

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Pustaka

1. Perilaku Pedagang

a. Pengertian Perilaku Pedagang

Perilaku manusia adalah suatu aktivitas manusia itu sendiri. Secara operasional, perilaku dapat diartikan suatu respons organisme atau seseorang terhadap rangsangan dari luar subjek tersebut. Perilaku diartikan sebagai suatu aksi reaksi organisme terhadap lingkungannya. Perilaku baru terjadi bila ada sesuatu yang diperlukan untuk menimbulkan reaksi, yakni yang disebut rangsangan. Berarti rangsangan tertentu akan menghasilkan reaksi atau perilaku tertentu.⁸

Perilaku adalah tindakan atau perilaku suatu organisme yang dapat diamati dan bahkan dapat dipelajari. Perilaku manusia pada hakikatnya adalah proses interaksi individu dengan lingkungannya sebagai manifestasi hayati bahwa dia adalah makhluk hidup. Perilaku manusia adalah aktivitas yang timbul karena adanya stimulus dan respons serta dapat diamati secara langsung maupun tidak langsung.⁹

Perilaku merupakan kumpulan berbagai faktor yang saling berinteraksi. Sering tidak disadari bahwa interaksi tersebut amat kompleks sehingga kadang-kadang kita tidak sempat memikirkan penyebab seseorang menerapkan perilaku tersebut. Karena itu amat penting untuk dapat menelaah alasan dibalik perilaku individu, sebelum ia mampu mengubah perilaku tersebut.

Perilaku dipengaruhi oleh sikap, sikap sendiri dibentuk oleh sistem nilai

⁸ Nase Saefudin Zuhri, *kewirausahaan Kajian Perspektif umum dan islam*, (Bandung: Plater Media Kreasi, 2016), hlm. 85.

⁹ *Ibid.*, hlm. 85.

dan pengetahuan yang dimiliki manusia. Maka kegiatan apapun yang dilakukan manusia hampir selalu dilatarbelakangi oleh pengetahuan, dipikiran dan kepercayaan. Perilaku ekonomi yang bersifat subjektif tidak hanya dapat dilihat pada perilaku konsumen, tetapi juga perilaku pedagang tidak semata-mata dipengaruhi oleh sistem nilai yang diyakini. Wirausaha juga mendasari perilaku ekonominya dengan seperangkat etika yang diyakini. Karena itu perilaku ekonomi wirausaha tidak semata-mata mempertimbangkan faktor benar dan tidak menurut ilmu ekonomi dan hukum atau berdasarkan pengalaman tetapi juga mempertimbangkan faktor baik dan tidak baik menurut etika.¹⁰

Perilaku pedagang merupakan salah satu sikap atau tindakan seseorang dalam melakukan sebuah perdagangan disuatu pasar.¹¹ Perdagangan atau perniagaan pada umumnya, ialah pekerjaan membeli barang dari suatu tempat atau pada suatu tempat atau pada suatu waktu dan menjual barang itu ditempat lain atau pada waktu berikut dengan maksud memperoleh keuntungan. Dalam zaman modern ini perdagangan adalah memberikan perantara kepada produsen dan konsumen untuk membelikan dan menjualkan barang barang yang memudahkan dan memajukan pembelian dan penjualan itu.¹²

Pedagang harus memiliki sikap-sikap dasar yang spesifik. Seorang pedagang harus memiliki sikap bertekad bulat ingin berdagang. Bukan karena terpaksa, ia ingin mandiri dan berhasil karena ingin berhasil maka ia harus bersikap positif. Positif terhadap diri sendiri maupun terhadap orang lain. Namun demikian, masih ada

¹⁰ Wazin, *Relevansi Antara Etika Bisnis Islam dengan Perilaku Wirausaha Muslim (Studi tentang Perilaku Pedagang di pasar Lama Kota Serang Provinsi Banten)*, Jurnal Vol. 1 No. 1, 2014.

¹¹ *Ibid.*, hlm. 13.

¹² Kansil, *Pokok-pokok pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*, (Jakarta: Aksara Baru, 1984), hlm. 1.

kemungkinan untuk gagal, tetapi ia tidak gentar. Karena itu ia mau belajar dari pengalaman, termasuk dari kegagalannya yang pasti ia berani mandiri dan memimpin.¹³

Untuk itu sebagai seorang pedagang harus memiliki sikap terhadap perubahan, sekalipun perubahan jarang dapat diterima secara total oleh setiap orang yang terlibat.

b. Faktor yang mempengaruhi perubahan sikap dan perilaku pedagang

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perubahan sikap dan perilaku dalam berdagang. Faktor-faktor itu adalah sebagai berikut:¹⁴

1) Efisiensi

Efisiensi dapat dirumuskan sebagai suatu teknik operasional yang berdampak pada pencapaian tujuan secara optimal dan efektif, sehingga sumber daya, waktu, potensi, dan modal termanfaatkan secara penuh tanpa terbuang. Sejalan dengan itu, suatu manajemen yang sukses dapat diartikan sebagai cara yang tidak saja efektif dalam mencapai tujuan, tetapi juga efisien dalam memanfaatkan sumber daya.

2) Perubahan Lingkungan

Dinamika lingkungan ditunjukkan oleh perubahan yang sedemikian cepat terjadi dalam segala bidang. Perubahan lingkungan yang relevan dengan manajemen adalah polusi. Polusi lingkungan adalah akibat dari pengeksploitasian sumber daya industrialisasi. Banyak ahli ekologi (ilmu yang mempelajari hubungan manusia dengan lingkungannya) melihat kemungkinan kerusakan sumber daya yang tidak dapat tergantikan kembali.

¹³ Nase Saefudin Zuhri, *Kewirausahaan Kajian Perspektif Umum dan Islam*, (Bandung: Plater Media Kreasi, 2016), hlm. 88.

¹⁴ *Ibid.*, hlm. 89.

Manajer dalam suatu organisasi sebagaimana masyarakat profesi dan akademisi saat ini mulai menunjukkan minat terhadap ekologi. Telah disadari bahwa tindakan nyata harus diambil untuk meningkatkan kegiatan pengusaha sehingga mereka tidak menyebabkan perubahan lingkungan yang drastis dan merusak.

3) Perubahan Sosial

Perubahan dalam masyarakat yang dapat muncul adalah pertumbuhan populasi, perubahan kebutuhan masyarakat dan variasi aspek-aspek pengembangan. Hasilnya, seorang pengusaha harus berubah untuk memuaskan kebutuhan masyarakat.

4) Persaingan

Persaingan termasuk pada usaha yang menjual produk-produk sejenis dan memberikan layanan yang sama sehingga bersaing untuk mendapatkan pelanggan yang sama. Terlepas dari barang dan jasa yang ditawarkan, anda akan selalu dihadapkan dengan persaingan, bahkan persaingan terjadi walaupun anda menawarkan barang atau jasa yang tidak sama dengan pesaing anda.

Dengan demikian, mengenai persaingan akan membantu anda mengerti secara total lingkungan usaha dimana anda berusaha. Jika anda tidak tahu bagaimana persaingan anda bereaksi terhadap rencana anda, anda mungkin menjalankan bisnis anda secara tidak efisien. Persaingan membuat seorang pengusaha meningkatkan kualitas barang dan jasanya secara berkelanjutan. Ini berarti mutu barang atau jasa meningkat seiring dengan waktu.

5) Perubahan Teknologi

Teknologi secara berkala berubah sesuai dengan permintaan konsumen. Pengembangan teknologi baru dilakukan untuk menghasilkan produk atau jasa baru.

Pengusaha seharusnya menyadari bahwa pengembangan teknologi baru akan mempengaruhi kegiatan usahanya.

Ketergantungan anda terhadap teknologi ditentukan oleh lingkungan dimana kegiatan usaha anda beroperasi, dan kesuksesan usaha anda tergantung pada produk itu sendiri, metode produksi dan strategi pemasarannya. Penerapan teknologi baru juga dipengaruhi oleh sifat dan keagresifan pesaing, ukuran keseluruhan industri dan tingkat pertumbuhan.

6) Perubahan Minat

Pengusaha menggunakan perilaku mereka untuk mengendalikan situasi. Sikap mental positif membantu untuk tetap fokus pada kegiatan saling diminati dan hasil yang ingin dicapai. Sebagai tambahan, pengalaman, ketekunan, dan kerja keras adalah inti suksesnya seorang pengusaha.

c. Syarat dan Kriteria perilaku pedagang Sukses

Seorang pedagang harus mau menghadapi tantangan dan resiko yang ada. Resiko dijadikan sebagai pemacu untuk maju. Sedikitnya ada delapan anak tangga yang meliputi keberhasilan seorang pedagang dalam mengembangkan profesinya, yaitu:¹⁵

1) Kerja Keras

Kerja keras merupakan modal keberhasilan seorang pedagang. Setiap pengusaha yang sukses menempuh kerja keras yang sungguh-sungguh dalam usahanya.

2) Kerja Sama dengan Orang Lain

Kerja sama dengan orang lain dapat diwujudkan dalam lingkungan pergaulan

¹⁵ Nase Saifudin Zuhri, *Kewirausahaan Kajian Perspektif Umum dan Islam*, (Bandung : Plater Media Kreasi, 2016), hlm. 91.

sebagai langkah pertama untuk menembangkan usaha. Seorang pedagang harus murah hati, mudah bergaul, ramah, dan disenangi masyarakat dan menghindari perbuatan yang merugikan orang lain.

3) Penampilan yang Baik

Penampilan yang baik ditentukan pada penampilan perilaku yang jujur dan disiplin.

4) Yakin

Seorang pedagang harus yakin kepada diri sendiri, yaitu keyakinan untuk maju dan dilandasi ketekunan dan kesabaran.

5) Pandai Membuat Keputusan

Seorang pedagang harus dapat membuat keputusan. Jika dihadapkan pada alternative sulit, dengan cara pertimbangan yang matang, jangan ragu-ragu dalam mengambil keputusan yang baik sesuai dengan keyakinan.

6) Mau Menambah Ilmu Pengetahuan

Dengan menambah ilmu pengetahuan, terutama dibidang usaha, diharapkan seorang pedagang dapat mendukung kemampuan dan kemajuan dalam usaha.

7) Ambisi untuk Maju

Tanpa ambisi yang kuat, seorang pedagang tidak akan dapat mencapai keberhasilan. Ambisi yang kuat, harus diimbangi dengan usaha yang keras dan disiplin dari yang baik.

8) Pandai Berkomunikasi

Seorang pedagang harus dapat menarik orang lain dengan tutur kata yang baik, sopan, jujur dan percaya diri. Dengan demikian akan memberi kesan kepada orang lain menjadi tertarik dan orang akan percaya dengan apa yang disampaikan.

Sedangkan sifat-sifat yang harus dimiliki oleh seorang pedagang, antara lain sebagai berikut:¹⁶

1) Percaya Diri

Orang yang tinggi percaya dirinya adalah orang yang sudah matang jasmani dan rohaninya. Karakteristik kematangan seseorang adalah ia tidak tergantung pada orang lain, memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi, obyektif, dan krisis, emosionalnya stabil, tidak gampang tersinggung, dan naik pitam.

2) Berorientasi pada Tugas dan Hasil

Berbagai motivasi akan muncul dalam bisnis jika kita berusaha menyingkirkan prestise. Kita akan mampu bekerja keras, enerjik, tanpa malu dilihat teman, asal yang kita kerjakan halal.

3) Pengambilan Resiko

Pedagang penuh resiko dan tantangan, seperti persaingan, harga turun naik, barang tidak laku dan sebagainya. Namun semua tantangan ini harus dihadapi dengan penuh perhitungan.

4) Kepemimpinan

Pemimpin yang baik harus mau menerima kritik dari bawahan, ia harus bersifat responsif.

5) Keorisinilan

Yang dimaksud orisinal disini ialah tidak hanya mengekor kepada orang lain, memiliki pendapat sendiri, ada ide yang orisinal, ada kemampuan untuk melaksanakan sesuatu. Orisinal tidak berarti baru sama sekali, tetapi produk tersebut mencerminkan hasil kombinasi baru atau reintegrasi dari komponen-komponen yang

¹⁶ Nase Saefudin Zuhri, *Kewirausahaan kajian perspektif umum dan islam*, (Bandung; Plater Media Kreasi,2016), hlm. 92.

sudah ada, sehingga melahirkan sesuatu yang baru.

6) Berorientasi ke Masa Depan

Untuk menghadapi pandangan jauh kedepan, seorang pedagang akan menyusun perencanaan dan strategi yang matang, agar jelas langkah-langkah yang akan dilaksanakan.

7) Kreativitas

Menurut Conny Setiawan, kreativitas diartikan sebagai kemampuan untuk menciptakan suatu produk baru. Produk baru artinya tidak perlu seluruhnya baru, tapi dapat merupakan bagian-bagian produk saja, contoh: seorang pedagang membuat berbagai kreasi dalam kegiatan usahanya, seperti susunan barang, pengaturan rak pajang, menyebarkan brosur promosi, dan sebagainya. Jadi kreativitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru atau melihat hubungan-hubungan baru antara unsur, data, variabel yang sudah ada.

2. Etika Bisnis Islam

a. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika merupakan bahasa yang dikenal masyarakat pada umumnya yang dianggap sepadan dengan moral (moralitas) dan akhlak. Dalam bahasa Arab, disamping kata akhlak terdapat kata lain yang sejenis dengan akhlak, yaitu kata *adab*.¹⁷ Kata etika berasal dari bahasa Yunani yaitu *ethos* yang mempunyai arti adat, akhlak, watak, perasaan, sikap dan cara berfikir atau berarti adat istiadat. Dapat

¹⁷ Ernie Tisnawati Sule dkk, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2016), hlm. 49.

dikatakan pula bahwa, etika adalah filsafat tentang nilai-nilai, kesusilaan tentang baik dan buruk.¹⁸

Menurut Endang Syaifuddin Anshari, etika sama dengan akhlak. Akhlak berarti perbuatan dan ada sangkut pautnya dengan kata-kata Khaliq (pencipta) dan makhluk (yang diciptakan). Pengertian akhlak berasal dari kata jamak dalam bahasa arab *akhlak*. Kata *mufrad*-nya adalah *khuluq*, yang berarti *sajiyah* (perangai), *murū'ah* (budi), *thab'ah*, dan *adab* (kesopanan).¹⁹

Manusia sebagai wakil (Khalifah) tuhan dibumi tidak mungkin bersifat individualistik karena semua (kekayaan) yang ada dibumi adalah milik Allah semata, dan manusia adalah kepercayaan dibumi.

Bisnis adalah seluruh kegiatan yang diorganisasikan oleh orang-orang yang berkecimpung didalam bidang perniagaan (produsen, pedagang, konsumen, dan industri dimana perusahaan berada) dalam rangka memperbaiki standar serta kualitas hidup mereka.²⁰

Etika bisnis adalah aturan-aturan yang menegaskan suatu bisnis boleh bertindak dan tidak boleh bertindak, dimana aturan-aturan tersebut dapat bersumber dari aturan tertulis maupun aturan yang tidak tertulis.²¹

Etika bisnis terkait dengan masalah penelitian terhadap kegiatan dan perilaku bisnis yang mengacu pada kebenaran atau kejujuran berusaha (bisnis) kebenaran

¹⁸ Murti Sumarni dan John Suprihanto, *Pengantar Bisnis: Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan*, (Yogyakarta: Liberty, 1995), hlm. 23.

¹⁹ Indri, *Hadist Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hlm. 324.

²⁰ Husein Umar, *Study Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2003), hlm. 4.

²¹ Irham Fahmi, *Etika Bisnis Teori, Kasus, dan Solusi*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 3.

disini yang dimaksud adalah etika standar yang secara umum dapat diterima dan diakui prinsip-prinsipnya baik oleh masyarakat, perusahaan, dan individu.²²

Bisnis Islam ialah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram, sebagaimana Firman Allah SWT.²³

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ وَتُدْخِلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِيَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Dan janganlah sebagian kamu memakan harta sebagian yang lain diantara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui. (Surat Al-Baqoroh [2]: 188)²⁴

Etika bisnis islam sebenarnya telah diajarkan Nabi Muhammad SAW saat menjalankan perdagangan. Karakteristik Nabi Muhammad SAW, sebagai pedagang adalah selain dedikasi dan keuletannya juga memiliki sifat *shiddiq, fathanah, amanah, dan tabligh*. Ciri-ciri itu masih ditambah istiqamah, yaitu:

- 1) *Shiddiq*, berarti mempunyai kejujuran dan selalu melandasi ucapan, kekayaan dan amal perbuatan atas dasar nilai-nilai yang diajarkan islam. *Istiqamah* atau konsisten dalam iman dan nilai-nilai kebaikan, meski menghadapi godaan dan tantangan. *Istiqamah* dalam kebaikan ditampilkan dalam keteguhan, kesabaran serta keuletan sehingga menghasilkan sesuatu yang optimal.
- 2) *Fathanah* berarti mengerti, memahami, dan menghayati secara mendalam segala yang terjadi tugas dan kewajibannya. Sifat ini akan menimbulkan kreativitas dan kemampuan melakukan berbagai macam inovasi yang bermanfaat.

²² Murti Sumarni dan John Suprihanto, *Pengantar Bisnis: Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan*, (Yogyakarta: Liberty, 1995), hlm. 24.

²³ Veithzal Rivai dan Andi Buchari, *Islamic Economics: Ekonomi Syariah Bukan Opsi, Tetapi Solusi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), hlm. 234.

²⁴ *Ibid.*, hlm. 234-235.

- 3) *Amanah*, tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. *Amanah* ditampilkan dalam keterbukaan, Kejujuran, pelayanan yang optimal, dan ihsan (kebijakan) dalam segala hal.
- 4) *Tabligh*, mengajak sekaligus memberikan contoh kepada pihak lain untuk melaksanakan ketentuan-ketentuan ajaran islam dalam kehidupan sehari-hari (sebagai sumber).

Para pelaku usaha dituntut mempunyai kesadaran mengenai etika dan moral, karena keduanya merupakan kebutuhan yang harus dimiliki. Pelaku usaha atau perusahaan yang ceroboh dan tidak menjaga dan etika, tidak akan berbisnis secara baik sehingga dapat mengancam hubungan sosial dan merugikan konsumen, bukan dirinya sendiri. Etika dijadikan pedoman dalam kegiatan ekonomi dan bisnis, maka etika bisnis menurut ajaran islam juga dapat digali langsung dari Al-Qur`an hadis Nabi.²⁵

b. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Untuk membangun kultur bisnis yang sehat, idealnya dimulai dari perumusan etika yang akan digunakan sebagai norma perilaku sebelum aturan (hukum) perilaku dibuat dan dilaksanakan, atau aturan (norma) etika tersebut diwujudkan dalam bentuk aturan hukum sebagai kontrol terhadap individu pelaku dalam bisnis yaitu melalui penerapan kebiasaan atau budaya moral atas pemahaman dan penghayatannya nilai-nilai dalam prinsip moral sebagai inti kekuatan suatu perusahaan dengan mengutamakan kejujuran, bertanggung jawab, disiplin, berperilaku tanpa diskriminasi.²⁶

²⁵ Veithzal Rivai dan Andi Buchari, *Islamic Economics: Ekonomi Syariah Bukan Opsi, Tetapi Solusi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), hlm. 236-237.

²⁶ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 36.

Demikian pula dalam islam, Etika Bisnis islam harus berdasarkan prinsip-prinsip dasar Etika Bisnis islam yang mencakup.²⁷

1) Kesatuan (*Unity*). Adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh. Dari konsep ini maka islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis dapat terpadu, vertikal atau horizontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem islam.

2) Keseimbangan (*Equilibrium*). Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Surat Al-Maidah: 8 yang berarti:

”Hai orang-orang yang beriman, hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah SWT, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-sekali kebencianmu terhadap satu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah karena adil lebih dekat dengan takwa.”

3) Kehendak bebas (*free will*). Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Kecenderungan manusia untuk terus-menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya melalui zakat, infak, dan sedekah.

²⁷ *Ibid.*, hlm. 45.

- 4) Tanggung Jawab (*Responsibility*). Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya. Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya.
- 5) Kebenaran kebijakan dan kejujuran. Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu kebijakan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap, dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis islam sangat menjaga dan berlaku prefensiv terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis.

c. Ruang lingkup Etika Bisnis Islam

Setelah melihat pentingnya dan urgennya etika bisnis islam apalagi di era modern yang hampir disemua bidang, khususnya bidang bisnis, etika apalagi akhlak islam terabaikan, maka ada baiknya kita tinjau lebih lanjut apa saja sasaran dan lingkup etika bisnis islam itu.

Ruang lingkup etika bisnis islam dikelompokan menjadi empat bagian penting, yaitu:²⁸

²⁸ *Ibid.*, hlm. 47.

- 1) Konsepsi islam dan nilai-nilai yang ada didalamnya.
- 2) Konsep dasar etika bisnis secara umum dan landasan teori-teori yang membentuknya.
- 3) Akhlak islami sebagai fondasi dasar peletakan etika bisnis islam dan masalah-masalah yang terkandung didalamnya perspektif Al-Qur'an dan Al-Hadist.
- 4) Internalisasi akhlak islam dalam bisnis, yang difokuskan pada perilaku produsen, konsumen, distributor bagi perusahaan, pelaku pasar, etika perbankan dan lembaga yang mengatasi persengketaan (*ash-shulh dan at-tahkim*).

d. Konsep Al-Qur'an tentang Bisnis

Sebagaimana kita ketahui bahwa Al-Qur'an adalah sumber nilai sumber dari segala sumber untuk pegangan hidup umat islam. Maka terkait itu, Al-Qur'an telah membicarakan bisnis, sekaligus merupakan bukti bahwa islam memberika perhatian terhadap bisnis sebagai pranata sosial. Bahkan, menurut Afzalurrahman, Al-Quran juga memotivasi usaha komersial dan perdagangan dengan cara memberikan keberanian atau semangat untuk berwiraswasta.

Informasi tentang perdagangan dalam Al-quran tidak terhimpun dalam satu kesatuan surat, akan tetapi terungkap dalam beberapa ayat tersebar dalam berbagai surat. Perdagangan dengan memakai kata *al-tijarah* terdapat pada beberapa surat dan ayat dalam Al-Quran, yaitu pada:²⁹

- a. Allah berfirman dalam Al-Qur'an

أُولَئِكَ الَّذِينَ اشْتَرُوا الضَّلَالَةَ بِالْهُدَىٰ فَمَا رَبِحَت تِّجَارَتُهُمْ وَمَا كَانُوا مُهْتَدِينَ

Mereka itulah orang yang membeli kesesatan dengan petunjuk, maka tidaklah beruntung perniagaan mereka dan tidaklah beruntung perniagaan mereka dan tidaklah mereka mendapat petunjuk. (QS Al-Baqarah: 16)

²⁹ *Ibid.*, hlm. 101.

b. Allah berfirman dalam Al-Qur'an

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Wahai orang-orang yang beriman! janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu. (QS Annisa : 29)

c. Allah berfirman dalam Al-Qur'an

رَجَالٌ لَا تُلْهِهُمُ تِجَارَةٌ وَلَا بَيْعٌ عَن ذِكْرِ اللَّهِ وَإِقَامِ الصَّلَاةِ وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ يُخَافُونَ يَوْمًا تَتَقَلَّبُ فِيهِ
الْقُلُوبُ وَالْأَبْصَارُ

Orang yang tidak dilalaikan oleh perdagangan dan jual beli dari mengingat Allah, melaksanakan solat, dan menunaikan zakat. Mereka takut kepada hari ketika hati dan penglihatan menjadi guncang (hari kiamat). (QS An-nur :37)

B. Penelitian Terdahulu

Sepanjang penelusuran yang peneliti lakukan, peneliti menemukan beberapa penelitian yang terkait dengan perilaku penjual buah-buahan diantaranya penelitian yang dilakukan:

Tabel 2. 1

Penelitian Terdahulu

| No | Nama | Judul | Hasil | Perbedaan |
|----|----------------------------|---|---|---|
| 1. | Siti nur azizaturrohmah | Pemahaman etika berdagang pada pedagang muslim pasar wonokromo surabaya | Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemahaman etika berdagang pada para pedagang muslim pasar | 1. Fokus penelitian ini menunjukkan bahwa pada umumnya pedagang muslim di pasar |

| | | | | |
|----|------------------------------|---|--|---|
| | | | wonokromo surabaya. | wonokromo memahami perdagangan etis berdasarkan prinsip kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan kebenaran dengan cara berdagang yang jujur. |
| 2. | Sitti hikmah marzuki, dkk | Akurasi timbangan pedagang buah muslim pada pasar tradisional di kota watampone | Hasil penelitian menunjukkan bahwa masih ada pedagang yang menjual buah dengan tidak memenuhi takaran timbangan sesuai akad jual beli | 1. Dari sudut pedagang yang dikaji dari segi pedagang adalah kejujuran, amanah, kehalalan, dan ada atau tidak adanya unsur penipuan dalam jual beli. |

| | | | | |
|----|-------------------|---|---|---|
| | | | | <p>2. Fokus penelitian ini tentang akurasi ketepatan timbangan buah pedagang muslim yang ada di Kota Watampone.</p> |
| 3. | Sofyan hakim, dkk | <p>Problematika pedagang buah kaki lima di Kota Palangka Raya</p> | <p>Memberikan informasi kepada pelanggan sesuai dengan kenyataan, timbangan yang tepat, tidak palsu menawarkan, tidak menyelipkan buah busuk.</p> | <p>1. Memahami perdagangan etis berdasarkan kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran.</p> <p>2. Bagaimana peran pemerintah dalam membantu pedagang dalam menjual buah di kota palangkaraya</p> |

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | | | | |
|--|--|--|--|--|

C. Kerangka Pemikiran

Perilaku manusia adalah suatu aktivitas manusia itu sendiri. Secara operasional, perilaku dapat diartikan suatu respons organisme atau seseorang terhadap rangsangan dari luar objek tersebut. Perilaku diartikan sebagai suatu aksi reaksi organisme terhadap lingkungannya. Perilaku baru terjadi bila ada sesuatu yang diperlukan untuk menimbulkan reaksi, yakni yang disebut rangsangan.³⁰

Perilaku pedagang dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor-faktor itu adalah hak kepemilikan (*property right*), kemampuan/kompetensi (*competency/ability*) dan intensif (*intensive*). Sedangkan faktor eksternalnya meliputi lingkungan (*environment*). Dengan demikian, sikap dan perilaku dapat diubah oleh diri sendiri dan atau oleh adanya tekanan/pengaruh lingkungan. Adanya pengaruh dari dalam diri sendiri dan dari luar lingkungan bergaul maka tumbuhlah sikap dan perilaku individu yang spesifik.³¹

“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” (QS. Al muthaffifin [83]:1-3).³²

Aktivitas berdagang itu halal dengan menjalankan aturan-aturan syariat Islam dan menjauhi segala yang dilarang oleh syariat Islam misalnya, pedagang melakukan kecurangan dalam menakar, menimbang, menyembunyikan kecacatan suatu barang, sumpah palsu dan lain sebagainya.

³⁰ Nase Saefudin Zuhri, *Kewirausahaan kajian perspektif umum dan Islam*, (Bandung; Plater Media Kreasi, 2016), hlm. 85.

³¹ *Ibid.*, hlm. 87.

³² Indri, *Hadist Ekonomi Dalam Perspektif Hadist Nabi*, (Jakarta: PRENADA MEDIA GROUP, 2015), hlm. 336.

Syarat dan kriteria perilaku pedagang sukses yaitu kerja keras, kerjasama dengan orang lain, penampilan yang baik, yakin pandai membuat keputusan, mau menambah ilmu pengetahuan, ambisi untuk maju, pandai berkomunikasi.

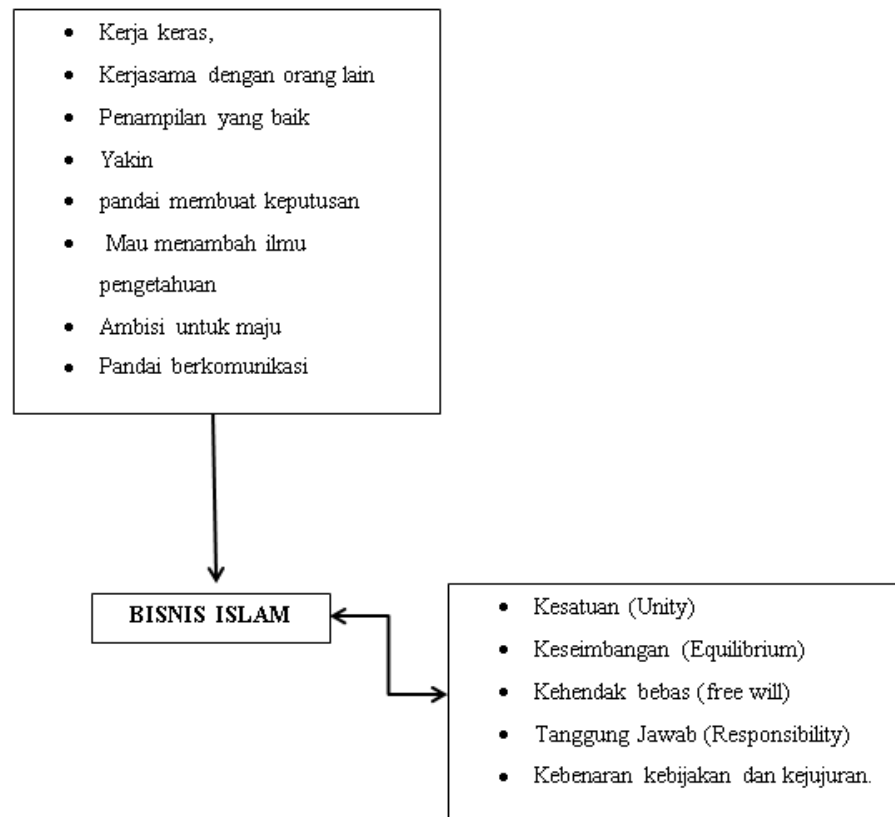
Pentingnya pasar sebagai wadah aktivitas tempat jual beli tidak hanya dilihat dari fungsinya secara fisik, namun aturan, norma dan yang terkait dengan masalah pasar. Pasar jadi rentan dengan sejumlah kecurangan dan juga perbuatan ketidakadilan yang mendzolimi pihak lain. Karena peran penting pasar dan juga rentan dengan hal-hal yang dzolim, maka pasar tidak terlepas dengan sejumlah aturan syariat, yang antara lain terkait dengan perilaku para pedagang dan terjadinya transaksi di pasar.

Etika bisnis adalah aturan-aturan yang menegaskan suatu bisnis boleh bertindak dan tidak boleh bertindak, dimana aturan-aturan tersebut dapat bersumber dari aturan tertulis maupun aturan yang tidak tertulis.³³ Penggabungan etika dan bisnis dapat berarti memaksakan norma-norma agama bagi dunia bisnis, memasang kode etik profesi bisnis, merevisi sistem dan hukum ekonomi, meningkatkan keterampilan memenuhi tuntutan-tuntutan etika pihak-pihak luar untuk mencari aman dan sebagainya. Bisnis yang beretika adalah bisnis yang beretika adalah bisnis yang memiliki komitmen ketulusan dalam menjaga kontrak sosial yang sudah berjalan. Kontrak sosial merupakan janji yang harus ditepati.³⁴

Pedagang sudah bisa dikatakan memenuhi etika bisnis islam jika pedagang sudah menekankan prinsip-prinsip berikut: kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan kebenaran (kebijakan dan kejujuran).

³³ Irham Fahmi, *Etika Bisnis Teori, Kasus, dan Solusi*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 3.

³⁴ Veithzal Rivai dan Andi Buchari, *Islamic Economics: Ekonomi Syariah Bukan Opsi, Tetapi Solusi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), hlm. 234.



Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran