

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Setiap manusia memerlukan harta untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Sehingga, manusia akan senantiasa berusaha untuk memperoleh kekayaan, salah satunya dengan berbisnis atau berdagang. Islam memberikan ruang yang luas bagi manusia untuk mencari penghidupan di dunia, dengan menjadikan bumi sebagai *amanah* dari Allah Swt yang harus dikelola sebaik mungkin demi memenuhi kebutuhan hidup. Dalam QS. Al-Baqarah: 275, Allah menegaskan bahwa “*Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba*”.<sup>1</sup> Hal ini menunjukkan bahwa bisnis perdagangan atau jual beli sangat dianjurkan dan menjadi salah satu jalan yang diperintahkan oleh Allah Swt.

Bisnis merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia dan dikenal luas oleh berbagai lapisan masyarakat. Dalam kehidupan sehari-hari, bisnis memberikan banyak manfaat karena pada dasarnya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan individu, organisasi maupun masyarakat secara umum. Kegiatan bisnis tidak hanya terbatas pada produksi barang dan jasa, tetapi juga mencakup proses distribusi kepada pihak-pihak yang membutuhkan serta berbagai aktivitas pendukung

---

<sup>1</sup> Qur'an Kemenag, “Qs. Al-Baqarah Ayat 275,” LPMQ, 2022.

lainnya. Selain itu, bisnis juga berperan sebagai sumber penghasilan dan penyedia lapangan kerja bagi banyak orang.<sup>2</sup>

Dalam perspektif Islam, bisnis dipandang sebagai upaya manusia untuk meraih keridhaan Allah swt. Aktivitas bisnis tidak semata-mata berorientasi pada kepentingan duniawi, tetapi juga mencakup tujuan kehidupan di akhirat dan dianggap sebagai bentuk ibadah dalam rangka memakmurkan bumi.<sup>3</sup> Tegasnya berbisnis bukan mencari keuntungan dalam materi semata, tetapi juga dilandasi kesadaran untuk memberikan kemudahan orang lain serta mengharap ridha Allah Swt. Karena pada dasarnya prinsip-prinsip dalam bisnis Islam menekankan adanya tanggung jawab manusia karena manusia adalah makhluk sosial yang saling membutuhkan satu sama lain.

Islam mengatur agar aktivitas ekonomi di pasar berlangsung secara adil dan seimbang. Islam tidak membenarkan seorang pedagang yang berusaha memenuhi keinginan dan tujuannya dengan cara semena-mena, termasuk menggunakan segala cara yang tidak dibenarkan seperti melakukan kecurangan, penipuan dan ketidakjujuran. Prinsip-prinsip bisnis dalam Islam didasarkan pada kejujuran, keadilan, dan keridhaan kedua belah pihak, sebagaimana disebutkan dalam Al-Qur'an pada surah An-Nisa' ayat 29:

---

<sup>2</sup> Indah Yuli Astuti and Syakir Jamaluddin, "Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Muslim (Studi Pada Pedagang Di Pasar Karangobar Kabupaten Banjarnegara)," no. 1 (2019), hlm. 2.

<sup>3</sup> *Ibid.*

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ بِيَعَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” QS. Al-Nisā' [4]:29.<sup>4</sup>

Dalam Islam secara tegas Rasulullah SAW pernah bersabda bahwa “perdagangan (bisnis) adalah suatu lahan yang paling banyak mendatangkan keberkahan”. Dengan demikian, perdagangan atau kegiatan bisnis tampaknya menjadi arena yang sangat menguntungkan. Penting untuk dipahami bahwa praktik bisnis yang harus diikuti oleh setiap orang adalah sesuai dengan ajaran agama Islam yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, Islam memberikan klasifikasi perbuatan yang diperbolehkan (halal) dan perbuatan yang dilarang (haram).<sup>5</sup>

Perkembangan ekonomi yang sangat pesat memicu tingkat persaingan bisnis yang semakin ketat. Adanya budaya konsumtif yang muncul akibat dari perkembangan zaman semakin mendorong pelaku bisnis untuk memenuhi berbagai kebutuhan dan keinginan masyarakat. Perkembangan bisnis dalam ekonomi Islam menuntut integritas moral yang tinggi, dimana pengetahuan etika bisnis Islam dan religiusitas menjadi

<sup>4</sup> Qur'an Kemenag, “Qs. Al-Nisa Ayat 29,” LPMQ, 2022.

<sup>5</sup> Novita Ambarsari and Luhur Prasetyo, “Perilaku Pedagang Di Pasar Wisata Plaosan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam,” *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* 2, no. 1 (2022), hlm. 122.

pondasi utama dalam membentuk perilaku pedagang Muslim.<sup>6</sup> Jika dilihat dari fenomena yang ada, dengan persaingan yang begitu ketat semakin banyak pergeseran etika dalam dunia bisnis, banyak pelaku bisnis yang bersikap amoral, menggunakan berbagai cara untuk mendapat keuntungan bisnis mereka, seperti dalam kasus penipuan, transaksi riba, mengambil keuntungan terlalu besar dan ketidaktransparan harga.<sup>7</sup>

Perilaku pedagang merupakan tindakan atau aktivitas yang dilakukan dalam proses menyalurkan barang atau jasa kepada konsumen. Pada hakikatnya, perilaku sangat berkaitan dengan etika di mana individu yang memiliki etika yang baik cenderung menunjukkan perilaku yang baik pula. Perilaku tersebut juga mencerminkan akhlak seseorang, termasuk dalam kegiatan berdagang. Seorang pedagang Muslim, yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah, seharusnya menunjukkan perilaku yang baik dan sesuai dengan nilai-nilai Islam.<sup>8</sup>

Islam sebagai agama yang komprehensif menjadikan etika sebagai landasan utama dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis. Etika bisnis dalam Islam menekankan pada nilai-nilai kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab. Seorang pedagang Muslim sejati tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan, tetapi juga memandang kegiatan bisnis sebagai bentuk ibadah dan upaya untuk mendekatkan diri kepada

---

<sup>6</sup> Astuti and Jamaluddin, "Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Muslim (Studi Pada Pedagang Di Pasar Karangkobar Kabupaten Banjarnegara)" hlm. 3.

<sup>7</sup> Risma Ayu Kinanti Dkk, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2022), hlm. 17.

<sup>8</sup> Delly Damayanti, dkk, "Ekonomi Dan Bisnis Percikan Pemikiran Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo (Jilid 1)" (PT. Nasya Expanding Management, 2024), hlm. 186.

Allah (*taqarrub ilallah*). Keuntungan yang diperoleh bukanlah tujuan akhir, melainkan alat untuk menunaikan kewajiban agama dan memberi manfaat kepada orang lain.<sup>9</sup>

Etika merupakan penunjang dari komponen bisnis, terutama dalam hal tindakan dan perilaku pribadi. Etika bisnis Islam merupakan seperangkat nilai tentang baik dan buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip moralitas yang berlandaskan nilai-nilai syariah.<sup>10</sup> Prinsip ini berfungsi sebagai pengendali dalam aktivitas ekonomi dan perdagangan, karena didasari nalar ilmu dan agama untuk menilai benar atau salah. Dengan demikian perilaku etis dalam bisnis Islam adalah perilaku yang selaras dengan perintah Allah Swt dan menjauhi larangan-Nya.

Selain etika, tingkat religiusitas juga memiliki peran penting dalam membentuk perilaku pedagang. Religiusitas mencerminkan sejauh mana seseorang memahami, mengamalkan, dan meresapi ajaran agamanya dalam kehidupan sehari-hari. Religiusitas merupakan penghayatan mendalam terhadap nilai-nilai ajaran agama yang tercermin dalam ketaatan dan ketertarikan seseorang untuk melaksanakan seluruh perintah serta menjauhi larangan agama, baik dalam kehidupan pribadi maupun aktivitas sosial dan ekonomi.<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> Arya Arwanda, Murah Syahrial, and Saharudin, "Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islam Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Pakaian Pada Desa Kotabaru Keritang Indragiri Hilir Perspektif Ekonomi Syariah," *Jurnal Bisnis Manajemen* 2, no. 4 (2024), hlm. 1233.

<sup>10</sup> Malahayatie, *Konsep Etika Bisnis Islam (Suatu Pengantar)*, Sefa Bumi Persada (Lhokseumawe: Sefa Bumi Persada, 2022), hlm. 16.

<sup>11</sup> Said Alwi, *Perkembangan Religiusitas Remaja, Kaukaba Dipantara* (Yogyakarta: Kaukaba Dipantara, 2014), hlm. 1-2.

Dalam konteks bisnis, religiusitas diwujudkan melalui sikap dan perilaku pengusaha atau pedagang yang menjalankan usahanya sesuai perintah Allah Swt. Konsep religiusitas mencakup seluruh aspek kehidupan, sehingga dalam Islam, pengamalan agama tidak terbatas pada ibadah ritual, melainkan juga tercermin dalam berbagai aktivitas, termasuk dalam praktik bisnis sehari-hari. Semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, semakin besar kemungkinannya untuk menerapkan etika bisnis yang sejalan dengan prinsip-prinsip Islam. Sebaliknya, rendahnya religiusitas kerap menjadi faktor yang mendorong munculnya perilaku tidak etis dalam dunia usaha.

Berdasarkan hasil wawancara, peneliti memperoleh informasi bahwa beberapa pembeli sayur, sembako dan makanan di Pasar Buniseuri mengaku pernah merasa tertipu oleh beberapa pedagang. Bentuk penipuan yang sering dilakukan adalah bahwa pedagang pedagang berbohong tentang kualitas barang yang mereka jual, mencampur barang yang kualitasnya buruk dengan kualitas bagus,<sup>12</sup> menjual dengan harga yang lebih tinggi dibanding dengan harga pedagang yang lain,<sup>13</sup> mencurangi timbangan, menyembunyikan barang dagangan yang cacat,<sup>14</sup> dan masih banyak kecurangan yang lainnya.

Pasar Buniseuri merupakan salah satu pasar tradisional yang beroperasi di Kecamatan Cipaku, Kabupaten Ciamis dan beralamat di Jalan Raya Buniseuri. Berdasarkan data dari pihak desa yang merupakan

---

<sup>12</sup> Didah Faridah, "Wawancara," Buniseuri, 25 Juli 2025.

<sup>13</sup> Entin Suryatin, "Wawancara," Buniseuri, 25 Juli 2025.

<sup>14</sup> Enung Elly, "Wawancara," Buniseuri, 25 Juli 2025.

pengelola, Pasar Buniseuri adalah pasar harian dengan jam operasional pukul 04.00-16.30 WIB. Dan memiliki luas lahan sebesar 1.700 m<sup>2</sup> yang menampung sebanyak 100 pedagang aktif. Para pedagang di pasar ini terbagi ke dalam beberapa kategori usaha, diantaranya pedagang sayuran, sembako, makanan, pakaian, serta jenis dagangan lainnya yang mencerminkan keragaman komoditas yang ditawarkan kepada konsumen. Berdasarkan data demografis 70% dari total pedagang di Pasar Buniseuri adalah perempuan.<sup>15</sup>

Hasil studi pendahuluan yang peneliti lakukan terhadap 30 pedagang di Pasar Buniseuri menunjukkan bahwa 70% pedagang mengetahui etika bisnis Islam. Akan tetapi, tingkat pengetahuan yang dimiliki berbeda-beda, mulai dari yang hanya sebatas tahu hingga ada yang memahami secara lebih mendalam prinsip-prinsipnya. Meskipun sebagian besar pedagang di Pasar Buniseuri mengetahui etika bisnis Islam, pada kenyataannya masih banyak pedagang di Pasar Buniseuri justru tidak memperhatikan atau menerapkan pengetahuan dan nilai yang telah mereka miliki dan pelajari. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan yang dimiliki dengan perilaku yang ditunjukkan. Adapun pedagang yang dijadikan responden dalam studi pendahuluan ini, meliputi pedagang sayuran, sembako, makanan, dan bahan pangan, yang merupakan jenis pedagang dominan di Pasar Buniseuri.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Nurdin Sudrajat Kasi Pelayanan, "Wawancara," Buniseuri, 07 Agustus 2025.

<sup>16</sup> Viona Vinastia, "Observasi," Buniseuri, 27 Agustus 2025.

Seluruh pedagang yang beraktivitas di Pasar Buniseuri diketahui memeluk agama Islam, sehingga nilai-nilai keagamaan berpotensi memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku dan praktik bisnis yang dijalankan. Dalam konteks ini, pengetahuan etika bisnis Islam dan tingkat religiusitas menjadi acuan penting dalam membentuk kepribadian pedagang yang jujur, *amanah* dan bertanggung jawab sebagaimana prinsip-prinsip etika yang diajarkan oleh Rasulullah SAW.

Kepribadian berperan dalam menjembatani hubungan antara pengetahuan dan religiusitas dengan perilaku pedagang. Nilai-nilai yang dipahami dari etika bisnis Islam dan religiusitas membentuk pola kepribadian terlebih dahulu daripada memengaruhi perilaku pedagang. Kepribadian secara umum diartikan sebagai karakteristik psikologis seseorang, yang menjadi dasar berpikir, merasakan dan bertindak. Artinya setiap tindakan atau perilaku seseorang dipengaruhi oleh pola psikologis yang relatif menetap dalam dirinya.<sup>17</sup> Oleh karena itu, kehadiran variabel kepribadian sebagai variabel intervening menjadi sangat relevan untuk menjelaskan bagaimana pengetahuan dan religiusitas dapat mengubah perilaku bisnis yang sesuai dengan prinsip Islam.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Arya Arwanda, dkk<sup>18</sup> menunjukkan bahwa perilaku pedagang dipengaruhi oleh pengetahuan etika

---

<sup>17</sup> Cepi Triatna, *Perilaku Organisasi Dalam Pendidikan* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), hlm. 40.

<sup>18</sup> Arwanda, Syahrial, and Saharudin, "Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islam Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Pakaian Pada Desa Kotabaru Keritang Indragiri Hilir Perspektif Ekonomi Syariah." no. 4 (2024).

bisnis Islam dan religiusitas. Seorang Muslim yang memiliki pengetahuan etika bisnis Islam dan tingkat religiusitas yang tinggi akan memiliki kepribadian yang baik, sehingga senantiasa berusaha menerapkan ajaran Islam dalam kegiatan berdagang. Sejalan dengan penelitian Dhea Putri Andriani, dkk<sup>19</sup> bahwa ada pengaruh positif yang signifikan antara variabel etika bisnis Islam dalam persaingan usaha terhadap perilaku pedagang Muslim. Selanjutnya hasil penelitian Susriyanti, dkk<sup>20</sup> menyatakan bahwa etika bisnis Islam berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang, dan kepribadian mampu memoderasi secara signifikan hubungan antara etika bisnis Islam dan perilaku pedagang.

Meskipun penelitian-penelitian terdahulu memberikan landasan yang kuat, terdapat beberapa keterbatasan penelitian, terutama karena sebagian besar hanya menguji pengaruh langsung antarvariabel dan belum menempatkan kepribadian sebagai variabel intervening secara spesifik. Selain itu, perbedaan konteks lokasi penelitian menyebabkan hasilnya belum dapat digeneralisasikan pada pedagang Muslim di Pasar Buniseuri.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, penulis tertarik untuk meneliti secara mendalam pengaruh pengetahuan etika bisnis Islam dan religiusitas terhadap perilaku pedagang Muslim di Pasar Buniseuri Kabupaten Ciamis dengan menempatkan kepribadian sebagai

---

<sup>19</sup> Dhea Putri Andriani, Puji Aryani, and Harisna Rais, "Pengaruh Pemahaman Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Usaha Terhadap Perilaku Pedagang Muslim Di Pasar Aceh Kota Banda Aceh," *Jurnal Ekonomi Islam Dan Perbankan Syariah* 4, no. 2 (2024): 694–712.

<sup>20</sup> Susriyanti, Sitti Rizki Mulyani, and Fitri Yeni, "Moderation of Islamic Business Ethics to The Personality of Business Behavior," *Quantitative Economics and Management Studies* 3, no. 1 (2022): 34–43.

variabel intervening. Maka peneliti mengangkat judul **“Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islam dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Muslim dengan Kepribadian sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pasar Buniseuri Kabupaten Ciamis)”**.

#### **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah pengetahuan etika bisnis Islam berpengaruh terhadap perilaku pedagang Muslim di Pasar Buniseuri Kabupaten Ciamis?
2. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap perilaku pedagang Muslim di Pasar Buniseuri Kabupaten Ciamis?
3. Apakah pengetahuan etika bisnis Islam berpengaruh terhadap kepribadian pedagang Muslim di Pasar Buniseuri Kabupaten Ciamis?
4. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap kepribadian pedagang Muslim di Pasar Buniseuri Kabupaten Ciamis?
5. Apakah kepribadian berpengaruh terhadap perilaku pedagang Muslim di Pasar Buniseuri Kabupaten Ciamis?
6. Apakah kepribadian memediasi pengaruh pengetahuan etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang Muslim di Pasar Buniseuri Kabupaten Ciamis?
7. Apakah kepribadian memediasi pengaruh religiusitas terhadap perilaku pedagang Muslim di Pasar Buniseuri Kabupaten Ciamis?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang Muslim di Pasar Buniseuri Kabupaten Ciamis.
2. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap perilaku pedagang Muslim di Pasar Buniseuri Kabupaten Ciamis.
3. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan etika bisnis Islam terhadap kepribadian pedagang Muslim di Pasar Buniseuri Kabupaten Ciamis.
4. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap kepribadian pedagang Muslim di Pasar Buniseuri Kabupaten Ciamis.
5. Untuk mengetahui pengaruh kepribadian terhadap perilaku pedagang Muslim di Pasar Buniseuri Kabupaten Ciamis.
6. Untuk mengetahui apakah kepribadian memediasi pengaruh pengetahuan etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang Muslim di Pasar Buniseuri Kabupaten Ciamis.
7. Untuk mengetahui apakah kepribadian memediasi pengaruh religiusitas terhadap perilaku pedagang Muslim di Pasar Buniseuri Kabupaten Ciamis.

### **D. Kegunaan Penelitian**

1. Secara Teoritis
  - a. Sebagai bahan referensi yang diharapkan dapat menambah wawasan bagi pembaca terkait pengetahuan etika bisnis Islam dan religiusitas terhadap perilaku pedagang dengan kepribadian sebagai variabel intervening.

- b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah ilmu ekonomi Islam, khususnya pengetahuan etika bisnis Islam, religiusitas dan perilaku pedagang.

## 2. Secara Praktis

### a. Bagi penulis

Sebagai sarana dan bahan untuk meningkatkan pengetahuan penulis mengenai hubungan pengetahuan etika bisnis Islam dan religiusitas terhadap perilaku pedagang dengan kepribadian sebagai variabel intervening.

### b. Bagi pedagang

Memberi dan menambah wawasan untuk para pedagang. Serta diharapkan penelitian ini menjadikan para pedagang mampu menerapkan etika bisnis Islam dan nilai-nilai religi.