No	Penelitian terdahulu	Jenis penelitian	Hasil	Perbedaan
1	Leli Rosiyana, 2017 “Implementasi Etika Bisnis Islam Guna Membangun Bisnis Islami (Studi kasus pada Waroeng Steak and Shake)”. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol 53 No. 1, 2017	Kualitatif	Implementasi Etika Bisnis Isla guna <i>membangun</i> bisnis yang islami pada Waroeng Steak and Shake cabang Malang telah di terapkan sesuai dengan konsep Etika Bisnis, yaitu dengan menjalankan jual beli secara ma,ruf	Pada penelitian Leli Rosiyana meneliti terkait Implementasi <i>etika</i> bisnis Islam untuk membangun bisnisyang Islami, akan tetapi pada penelitian penulis meneliti tentang pengaruh pengetahuan etika bisnis Islam terhadap pedagang muslim
2	Muhammad Farid dan Amilatuz Zahro, 2015 “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dala Perdagangan Sapi Di Pasar Hewan Pasirian” Jurnal Iqtishoduna Vol. 6 No. 2, 2015	Deskriptif Kualitatif	Penerapan etika bisnis oleh pedagang sapi dala konteks kejujuran masih kurang, dikarenakan minimnya penegtahuan Islam dan pemahaman bahwa <i>bisnis</i> hanya untuk mencari materi semata. Selain itu penerapan akad sudah sesuai dengan Isla dan janji pembayaran hutang sudah baik.	Penelitian yang di lakukan oleh Muhammad Farid dan Amilatuz zahro menekankan hanya pada <i>proses</i> perdagangan sapi di pasar hewan pasirian. Obyek bisnis merupakan makhluk hidup sehingga tidak ada ketentuan kandungan hahal maupun haram. akan tetapi pada penelitian penulis

				meneliti tentang pengaruh pengetahuan etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang muslim
3	Nur Fatwana Sari, 2016 <i>“Etika Ekonomi Islam Dalam Membangun Pasar Sehat (Studi Pemikiran Muhammad Dawam Rahardjo)”</i> Skripsi Fakultas Agama Isla Prodi Muamalat, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.	Kualitatif	Dalam ekonomi sosial hukum berfungsi melindungi pasar, akan tetapi dala ekonomi Isla pasarlah yang didasarkan pada nilai-nilai moral. Menurut pemikiran Dawam Rahadjo etika ekonomi Islam lebih menjurus terhadap moral ekonomi dibandingkan dengan kegiatan ekonominya.	Dalam penelitian Fatwan Sari hanya mengkaji teori dari pemikiran Dawam Rahardjo dan tidak meninjau keadaan pasar secara langsung. Akan tetapi pada penelitian penulis langsung meninjau pengetahuan etika bisnis Isla terhadap perilaku pedagang muslim .
4	Emi Rosidah, 2014. <i>“Pengaruh Persaingan Usaha dan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pengusaha Muslim di Desa Kureksari Waru Sidoarjo”</i> .	Kuantitatif	Penelitian ini menunjukkan bahwa persaingan usaha dan etika bisnis Islam berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengusaha baik secara persial maupun simultan.	Perbedaan dengan penelitian ini adalah terletak pada indikator yang digunakan.
5	Ahmad Faiz, 2017. <i>“Pengaruh Tingkat Keagamaan terhadap Perilaku Pedagang di Pasar Kebayoran Lama Jakarta Selatan”</i>	Kualitatif	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial yang berpengaruh terhadap perilaku Pedagang dari dimensi keagamaan adalah dimensi aqidah, ibadah , dimensi ilmu dan dimensi penghayatan. Sedangkan secara simultan variabel dimensi aqidah, ibadah, dimensi akhlak, dimensi ilmu dan dimensi penghayatan berpengaruh terhadap perilaku Pedagang.	Pebedaan pada penelitian ini adalah terletak pada populasi dan sampel penelitian dan lokasi penelitian.

6	Zuni Lestari, 2015 .“ <i>Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Anggota (Studi pada BMT Kube Sejahtera Sleman)</i> ”	Kuantitatif	Hasil penelitian ini <i>menunjukkan</i> bahwa secara persial variabel ihsan dan transparansi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan anggota.	Perbedaan dala penelitian ini adalah terletak pada indikator yang di gunakan dan lokasi penelitian.
7	Fitri Amalia, 2016 “ <i>Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang di Bazar Madinah Depok</i> ”	Kualitatif	Islam menempatkan bisnis sebagai cara terbaik untuk mendapatkan harta. Dikarenakan segala kegiatan bisnis harus dilakukan dengan cara-cara yang terbaikdengan tidak melakukan kecurangan, penipuan, riba dan tindakan kezaliman lainnya. Kesadaran terhadap pentingnya etika dala bisnis merupakan kesadaran tentang diri sendiri dala melihat dirinya sendiri ketika berhadapan hal baik dan buruk, halal dan haram. Etika bisnis Isla juga diterapkan pada para pedagang sehingga apa yang dijual bukan semata-mata untuk mendapatkan keuntungan sebagai tujuan duniawi saja melainkan juga mendapatkan keberkahan dan keridhaan dari Allah SWT atas apa yang dilakukan.	Perbedaan dari peneliti ini adalah lokasi penelitian dan pada penelitian Fitri Amalia mengacu kepada Implementasi Etika Bisnis Islam, sedangkan dalam penelitian penulis buat mengacu pada pengetahuan Etika Bisnis Isla pada Pedagang Mulsim.

8	<p>Fauzan Ida Nuryana, 2014 “ Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek H.Salmet di kota Malang” jurnal Modernisasi Vol. 10 No. 1, 2014</p>	<p>kualitatif</p>	<p>Keadilan dalam etika bisnis tidak berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Kejujuran berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Kepercayaan juga berpengaruh kepada kepuasan pelanggan. Penerapan etika bisnis dalam sebuah aktivitas bisnis memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.</p>	<p>Perbedaan pada penelitian ini adalah bahwa pada penelitian Fauzan Ida Nurani memfokuskan tentang Pengaruh Penerapan Etika bisnis terhadap kepuasan pelanggan sedangkan pada peneliti yang penulis lakukan adalah memfokuskan pada pengaruh pengetahuan etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang musim.</p>
9	<p>Desy Astrid Anindya, 2017. ” Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pada Wirausaha di Desa Delitua Kecamatan Delitua” Jurnal Ekonomi Vol. II, No. 2 2017</p>	<p>Kuantitatif</p>	<p>Etika bisnis Islam mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keuntungan usaha (Laba) pada wirausaha di Delitua Kecamatan Delitua</p>	<p>Perbedaan pada penelitian ini adalah bahwa penelitian Desy Astrid Anindya membahas apakah Etika bisnis Islam berpengaruh pada keuntungan usaha. Perbedaan pada penelitian yang penulis lakukan adalah penulis melakukan penelitian terkait dengan pengaruh pengetahuan etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang muslim.</p>

10	Elida Elfi Barus dan Nuraini, 2016. “ <i>Implementasi Etika Bisnis Islam (studi Pada Rumah Makan Wong Solo Medan)</i> ”. Jurnal Prespektif Ekonomi Darussalam. Vol 2. No.2 2016	Kualitatif	Implementasi etika bisnis Islam pada rumah makan wong Solo sudah diterapkan dengan cukup baik, dapat dilihat bahwa rumah makan wong Solo mewajibkan karyawannya menggunakan pakaian muslim, mengikuti pengajian rutin dan juga memberikan pelayanan terbaik kepada para pelanggan. Dan dari segi produk mereka selalu menggunakan produk halal dan dari segi kepemimpinan mereka memilih pemimpin yang muslim.	Perbedaan dalam penelitian dari Elida dan Nurani membahas tentang Implementasi Etika Bisnis Islam di rumah makan dan pada peneliti yang peneli tulis yaitu pengaruh pengetahuan etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang muslim di Pasar.
----	---	------------	--	--

B. Landasan Teori

1. Pengertian Etika Bisnis

Sering kali istilah “etika dan moral” dipergunakan secara bergantian untuk maksud yang sama. Etika berasal dari bahasa latin yaitu “*etos*” yang berarti kebiasaan. Sinonimnya yaitu moral juga berasal dari bahasa yang sama yaitu “*mores*” yang berarti kebiasaan. Sedangkan bahasa arabnya adalah akhlak, bentuk jamak dari mufradnya “*khuluq*” artinya pekerti. Keduanya bisa diartikan sebagai kebiasaan atau adat istiadat (*custom* atau *mores*), yang menunjuk kepada perilaku manusia itu sendiri, tindakan atau sikap yang dianggap benar atau baik. (Hasan, 2009: 171)

Akhlak diartikan sebagai ilmu yang menentukan batas antara baik dan buruk, antara yang terpuji dan tercela dan tentang perkataan atau

perbuatan manusia lahir dan batin.(Djakfar, 2012: 31) Sementara itu, moral diterjemahkan dengan susila, yaitu perilaku yang sesuai dengan pandangan umum, yang baik dan wajar, yang meliputi kesatuan sosial dan lingkungan tertentu. Oleh karena itu, moral yaitu tindakan manusia yang sesuai dengan ukuran yang diterima oleh umum, sehingga tolok ukurnya adalah kebiasaan yang berlaku. Seseorang dikatakan *amoral* jika berperilaku berseberangan dengan kebiasaan perilaku di sebuah tempat. Ukuran moral bisa bersifat lokal sehingga tidak sama antara satu tempat dengan yang lain.(Djakfar, 2012: 14)

Adapun istilah etika, secara teoritis dapat dibedakan ke dalam dua pengertian. *Pertama*, etika berasal dari bahasa Yunani *ethos* yang berarti adat istiadat atau kebiasaan. Dalam pengertian ini bahwa etika itu berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun pada suatu kelompok ataupun masyarakat yang diwariskan dari satu orang ke orang lain atau dari satu generasi ke generasi yang lain. Kebiasaan inilah terungkap dalam perilaku berpola yang terus berulang sebagai sebuah kebiasaan.

Nilai etik, moral, atau akhlak adalah nilai-nilai yang mendorong manusia untuk menjadi pribadi yang utuh seperti kejujuran, kebenaran, keadilan, kemerdekaan, kebahagiaan dan cinta kasih. Apabila nilai etik ini dilaksanakan akan menyempurnakan hakikat manusia seutuhnya. Setiap orang boleh mempunyai seperangkat pengetahuan tentang nilai, tetapi pengetahuan yang mengarahkan dan mengendalikan perilaku orang Islam

hanya ada dua yaitu Al Qur'an dan Hadis sebagai sumber segala nilai dan pedoman dalam setiap sendi kehidupan, termasuk juga dalam bisnis. Dua acuan inilah yang dapat menjadi pengendali dari perbuatan-perbuatan yang tidak terpuji dalam praktik-praktik bisnis, dengan berpegang teguh kepada dua sumber tersebut maka setiap orang akan terdorong kepada perbuatan baik. Perbuatan baik yaitu perbuatan yang mengandung kriteria kebaikan yang dicintai Islam dan Islam menganjurkan untuk melakukannya. Sedangkan perbuatan buruk adalah perbuatan yang mengandung kriteria-kriteria buruk sebagai sesuatu yang dilarang oleh Islam untuk dilaksanakan. (Hasan, 2009: 189)

Menurut Johon Arifin (2009: 13) terdapat dua macam etika yaitu etika deskriptif dan etika normatif .

- a. Etika deskriptif adalah mencoba melihat secara kritis dan rasional fakta mengenai sikap dan pola perilaku manusia yang sudah membudaya, serta apa yang ingin dicapainya dalam hidup ini sebagai suatu yang bernilai bagi dirinya.
- b. Etika normatif adalah mencoba menetapkan berbagai sikap dan pola perilaku ideal yang seharusnya dimiliki oleh manusia untuk menuntun dan mencapai kehidupan yang bernilai bagi hidupnya disebut juga etika teori.

Sementara itu, bisnis memiliki pengertian yang sangat luas. Aktifitas bisnis bukan saja kegiatan dalam rangka menghasilkan barang dan jasa, tetapi juga termasuk kegiatan mendistribusikan barang dan jasa tersebut ke

pihak-pihak yang memerlukan serta aktivitas lain yang mendukung kegiatan produksi dan distribusi tersebut.(Ardana, 2014: 76) Dengan demikian, etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komit dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat dan baik juga. (Faisal Badroen, 2006: 15)

2. Etika Bisnis Dalam Prespektif Islam

Etika Bisnis Islam yaitu menyangkut “*Business Firm*” atau “*Business Person*”, yang mempunyai arti yang bermacam –macam. Berbisnis yakni suatu usaha yang menguntungkan. Jadi, etika bisnis Islam yaitu pembelajaran tentang seseorang atau sekelompok melakukan kegiatan usaha atau kontak bisnis dan saling menguntungkan sesuai dengan aturan-aturan ajaran Islam. (Aziz, 2013: 53)

Sistem etika Islam secara umum memiliki perbedaan mendasar dibanding sistem etika barat. Pemaparan pemikiran yang melahirkan sistem etika di Barat cenderung memperlihatkan perjalanan yang dinamis dengan cirinya yang berubah-ubah dan bersifat sementara sesuai dinamika peradaban yang dominan.

Lahirnya pemikiran etika biasanya didasarkan pada pengalaman dan nilai-nilai yang diyakini para pencetusnya. Pengaruh ajaran agama kepada model etika di Barat justru menciptakan ekstremitas baru dimana cenderung merenggut manusia dan keterlibatan duniawi dibandingkan sudut lain yang sangat mengemukakan rasionalisme dan keduniawian.

Sedangkan dalam Islam mengajarkan kesatuan hubungan antar manusia dengan Penciptanya. Kehidupan totalitas duniawi dan ukhrawi dengan berdasarkan sumber utama yang jelas yaitu Al Qur'an dan Hadis.

Etika Islam memiliki aksioma-aksioma dasar yang dirumuskan dan dikembangkan oleh para sarjana muslim. Aksioma-aksioma ini merupakan turunan dari hasil penerjemahan kontemporer akan konsep-konsep fundamental dari nilai moral islam. Aksioma-aksioma tersebut adalah *unity* (persatuan), *equilibrium* (keseimbangan), *free will* (kehendakbebas), *responsibility* (tanggung jawab), dan *benevolence (ihsan)*. (Badroen, 2006: 88)

a. *Unity* (Persatuan/ tauhid)

Sistem etika islam yang meliputi kehidupan manusia di bumi secara keseluruhan, selalu tercermin kedalam konsep tauhid yang dalam pengertian absolut, hanya berhubungan dengan tuhan. Meskipun demikian, karena manusia bersifat teomorfis, manusia juga mencerminkan sifat ilahiah ini. Tauhid merupakan konsep yang serba eksklusif dan inklusif. Pada tingkat absolut konsep ini membedakan Khalik dengan makhluk, memerlukan penyerahan tanpa syarat oleh semua makhluk kepada kehendak-Nya. (Haidar, 2005: 77) Mengenai eksistensi manusia, konsep ini juga memberikan suatu prinsip perpaduan yang kuat, sebab seluruh umat manusia dipersatukan dalam ketaatan kepada-Nya. (Naqvi, 1985: 77)

Konsep ini dimaksudkan yakni bahwa sumber utama etika Islam adalah kepercayaan total dan murni terhadap keesaan Tuhan. Alam semesta, termasuk manusia, adalah milik Allah, yang memiliki kemahakuasaan (kedaulatan) sempurna atas makhluk-makhluk-Nya. Konsep tauhid (dimensi vertikal) berarti Allah sebagai Tuhan Yang Maha Esa menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai kholifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya. Bersistem terpadu untuk mengarahkan setiap individu manusia, sehingga mereka dapat secara baik melaksanakan, mengontrol, serta mengawasi aturan-aturan tersebut. Berlakunya aturan-aturan ini selanjutnya akan membentuk *ethical organizational climate* tersendiri pada ekosistem individu dalam melakukan aktivitas ekonomi. Aturan-aturan itu sendiri bersumber pada kerangka konseptual masyarakat dalam hubungan vertikal dengan kekuatan tertinggi (Allah SWT), dan hubungan horizontal dengan kehidupan sesama manusia dan alam semesta secara keseluruhan untuk menuju tujuan akhir yang sama.

b. *Equilibrium* (Keseimbangan)

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta dan hak Allah dan Rasulnya berlaku sebagai *stakeholder* dari perilaku seseorang. Semua

hak-hak tersebut harus ditempatkan sebagaimana mestinya (sesuai aturan syariah).

Islam mengharuskan penganutnya untuk berlaku adil dan berbuat kebajikan. Bahkan berlaku adil harus didahulukan dari berbuat kebajikan. Dalam perniagaan, persyaratan adil yang paling mendasar adalah dalam menentukan mutu (kualitas) dan ukuran (kuantitas) pada setiap takaran maupun timbangan.

Konsep ekuilibrium juga dapat dipahami bahwa keseimbangan hidup di dunia dan akhirat harus diusung oleh seorang pebisnis muslim. Al-Qur'an memang tidak membantah kecintaan terhadap kehidupan duniawi, karena merupakan suatu proses yang alami. Tetapi dibalik itu Al-Qur'an mengungkapkan bahwa selain kehidupan di dunia masih ada kehidupan di akhirat. Pandangan hidup Islami itu tidak terbatas hanya pada hidup materialistik yang berakhir pada kematian orang di dunia. (Hidayah, 2003: 3) Oleh karenanya konsep keseimbangan berarti menyerukan kepada para pengusaha muslim untuk bisa merealisasikan tindakan-tindakan (dalam bisnis) yang dapat menempatkan dirinya dan orang lain dalam kesejahteraan duniawi dan keselamatan akhirat.

c. *Free Will* (Kehendak Bebas)

Manusia memiliki kecenderungan untuk berkompetisi dalam segala hal, tak terkecuali kebebasan dalam melakukan kontrak di pasar. Oleh sebab itu, pasar seharusnya menjadi cerminan dari berlakunya hukum penawaran dan permintaan yang direpresentasikan

oleh harga, sehingga pasar tidak terdistorsi oleh tangan-tangan yang sengaja memperlakukannya.

Harga sebuah komoditas (barang atau jasa) ditentukan oleh penawaran dan permintaan, perubahan yang terjadi pada harga berlaku juga ditentukan oleh terjadinya perubahan permintaan dan perubahan penawaran. Harus diyakini nilai konsep islam tidak memberikan ruang kepada intervensi dari pihak mana pun untuk menentukan harga, kecuali karena adanya kondisi darurat yang kemudian menuntut pihak-pihak tertentu untuk ambil bagian menentukan harga.

Konsep ini juga menentukan bahwa pasar islam harus bisa menjamin bahwa adanya kebebasan pada masuk atau keluarnya sebuah komoditas di pasar, berikut perangkat faktor-faktor produksinya. Hal ini dimaksud untuk menjamin adanya pendistribusian kekuatan ekonomi dalam sebuah mekanisme yang proporsional. Otoritas pasar tidak bisa membatasi elemen pasar pada peran industri tertentu atau sejumlah industri tertentu, oleh karena itu hal ini hanya akan membawa kepada adanya perilaku monopolistik, di mana produktivitas sebuah industri dapat dibatasi untuk kepentingan kenaikan harga ataupun lainnya.

Dalam konsep ini aktivitas ekonomi diarahkan kepada kebaikan setiap kepentingan untuk seluruh komunitas islam, baik sektor pertanian, perindustrian dan perdagangan maupun lainnya. Larangan adanya monopoli, kecurangan, dan praktik riba yaitu jaminan terhadap

terciptanya suatu mekanisme pasar yang sehat dan persamaan peluang untuk berusaha tanpa adanya keistimewaan-keistimewaan pada pihak-pihak tertentu.

d. *Responsibility* (Tanggung Jawab)

Aksioma tanggung jawab individu begitu mendasar dalam ajaran-ajaran Islam, terutama jika dikaitkan dengan kebebasan ekonomi. Penerimaan pada prinsip tanggung jawab individu ini berarti setiap orang akan diadili secara personal di hari kiamat kelak. Tidak ada satu cara pun bagi seseorang untuk melenyapkan perbuatan-perbuatan jahatnya kecuali dengan memohon ampunan kepada Allah dan melakukan perbuatan-perbuatan yang baik. Islam sama sekali tidak mengenal konsep dosa warisan, oleh karena itu tidak ada seorang pun bertanggung jawab atas kesalahan-kesalahan orang lain.

Konsepsi tanggung jawab dalam Islam, paling tidak karena dua aspek fundamental. (Djakfar, 2012: 30)

- 1) Tanggung jawab yang menyatu dengan status kekhalifahan di muka bumi. Dengan predikat ini, manusia dapat melindungi kebebasannya sendiri (dari ketamakan dan kerakusan) dengan melaksanakan tanggung jawabnya terhadap orang lain, khususnya orang miskin dalam masyarakat. Dengan tidak menunaikan tanggung jawab dalam artian ini, tentu bertentangan dengan keimanan.
- 2) Konsep tanggung jawab dalam islam bahwa pada dasarnya bersifat sukarela, tanpa paksaan. Dengan demikian, prinsip ini

membutuhkan pengorbanan, hanya saja bukanlah berkonotasi yang menyengsarakan. Ini berarti bahwa manusia (yang bebas) di samping harus sensitif terhadap lingkungannya, sekaligus juga harus peka terhadap konsekuensi terhadap kebebasannya sendiri. Kesukarelaan pertanggungjawaban yaitu merupakan cermin implementasi iman dari seseorang muslim yang menyerahkan segala hidupnya di bawah bimbingan Tuhan.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa manusia dalam Islam memiliki tanggung jawab terhadap Tuhan, diri sendiri, dan orang lain. Tanggung jawab terhadap Tuhan karena manusia sebagai makhluk yang mengakui adanya Tuhan (tauhid). Tanggung jawab terhadap sesama karena manusia sebagai makhluk sosial yang tidak mungkin melepaskan interaksinya dengan orang lain guna memenuhi segala kebutuhan hidupnya. Adapun tanggung jawab terhadap diri sendiri karena manusia bebas berkehendak sehingga tidak mungkin dipertanggungjawabkan pada orang lain. (Djakfar, 2012: 30)

e. *Benevolence* (Ihsan)

Ihsan (kebijakan) yaitu melaksanakan perbuatan baik yang dapat mendatangkan manfaat bagi orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan atau dengan kata lain yaitu beribadah maupun berbuat baik seakan-akan melihat Allah SWT, jika tidak seperti itu, maka yakinlah bahwa Allah SWT melihat apa yang kita kerjakan.

Menurut Johan Arifin (2011: 151) memberikan petunjuk sebagai faktor dilaksanakannya prinsip ini, diantaranya kemurahan hati (*leniency*), motif pelayanan (*service motives*) dan kesadaran adanya Allah SWT dan aturan-aturan yang berkaitan pelaksanaan yang menjadi prioritas (*consciousness of Allah and of Hisprescribed priorities*).

Kemurahan hati yang berlandaskan pada prinsip keihsanan diaplikasikan dalam bentuk perilaku kesopanan dan kesantunan, pemaaf, mempermudah kesulitan orang lain dan sebagainya. Sementara motif pelayanan diartikan sebagai sebuah organisasi bisnis yang islam harus senantiasa memperhatikan setiap kebutuhan dan kepentingan pihak lain, menyiapkan segala sesuatu sebagai usaha untuk membantu pengembangan dan juga pembangunan kondisi sosial yang lebih baik. Selain itu, apapun usaha bisnis yang sedang dilakukan oleh setiap muslim, harus senantiasa menempatkan Allah SWT sebagai pusat segala aktivitasnya. Artinya adalah bahwa dengan menjalankan bisnis harus diniatkan sebagai wujud ibadah untuk mengingat Allah SWT. (Arifin, 2011: 151)

3. Indikator Etika Bisnis Islam

Menurut Fahrudin (2013: 10) ada beberapa nilai-nilai Islam yang mengambil konsep dari ketauladanan sifat Rasulullah SAW. Nilai-nilai tersebut adalah merupakan perpaduan dalam berniaga atau berbisnis, sehingga nantinya dapat tercipta konsep etika bisnis Islam. Nilai-nilai itu yaitu bersumber dari sifat-sifat Rasulullah SAW sebagai berikut:

- a. *Shidiq* artinya benar dan jujur. Seorang pedagang haruslah menjiwai seluruh perilakunya dengan sifat *shidiq* dalam melakukan jual beli yang berhubungan dengan konsumen yang harus senantiasa mengedepankan informasi yang diberikan dan jujur dalam menjelaskan barang dagangan yang di jual dan tidak ada yang disembunyikan. (Saifullah, 2011: 146)

Dari Rifa'ah, ia mengatakan bahwa ia pernah keluar bersama Nabi shallallahu 'alaihi wa sallam ke tanah lapang dan melihat manusia sedang melakukan transaksi jual beli. Beliau lalu menyeru, “*Wahai para pedagang!*” Orang-orang pun memperhatikan seruan Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam sambil menengadahkan leher dan pandangan mereka pada beliau. Lantas Nabi shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda:

إِنَّ التُّجَّارَ يُبْعَثُونَ يَوْمَ الْقِيَامَةِ فُجَّارًا إِلَّا مَنْ اتَّقَى اللَّهَ وَبَرََّ وَصَدَّقَ

“*Sesungguhnya para pedagang akan dibangkitkan pada hari kiamat nanti sebagai orang-orang fajir (jahat) kecuali pedagang yang bertakwa pada Allah, berbuat baik dan berlaku jujur*” (HR. Tirmidzi dan Ibnu Majah, *shahih*).

Di antara bentuk kejujuran seorang pembisnis adalah selalu berkomitmen dalam jual belinya dengan berlaku jujur atau terus terang dan transparan untuk melahirkan ketentraman dalam hati. Karena seorang pembisnis sadar akan nilai-nilai religius yang di pandang penting bahwa selalu diawasi oleh Allah SWT dalam memasarkan barang dagangannya. Oleh sebab itu, aktifitas pemasaran harus sesuai

fakta dan tidak melakukan sumpah palsu atau memberi informasi yang salah tentang barang dagangannya untuk menipu para konsumen.

- b. *Fathanah* artinya cerdas. Para pelaku bisnis harus memiliki sifat fatanah agar usahanya bisa lebih efektif dan efisien. Perlu adanya *penerapan* sifat fatanah dalam komunikasi pemasaran terutama agar pemasaran yang dilakukan berjalan secara efektif dan efisien dalam membidik pasar sasaran hingga menganalisa situasi persaingan dan perubahan di masa yang akan datang. Segala aktivitas dalam perdagangan harus dengan kecerdasan dan mengoptimalkan semua potensi akal yang ada untuk mencapai tujuan (Saifullah, 2011: 146). Karena memiliki sifat jujur, benar dan tanggung jawab saja tidak cukup dalam mengelola bisnis secara profesional.
- c. *Amanah* artinya dapat dipercaya, bertanggung jawab. Amanah juga dapat diartikan sebagai keinginan untuk memenuhi *sesuatu* sesuai dengan ketentuan. Dalam konteks fiqh, amanah memiliki arti kepercayaan yang diberikan kepada seseorang berkaitan dengan harta benda. (Saifullah, 2011: 146). Dengan demikian pedagang dituntut untuk bertanggung jawab dan dapat menepati janji.

Setiap pedagang harus bertanggung jawab atas usaha dan pekerjaan ataupun jabatan sebagai pedagang yang telah dipilihnya tersebut. Tanggung jawab disini artinya, mau dan mapu menjaga amanah (kepercayaan) masyarakat yang memang secara otomatis terbeban dipundaknya (Saifullah, 2011: 147). Seorang pembisnis harus

memiliki sifat amanah, karena Allah menyebutkan sifat orang-orang mukmin yang beruntung adalah yang dapat memelihara amanah yang diberikan kepadanya. Bentuk dalam menjaga amanah seperti menegmbalikan setiap hak kepada pemiliknya, baik sedikit maupun banyak dan tidak mengurangi hak orang lain baik itu berupa penjualan atau free. Mengingat seorang pemasar yang amanah, dapat ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran dan pelayanan yang optimal kepada pembeli.

- d. *Tabligh* artinya kemampuan berkomunikasi . jika merupakan seorang *pedagang* dalam dunia bisnis ia haruslah menjadi seseorang yang mampu berkomunikasi dengan baik kepada pembeli. Pedagang selalu mengatakan keunggulan dagangan dengan jujur dan tidak berbohong atau menipu pelanggan. Pedagang harus menjadi seorang komunikator yang baik yang bisa berbicara benar dan bisa bijaksana kepada pembeli. Penerapan sifat *tabligh* ini dalam perdagangan adalah mapu menyapaikan keunggulan barang yang ditawarkan dengan berkata jujur, tidak harus berbohong ataupun menipu pembeli, tepat dan mudah dipahami oleh pembeli, mengajak sekaligus memberikan contoh kepada pihak lain untuk melaksanakan ketentuan-ketentuan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.
- e. *Istiqamah* artinya konsisten, memiliki nilai-nilai kebaikan, keteguhan, *kesabaran* dan keuletan sehingga menghasilkan sesuatu yang optimal. (Fahrudin, 2013: 13)

Isatiqamah dalam berdagang maka memiliki satu tujuan yang ingin di capai dalam kehidupannya, seperti tujuan untuk mencapai kebahagiaan, baik kebahagiaan di dunia maupun di akhirat (Zuhdi, 2011: 111). Pengertian istiqamah dalam mu'amalah, terutama hubungannya dengan ekonomi dapat dipahami dengan hubungan antara janji dengan implementasi, peraturan yang lebih tinggi dengan peraturan yang lebih rendah, serta aturan main dengan pelaksanaannya (sholicha, 2013: 4)

Demikian ini istiqamah memiliki peranan yang sangat penting, baik dalam berakidah , berperilaku maupun dalam implementasi ekonomi islam.

C. Teori Perilaku Pedagang

1. Pengertian Perilaku Pedagang

Dalam kegiatan perdagangan (bisnis), pelaku usaha dan konsumen sama-sama mempunyai kebutuhan dan kepentingan. Pelaku usaha harus memiliki tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek oprasional perusahaan. Untuk itu perlu adanya aturan-aturan dan nilai-nilai yang mengatur kegiatan tersebut, agar tidak ada pihak-pihak yang dieksploitasi, terutama pihak konsumen yang berbeda pada posisi yang lemah. Adapun yang perlu diperhatikan dala perdagangan adalah perilaku pedagang.

Perilaku adalah pandangan atau perasaan yang disertai kecenderungan untuk bertindak sesuai sikap objek. Perilaku juga dapat

disebut sebagai tingkah laku seseorang terlibat langsung dalam situasi memecahkan masalah. Perilaku adalah cara bertindak yang menunjukkan tingkah laku manusia. Pada umumnya pola tingkah laku adalah mode tingkah laku yang dipakai oleh manusia dalam melaksanakan kegiatannya. (Nawawi, 2009: 7) Menurut (Toha, 2012: 34) perilaku merupakan suatu fungsi dari interaksi antara seorang individu dengan lingkungannya. Hal ini membuktikan bahwa seorang individu dengan lingkungan keduanya secara langsung akan menentukan perilaku seorang yang bersangkutan. Oleh karena itu perilaku seorang individu dengan lainnya akan berbeda sesuai dengan lingkungan masing-masing.

Salah satu yang mempengaruhi perilaku manusia adalah pendekatan perilaku yang berhubungan dengan psikologi manusia. Behaviorisme (pendekatan perilaku) adalah pendekatan yang sangat bermanfaat untuk menjelaskan persepsi interpersonal, konsep diri, eksperimen, sosialitas serta ganjaran dan hukuman. Behaviorisme percaya bahwa perilaku manusia merupakan hasil dari proses belajar.

Manusia belajar dari lingkungan dan hasil belajar itulah ia berperilaku. Oleh karena itu, manusia dapat dipengaruhi oleh lingkungannya. Pendekatan Neurobiologis juga merupakan pendekatan yang menjelaskan hubungan perilaku dengan psikologi manusia. Pendekatan ini mencoba menjelaskan hubungan antara perilaku yang dapat diamati dan kejadian-kejadian mental seperti pikiran dan emosi menjadi proses biologis. Pandangan bahwa faktor biologis memainkan peran

penting dalam perilaku sosial datang dari psikologi evaluator yang menjatakan bahwa manusia, seperti makhluk lainnya di planet bumi ini, telah mengalui proses evaluasi biologis selama sejarah keberadaannya, dan hasil dari proses ini adalah kita sekarang memiliki sejumlah besar mekanisme psikologis yang merupakan hasil evolusi yang membantu kita untuk tetap hidup atau mempertahankan keberadaan kita. (Baron, 2003: 12)

Pedagang adalah sebagai penyalur barang dan jasa-jasa perkotaan. Dari paparan diatas dapat disimpulkan bahwa perilakupedagang adalah tindakan atau tingkah laku penjual terhadap konsumen dalam menyalurkan barangnya. Dalam Islam juga dijelaskan bagaimana seharusnya perilaku pedagang dalam bisnisnya (berdagang) dan peringatan kepada mereka yang melakukan kecurangan.

2. Pengertian Perilaku Pedagang Muslim

Perilaku dipandang dari segi biologis adalah suatu kegiatan atau aktivitas organisme yang bersangkutan.(Notoatmodjo, 1993: 55) Perilaku manusia adalah sesuatu aktivitas dari manusia itu sendiri. Jadi, Perilaku pedagang adalah segala aktivitas yang dilakukan oleh para pedagang dalam kegiatan perdagangannya. Pada hakekatnya perilaku mencerminkan akhlak (etika) seseorang. Atau dengan kata lain, perilaku berelasi dengan etika. Apabila seseorang taat pada etika, berkecenderungan akan menghasilkan perilaku yang baik dalam setiap aktivitas atau tindakannya. Tanpa kecuali dalam aktivitas bisnis (perdagangan).(Djakfar, 2009: 70)

Al Ghazali dalam bukunya *Ihya Ulmuddin* menjelaskan pengertian etika adalah suatu sifat yang tetap dala jiwa, yang dari padanya timbul perbuatan-perbuatan dengan mudah, dengan tidak membutuhkan pikiran. Dengan demikian etika bisnis dalam syariat adama Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai suatu yang biak dan benar. (Hasan, 2009: 171)

Muhammad SAW adalah pelaku bisnis yang menjadi model terbaik dalam praktik perniagaan di zaman Jahiliyah. Keberhasilan Muhammad SAW dalam berbisnis dipengaruhi oleh kepribadian dan perilakunya, dimana Muhammad SAW selalu menerapkan nilai-nilai etika dalam berdagang. Etika bisnis Muhammad dalam praktek bisnisnya antara lain: Kejujuran, amanah, tepat menimbang, menjauhi praktik *gharar*, tidak melakukan penimbunan barang (*ikhtikar*), tidak melakukan *al ghabn* dan *tadlis*, dan saling menguntungkan. (Saifullah, 2011: 146)

a. Kejujuran

Seorang pedagang wajib berlaku jujur dalam melakukan usaha jual belinya. Karena berbagai tindakan tidak jujur selain merupakan perbuatan yang jelas-jelas mendapat dosa, jika biasa dilakukan dalam berdagang juga akan berpengaruh negatif kepada kehidupan pribadi dan keluarga pedagang itu sendiri. Bahkan lebih jauh lagi, sikap dan tindakan tersebut akan mempengaruhi kehidupan bermasyarakat.

Kejujuran yang ditunjukkan Muhammad SAW yaitu dalam bertransaksi dilakukan dengan cara menyampaikan kondisi riil barang dagangannya. Ia tidak menyembunyikan kecacatan barang atau mengunggulkan barang dagangannya, kecuali sesuai dengan kondisi barang yang dijualnya. Praktek ini yaitu dilakukan dengan wajar dan menggunakan bahasa yang santun. Beliau tidak melakukan sumpah untuk menyakinkan apa yang dikatakannya, termasuk menggunakan nama Tuhan.

b. Amanah

Amanah adalah bentuk masdar dari *amuna*, *ya'munu* yang artinya bisa dipercaya. Iajuga memiliki arti pesan, perintah atau wejangan. Dalam konteks fiqh, amanah memiliki arti kepercayaan yang diberikan kepada seseorang berkaitan dengan harta benda. (Saifullah, 2011: 146) Dengan demikian pedagang dituntut untuk bertanggung jawab dan dapat menepati janjinya.

Setiap pedagang harus bertanggung jawab atas usaha dan pekerjaan dan atau jabatan sebagai pedagang yang telah dipilihnya tersebut. Tanggung jawab di sini artinya, mau dan mampu menjaga amanah (kepercayaan) masyarakat yang memang secara otomatis terbeban di pundaknya.

c. Tepat menimbang

Sesungguhnya Allah SWT telah menganjurkan kepada manusia khususnya kepada para pedagang untuk berlaku jujur dalam menimbang

barang dagangannya. Penyimpangan dalam hal menimbang merupakan wujud kecurangan dalam perdagangan. Sekalipun tidak begitu napak kerugian dan kerusakan yang diakibatkannya pada manusia tetap saja diharamkan oleh Allah SWT dan Rasul-Nya.

d. Menjauhi praktik *gharar*

Gharar menurut bahasa berarti *al-khatar* yaitu sesuatu yang tidak diketahui pasti benar atau tidaknya. Dalam akad, *gharar* bisa berarti tampilan barang dagangan yang menarik dari segi zahirnya, namun dari sisi substansinya belum tentu baik. Dengan kata lain *gharar* adalah akad yang mengandung unsur penipuan karena tidak adanya kepastian, baik mengenai ada atau tidak adanya objek akad, besar kecilnya jumlah, maupun kemampuan menyerahkan objek yang disebutkan dalam akad tersebut. Dalam prakteknya Muhammad SAW menjauhi praktek *gharar*, karena dapat membuka ruang perselisihan antara pembeli maupun antara penjual. (Saifullah, 2011: 146)

e. Tidak menimbun barang

Menimbun barang dagangan terutama barang-barang kebutuhan pokok dilarang keras oleh Islam. Lantaran perbuatan tersebut hanya akan menimbulkan keresahan dalam masyarakat. Dalam prakteknya, penimbunan barang kebutuhan pokok masyarakat oleh pedagang akan menimbulkan berbagai hal yang negatif seperti; harga-harga barang di pasar melonjak tak terkendali, barang-barang tertentu sulit didapat, keseimbangan permintaan dan penawaran terganggu, munculnya para

spekulasi yang memanfaatkan kesempatan dengan mencari keuntungan di atas kesengsaraan masyarakat dan lain sebagainya. (Saifullah, 2011: 146)

f. Tidak melakukan *al ghabn* dan *tadlis*

Al-ghabn artinya *al-khada* (penipuan), yaitu membeli sesuatu dengan harga yang lebih tinggi atau lebih rendah dari harga rata-rata. Sedangkan *tadlis* yaitu penipuan yang dilakukan oleh pihak penjual atau pembeli dengan cara menyembunyikan kecacatan ketika terjadi transaksi.

Oleh sebab itu, Rasulullah SAW selalu memperingatkan kepada para pedagang untuk tidak mengobral janji atau berpromosi secara berlebihan yang cenderung mengada-ngada, apalagi dengan sumpah palsu semata-mata agar barang dagangannya laris terjual. Karena jika seorang pedagang berani bersumpah palsu, akibat yang akan menimpa dirinya hanyalah kerugian.

g. Saling menguntungkan

Prinsip ini mengajarkan bahwa dalam bisnis para pihak harus merasa untung dan puas. Etika ini pada dasarnya mengakomodasi hakikat dan tujuan bisnis. Seorang produsen ingin memperoleh keuntungan, dan seorang konsumen ingin memperoleh barang yang bagus dan memuaskan, maka sebaiknya bisnis dijalankan dengan saling menguntungkan.

Jual beli dalam perdagangan merupakan bagian dari *ta'awun* (saling menolong). Bagi pembeli menolong penjual yang membutuhkan uang (keuntungan), sedangkan bagi penjual juga berarti menolong pembeli yang sedang membutuhkan barang.

Menurut Imam Al Ghazali (2013: 10) ada enam sifat perilaku yang terpuji dilakukan dalam perdagangan baik dari sisi penjual maupun pembeli, yaitu :

- 1) Tidak mengambil laba lebih banyak, seperti yang lazim dalam dunia dagang, yaitu menjual barang lebih murah dari saingan atau sama dengan pedagang lain yang sejenis.
- 2) Membayar harga agak lebih mahal kepada pedagang miskin, ini adalah amal yang lebih baik dari pada sedekah biasa. Jika membeli barang dari seorang penjual yang miskin maka lebihkanlah pembayaran dari harga semestinya.
- 3) Memurahkan harga atau memberi potongan kepada pembeli yang miskin, ini akan memiliki pahala yang berlipat ganda.
- 4) Bila membayar hutang, pembayarannya dipercepat dari waktu yang ditentukan.
- 5) Membatalkan jual beli, jika pihak pembeli menginginkannya. Ini sesuai dengan prinsip bahwa pembeli adalah raja. Sebab penjual harus menjaga hati langganan agar langganan puas, kepuasan konsumen adalah target pedagang.

- 6) Bila menjual bahan pangan kepada orang miskin secara cicilan, maka jangan ditagih bila orang miskin itu tidak mampu membayarnya dan membebaskan mereka dari hutang jika meninggal dunia. (Nurdin, 2012: 177).

3. Jual beli yang tidak diperbolehkan

- a. Jual beli gharar adalah segala jenis jual beli dengan cara menipu pihak lain. Contohnya adalah sebagai berikut:
 - 1) Jual beli buah yang belum layak di konsumsi
 - 2) Menjual minuman keras (Afzalurrahman, 2012: 16)
 - 3) Menjual daging babi
 - 4) Mencampuri barang dengan kualitas tinggi ke kualitas rendah seperti mencampur susu dengan air
 - 5) Jual dengan sumpah yaitu bersumpah mengenai tingginya kualitas barang yang di jualnya.
 - 6) Jual beli air (yang masih dala sumbernya) dan menjual rumput (yang masih tertana). (Fahrudin, 2013: 13)

4. Indikator Perilaku Pedagang

Perilaku yang dibangun berdasarkan kaidah-kaidah Al Qur'an dan hadis akan mengantarkan para pelakunya mencapai sukses dunia dan akhirat. Standar etika perilaku bisnis syariah mendidik agar para pelaku bisnis dalam menjalankan bisnisnya dengan: (1) takwa, (2) aqshid, (3) khidma. (Hasan, 2009: 189)

- a. Takwa

Seorang muslim diperintahkan untuk selalu mengingat Allah dalam aktivitas mereka. Mereka hendaknya sadar penuh dan responsif terhadap prioritas-prioritas yang telah ditentukan oleh Allah. Kesadaran ini hendaknya menjadi sebuah kekuatan pemicu (*drivingforce*) dalam segala tindakan.

Semua kegiatan transaksi bisnis hendaklah ditujukan untuk tujuan hidup yang lebih mulia. Umat islam diperintahkan untuk mencari kebahagiaan akhirat dengan cara menggunakan nikmat yang Allah karuniakan kepada manusia dengan jalan yang sebaik-baiknya di dunia ini. Al Qur'an memerintahkan untuk mencari dan mencapai prioritas-prioritas yang Allah tentukan bagi manusia.

- 1) Hendaklah mereka mendahulukan pencarian pahala yang besar dan abadi di akhirat ketimbang keuntungan kecil dan terbatas yang ada di dunia.
- 2) Mendahulukan sesuatu yang secara moral bersih daripada sesuatu yang secara moral kotor meskipun mendatangkan banyak keuntungan yang lebih besar.
- 3) mendahulukan pekerjaan yang halal daripada yang haram.

Sekalipun Islam menyatakan bahwasanya berbisnis merupakan pekerjaan halal, pada tataran yang sama islam mengingatkan secara eksplisit bahwa semua kegiatan bisnis tidak boleh menghalangi mereka untuk selalu ingat kepada Allah dan melanggar rambu-rambu perintah-Nya. Seorang muslim

diperintahkan untuk selalu memiliki kesadaran tentang Allah (ingat Allah, dzikrullah), meskipun mereka sedang sibuk mengurus kekayaan dan anak mereka.

b. Aqshid

Aqshid adalah sederhana, rendah hati, lemah lembut, santun (simpatik). Berperilaku baik, sopan santun dalam pergaulan adalah fondasi dasar dan inti dari kebaikan tingkah laku. Sifat ini sangat dihargai dengan nilai yang tinggi mencakup semua sisi manusia. Allah memerintahkan orang muslim untuk rendah hati dan lemah lembut. (Hasan, 2009: 189)

فَمَا رَحْمَةً مِنَ اللَّهِ لَئِنَّ لَهُمْ^٤ وَ لَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانَ فَضُّوْا
 مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَ اسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَ شَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ^٥
 فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

"Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampun untuk mereka, dan bermusyawaralah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal."(QS. Ali 'Imran 3: Ayat 159)

Perilaku sopan dalam berbisnis dengan siapapun tetap harus diterapkan, berbicara dengan ucapan dan ungkapan yang baik kepada siapapun tanpa memandang status sosial. Perbisnis muslim diharuskan berlaku manis dan dermawan terhadap orang yang miskin. Dengan alasan tertentu seorang pebisnis tidak mampu memberikan sesuatu

kepada mereka, maka setidaknya perlakukan mereka dengan sopan dan kata-kata yang baik.

c. Khidma

Khidma artinya melayani dengan baik. Sikap melayani merupakan sikap utama dari pelaku bisnis dan bagian penting dari sikap melayani ini adalah sopan santun dan rendah hati. Orang yang beriman diperintahkan untuk bermurah hati sopan, dan bersahabat dengan mitra bisnisnya. Tidak hanya santun, sigap atau melayani dengan cepat dan lemah lembut dalam melayani tetapi juga bersikap toleransi (*tasamuh*). (Hasan, 2009: 189)

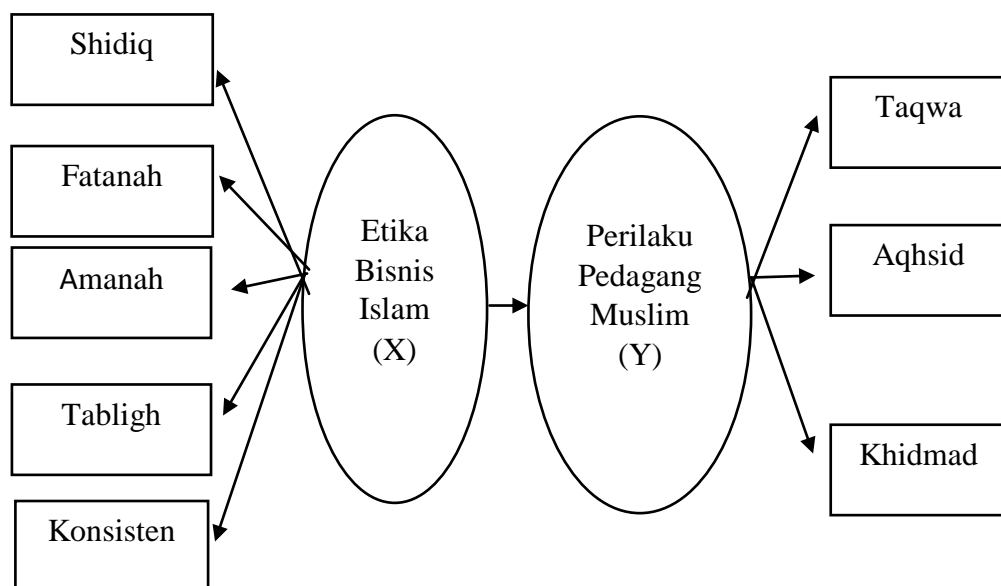
Dalam kehidupan sehari-hari baik itu dalam transaksi maupun pinjam-meminjam, bentuk toleransi ini adalah kesediaan untuk memperpanjang rentang waktu sehingga memudahkan orang lain. (Hasan, 2009: 189)

D. Kerangka Pikir

Etika bisnis Islam merupakan aturan main moral yang menunjukkan cara-cara umum yang ditempuh para usahawan praktek usaha Amerika. Aturan main merupakan tali pengikat yang membentuk perilaku umum. Sikap tanggung jawab yang diindahkan dan dihormati karena dianggap benar dan nilai mampu melindungi kepentingan dunia usaha. Misalnya pokok yang dibahas dalam penelitian adalah pemahaman pada pengusaha muslim di Pasar Karangobar terhadap etika bisnis Islam dan bagaimana hal tersebut mampu mempengaruhi perilaku mereka dalam kegiatan bisnisnya. Pembahasan ini

mengacu pada teori-teori etika bisnis yang aktual, hal ini dimaksud untuk memberi gambaran secara komprehensif tentang variabel-variabel yang akan diteliti.

Etika bisnis Islam berpengaruh terhadap perilaku pedagang dalam menjalani kegiatan bisnisnya. Hal ini didasarkan pada hasil penelitian yang relevan oleh para peneliti terdahulu. Etika bisnis dalam penelitian ini diamati dari indikator *shidiq*, *fatamah*, *amanah*, *tabligh* dan *konsisten*. Sedangkan perilaku pedagang diamati dari indikator *takwa*, *Aqsid* dan *khidmad*. Penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif dan statistik inferensial (regresi linear sederhana). Lebih jelasnya kerangka pikir tersebut gambarkan dalam bentuk hubungan antara variabel sebagai berikut:



Skema 2. 1 Desain Penelitian
Data diperoleh dilapangan, Tahun 2019

E. Hipotesis

Ha : Etika bisnis Islam berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang muslim di pasar Karangkobar Kabupaten Banjarnegara.

Ho : Etika bisnis Islam tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang muslim di pasar Karangkobar Kabupaten Banjarnegara.