

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Tinjauan Pustaka

##### 1. Pengetahuan Etika Bisnis Islam

###### a. Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan berasal dari kata “tahu”, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia kata tahu memiliki arti antara lain mengerti sesudah melihat (menyaksikan, mengalami, dan sebagainya), mengenal dan mengerti. Pengetahuan menurut KBBI adalah segala sesuatu yang diketahui; kepandaian. Selain itu, pengetahuan juga diartikan sebagai segala sesuatu yang diketahui baik melalui pengamatan, dan pengalaman berkenaan dengan suatu hal.<sup>21</sup>

Proses daya tahu tersebut meliputi kegiatan melihat, mendengar, merasakan, dan berpikir yang menjadi landasan bagi manusia dalam bersikap dan bertindak. Seseorang memperoleh pengetahuan melalui penginderaan terhadap obyek tertentu. Pengetahuan diperoleh sebagai akibat stimulus yang ditangkap panca indera.

Menurut Al-Ghazali, pengetahuan merupakan fondasi utama terbentuknya akhlak dan kepribadian.<sup>22</sup> Pengetahuan setiap orang

---

<sup>21</sup> Darsini, Fahrurrozi, and Eko Agus Cahyono, “Pengetahuan ; Artikel Review,” *Jurnal Keperawatan* 12, no. 1 (2019), hlm. 97.

<sup>22</sup> Toha Machsun, “Pemikiran Pendidikan Akhlak Al-Ghazālī Dan Ibn Miskawayh,” *El-Banat* 8, no. 1 (2018).

pasti berbeda tergantung bagaimana setiap orang mempersepsikan suatu objek atau sesuatu. Pengetahuan seseorang terhadap obyek mempunyai intensitas atau tingkat yang berbeda-beda. Tingkat pengetahuan adalah pedoman yang sangat penting untuk terbentuknya tindakan seseorang (*over behavior*). Secara garis besar ada 6 tingkatan pengetahuan yaitu:<sup>23</sup>

- 1) Tahu (*know*); Tahu merupakan tingkat pengetahuan paling rendah. Tahu diartikan hanya sebagai memanggil memori yang telah ada sebelumnya setelah mengamati sesuatu.
- 2) Memahami (*comprehensif*); Memahami berarti bukan sekedar tahu terhadap obyek tersebut, tetapi dapat menjelaskan dan menginterpretasikan dengan benar tentang objek yang diketahui.
- 3) Aplikasi (*aplication*); Aplikasi atau penerapan diartikan apabila orang yang telah memahami objek yang dimaksud dapat menggunakan atau mengaplikasikan prinsip yang diketahui tersebut pada situasi yang lain.
- 4) Analisis (*analyze*); Analisis adalah kemampuan seseorang untuk menjabarkan kemudiam mencari hubungan antara komponen yang terdapat suatu masalah.

---

<sup>23</sup> Sunaryo, *Psikologi Untuk Keperawatan* (Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC, 2002), hlm. 25-27, <https://www.google.co.id/books/edition/Psikologi/>.

5) Sintesis (*synthesis*); Sintesis adalah suatu kemampuan seseorang untuk merangkum dalam satu hubungan yang logis dari komponen pengetahuan yang dimiliki.

6) Evaluasi (*evaluation*); Evaluasi berkaitan dengan kemampuan seseorang untuk melakukan penilaian terhadap objek tertentu.

Pengetahuan yang dimiliki individu dipengaruhi oleh banyak faktor. Secara umum faktor yang memengaruhi pengetahuan dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu: faktor internal, meliputi usia, intelegensi, pengalaman, dan jenis kelamin; serta faktor eksternal, meliputi pendidikan, pekerjaan, sumber informasi, minat, lingkungan, dan sosial budaya.<sup>24</sup>

#### b. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika secara bahasa berasal dari bahasa Yunani yaitu “*ethos*” yang dalam bentuk jamaknya (*ta etha*) berarti adat istiadat atau kebiasaan. Dalam konteks ini, etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang dianggap baik, baik pada diri seseorang maupun pada suatu masyarakat atau kelompok masyarakat. Kebiasaan ini tercermin dalam pola perilaku yang terus berulang sebagai sebuah kebiasaan.<sup>25</sup>

Secara etimologis, etika mempelajari kebiasaan manusia yang meliputi berbagai konvensi, seperti tata cara, tata krama,

---

<sup>24</sup> Darsini, Fahrurrozi, and Cahyono, “Pengetahuan ; Artikel Review, hlm. 104-106.”

<sup>25</sup> A. Sonny Keraf, *Etika Bisnis Tuntutan Dan Relevansinya, Jurnal Pengantar Bisnis* (Yogyakarta, 1998), hlm. 14.

etiket dan hal-hal serupa. Etika juga dipahami sebagai seperangkat nilai atau norma moral yang dijadikan pedoman oleh individu maupun dalam mengatur perilakunya.<sup>26</sup> Dalam perspektif lain, etika didefinisikan sebagai suatu standar perilaku yang memimpin seseorang dalam mengambil keputusan. Etika juga diartikan sebagai suatu studi berkaitan dengan benar-salah dan pilihan moral yang dilakukan oleh seseorang.<sup>27</sup>

Menurut Johan Arifin yang dikutip oleh Muhammad Rusli terdapat dua macam etika yaitu etika deskriptif dan normatif.<sup>28</sup>

#### 1) Etika Deskriptif

Etika yang menelaah secara kritis dan rasional tentang sikap dan perilaku manusia, secara apa yang dikejar setiap orang dalam hidupnya sebagai sesuatu yang bernilai. Artinya etika deskriptif tersebut berbicara mengenai fakta secara apa adanya, yakni mengenai nilai dan perilaku manusia sebagai suatu fakta yang terkait dengan situasi dan realitas yang membudaya.

---

<sup>26</sup> Lina Marlina and Agus Susanto, *Etika Bisnis Islam* (Tasikmalaya: Unsil library Publisher, 2024), hlm. 42.

<sup>27</sup> Usnan, *Etika Bisnis Islam; Keindahan Ajaran Islam Dalam Berbisnis*, vol. 17 (Yogyakarta: Gerbang Media Aksara, 2022), hlm. 16.

<sup>28</sup> Muhammad Rusli and Muh. Rifki Alisyah, "Penerapan Etika Bisnis Islam Di Zaman Digital (Studi Pada Bukalapak.Com)," *Ats-Tsarwah: Jurnal Hukum Ekonomi* 1, no. 1 (2021): 33, <https://e-journal.stishid.ac.id/index.php/ats-tsarwah/article/view/102>.

## 2) Etika Normatif

Etika yang menetapkan berbagai sikap dan perilaku yang ideal dan seharusnya dimiliki oleh manusia atau apa yang seharusnya dijalankan oleh manusia dan tindakan apa yang bernilai dalam hidup ini. Jadi etika normatif merupakan norma-norma yang dapat menuntun agar manusia bertindak secara baik dan menghindarkan hal-hal yang buruk, sesuai dengan kaidah atau norma yang disepakati dan berlaku dimasyarakat.

Selanjutnya pengertian bisnis, kata “bisnis” dalam bahasa Arab biasanya di ungkapkan dengan kata *at-tijarah*, yang berarti sebuah usaha yang dapat menghasilkan keuntungan.<sup>29</sup> Bisnis secara etimologis berarti usaha, perdagangan, toko, perusahaan, tugas, urusan dan hak. Sementara itu, secara epistemologis bisnis dipahami sebagai kegiatan usaha yang dilakukan oleh individu secara terorganisasi untuk memproduksi atau menjual barang dan jasa dengan tujuan memperoleh laba serta memenuhi kebutuhan masyarakat.<sup>30</sup>

Dalam pengertian yang lebih sempit, bisnis sering diartikan sebagai usaha, perusahaan, atau organisasi yang memproduksi barang dan jasa untuk memperoleh laba. Sementara itu, pendapat

---

<sup>29</sup> A. Kadir, *Hukum Bisnis Syariah Dalam Al-Qur'an* (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2010), hlm. 17-18, <https://books.google.co.id/books?id=931BtwAACAAJ&pg>.

<sup>30</sup> Muhammad Toriq Nurmadiansyah, *Etika Bisnis Islam Konsep Dan Praktek* (Yogyakarta: CV. Cakrawala Media Pustaka, 2021), hlm. 5.

lain mengatakan bahwa bisnis merupakan upaya untuk memenuhi kebutuhan manusia, baik secara individu, organisasi, maupun masyarakat secara luas.<sup>31</sup> Bisnis mencakup berbagai aktivitas seperti produksi, pembelian, penjualan, maupun pertukaran barang dan jasa yang melibatkan individu atau perusahaan.

Etika bisnis didefinisikan sebagai seperangkat nilai tentang baik dan buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam kata lain, etika bisnis Islam mencakup prinsip dan norma yang harus dipegang teguh oleh pelaku bisnis dalam bertransaksi, berperilaku, dan membangun hubungan agar dapat mencapai tujuan bisnisnya dengan cara yang aman dan benar.<sup>32</sup>

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai yang mengatur baik-buruk, benar-salah, serta halal-haram dalam kegiatan bisnis, yang berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah. Dalam hal ini, etika bisnis Islam merupakan pedoman dalam menentukan benar-tidaknya suatu tindakan yang dilakukan seseorang dalam menjalankan usahanya.

---

<sup>31</sup> Tona Aurora Lubis and Firmansyah, *Tata Kelola Dan Perilaku Bisnis Para Pedagang Sayur, Pedagang Ikan, Pedagang Daging Dan Ayam Di Pasar Tradisional* (Jambi: Salim Media Indonesia, 2018), hlm. 1.

<sup>32</sup> Malahayatie, *Konsep Etika Bisnis Islam (Suatu Pengantar)*, Sefa Bumi Persada (Lhokseumawe: Sefa Bumi Persada, 2022), hlm. 16.

c. Prinsip Etika Bisnis Islam

Sonny Keraf, mengemukakan bahwa ada 5 prinsip etika dalam aktivitas bisnis, yaitu:<sup>33</sup>

- 1) Prinsip otonomi, adalah sikap dan kemampuan manusia untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadarannya sendiri tentang apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan. Karena itu, orang yang otonom bukanlah orang yang sekedar mengikuti norma dan nilai moral yang ada begitu saja, melainkan ia melakukannya karena ia tahu dan sadar bahwa sesuatu itu baik.<sup>34</sup>
- 2) Prinsip kejujuran, dalam hal ini kejujuran merupakan kunci keberhasilan suatu bisnis, kejujuran dalam pelaksanaan *control* terhadap konsumen, dalam hubungan kerja dan sebagainya.
  - a) Kejujuran relevan dengan pemenuhan syarat-syarat perjanjian dan kontrak.
  - b) Kejujuran juga relevan dalam penawaran barang dan jasa dengan mutu dan yang sebanding.
  - c) Kejujuran juga relevan dalam hubungan kerja internal suatu perusahaan.
- 3) Prinsip keadilan, menuntut bahwa setiap orang dalam berbisnis diperlakukan sesuai dengan haknya masing-masing dan tidak boleh ada pihak yang dirugikan terhadap hak dan

---

<sup>33</sup> A. Sonny Keraf, *Etika Bisnis Tuntutan Dan Relevansinya*, hlm. 73-81.

<sup>34</sup> Marlina and Susanto, *Etika Bisnis Islam*, hlm. 76.

kepentingannya. Dengan prinsip keadilan ini, diharapkan tidak ada pihak yang merugikan kepentingan orang lain (*no harm*). Maka semua praktik yang mengarah pada ketidakadilan seperti monopoli, kolusi, nepotisme, manipulasi, hak istimewa dan sebagainya harus dilarang sebab merugikan pihak tertentu.<sup>35</sup>

- 4) Prinsip saling menguntungkan (*mutual benefit principle*), menuntut agar bisnis dijalankan sedemikian rupa sehingga menguntungkan semua pihak.
- 5) Prinsip integritas moral, prinsip ini harus dihayati sebagai tuntutan internal dalam diri pelaku bisnis atau perusahaan dengan tetap menjaga nama baiknya.

d. Indikator Pengetahuan Etika Bisnis Islam

Pengetahuan etika bisnis Islam adalah pemahaman seseorang mengenai prinsip dan penerapan etika bisnis yang berlandaskan ajaran Islam. Etika bisnis tidak hanya dipandang sebagai seperangkat aturan praktis, melainkan sebagai sistem nilai yang berakar pada prinsip-prinsip filosofis Islam. Nilai-nilai tersebut kemudian dirumuskan dalam 5 aksioma dasar yang berfungsi sebagai fondasi etis dalam seluruh aktivitas bisnis, yaitu tauhid/kesatuan (*unity*), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak

---

<sup>35</sup> *Ibid.*, hlm. 78.

bebas (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*) dan kebajikan/ihsan (*benevolence*):<sup>36</sup>

1) Tauhid/kesatuan (*unity*)

Tauhid adalah konsep mengesakan Allah Swt, merupakan hubungan vertikal Islam yang menghubungkan antara manusia dengan Allah Swt. Tauhid tidak hanya menegaskan keyakinan pada keesaan Tuhan, tetapi juga menuntut kesatuan dalam seluruh aspek kehidupan. Konsep kesatuan ini mengintegrasikan berbagai bidang dalam kehidupan seorang muslim termasuk kegiatan ekonomi/bisnis ke dalam satu kesatuan yang homogen, dimana seorang muslim tidak boleh memisahkan urusan duniawi dan urusan ukhrawi, karena keduanya bagian dari ibadah kepada Allah Swt.

Selain itu tauhid juga menekankan mengenai pentingnya konsistensi dan keteraturan dalam bertindak. Dalam konteks bisnis, berarti setiap aktivitas ekonomi harus dijalankan dengan kesadaran ibadah, menjaga konsistensi nilai-nilai Islam, serta mengikuti aturan-aturan yang ada, dengan tidak menyalahi batasan-batasan yang telah diberikan.

2) Keseimbangan (*equilibrium*)

Keseimbangan (*'adl*) menggambarkan dimensi horizontal dalam Islam yang berkaitan dengan harmoni menyeluruh di

---

<sup>36</sup> Rafik Issa Beekun, *Islamic Business Ethics* (Library of Congress Cataloging, 2006), hlm. 20-28.

alam semesta. Allah menciptakan segala sesuatu dengan ukuran dan kadar tertentu, sebagaimana firman Allah Swt.

إِنَّا كُلَّ شَيْءٍ خَلَقْنَاهُ بِقَدَرٍ

Artinya: “*Sesungguhnya Kami telah menciptakan segala sesuatu menurut ukuran.*” QS. Al-Qamar [54]:49.<sup>37</sup>

Islam sangat menekankan pentingnya keadilan (‘adl) dalam seluruh aspek kehidupan, termasuk dalam kegiatan berbisnis. Dalam dunia bisnis prinsip keadilan sangat menentukan bagaimana perilaku kebijakan seseorang. Keadilan dalam berbisnis berarti menempatkan segala sesuatu pada tempatnya secara proporsional, serta menjauhi segala bentuk penipuan dan kecurangan.

### 3) Kehendak bebas (*free will*)

Prinsip kehendak bebas dalam Islam berarti manusia memiliki kebebasan untuk memilih dan bertindak, baik sesuai dengan etika maupun sebaliknya. Allah menganugerahkan akal dan kemampuan berpikir kepada manusia agar ia dapat menentukan keputusan dan menentukan jalan hidupnya. Namun kebebasan tersebut tidak bersifat mutlak. Islam menegaskan bahwa kebebasan manusia selalu berada dalam kerangka aturan Allah Swt.

---

<sup>37</sup> Qur’an Kemenag, “Qs. Al-Qamar Ayat 49,” LPMQ, 2022.

Dalam etika bisnis, prinsip kehendak bebas memberikan ruang bagi manusia membuat kontrak, perjanjian, dan kesepakatan dengan pihak lain, tetapi kebebasan ini harus dijalankan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

#### 4) Tanggung jawab (*responsibility*)

Kebebasan yang tidak dibatasi nilai etika, norma, dan hukum akan berujung pada kekacauan, penyalahgunaan hak, bahkan ketidakadilan. Oleh karena itu, Islam menekankan bahwa kebebasan harus selalu beriringan dengan tanggung jawab dan akuntabilitas. Artinya, setiap manusia bebas memilih dan bertindak diantaranya dalam berbisnis, tetapi setiap pilihan itu mengandung konsekuensi yang harus dipertanggungjawabkan, baik kepada Allah maupun kepada sesama manusia.

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌ

Artinya: “Setiap orang bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya” QS. Al-Mudassir [74]:38.<sup>38</sup>

Tanggung jawab dipahami sebagai sikap keseimbangan dalam seluruh aspek kehidupan manusia: antara jiwa dan raga, pribadi dan keluarga, individu dan masyarakat, serta masyarakat dengan masyarakat lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa Islam menuntut manusia untuk tidak hanya memikirkan

---

<sup>38</sup> Qur'an Kemenag, “Qs. Al-Mudassir Ayat 38,” LPMQ, 2022.

kepentingan dirinya sendiri, tetapi juga memperhatikan hak-hak orang lain dan kesejahteraan kolektif.

#### 5) Kebajikan/ihsan (*benevolence*)

Kebajikan/ihsan merupakan suatu tindakan yang bermanfaat bagi orang lain, tanpa harus ada aturan yang mewajibkan untuk melakukan perbuatan itu, karena Allah selalu melihat apa yang kita kerjakan.

Dengan demikian, *ihsan* adalah perilaku yang mendatangkan kemanfaatan bagi orang lain tanpa adanya paksaan maupun tuntutan, melainkan lahir dari kesadaran moral dan spiritual seorang Muslim. Dalam dunia bisnis, penerapan *ihsan* tampak pada sikap tulus dalam pelayanan, kejujuran dalam transaksi, kemurahan hati dalam memberi manfaat lebih kepada konsumen, maupun masyarakat luas.

## 2. Religiusitas

### a. Pengertian Religiusitas

Kata religiusitas berasal dari bahasa Inggris, yaitu dari kata *religion* dan berubah menjadi *religiosity*. Dalam bahasa Indonesia, istilah tersebut diartikan dalam dua kata, yaitu keberagamaan dan religiusitas. Kata agama berakar dari bahasa sansekerta, yaitu “a” yang berarti tidak dan “gama” yang berarti kacau, sehingga agama

dapat diartikan sebagai “tidak kacau” atau “tertib”. Sedangkan pada istilah lain agama diartikan sebagai seperangkat peraturan.<sup>39</sup>

Menurut etimologi, istilah religi berasal dari bahasa latin, yaitu “*religio*”, yang berakar dari kata “*re*” dan “*ligare*” yang berarti mengikat kembali. Definisi ini menunjukkan bahwa dalam agama terdapat aturan dan kewajiban yang harus dipenuhi dan berfungsi untuk mengikat diri seseorang dalam hubungannya dengan Allah, sesama manusia, dan lingkungan alam.<sup>40</sup>

Perbedaan istilah religi atau agama dengan religiusitas. Jika agama merujuk kepada aspek-aspek formal yang berkaitan dengan aturan dan kewajiban, sedangkan religiusitas mengacu pada aspek keagamaan yang telah dihayati dalam hati seseorang. Pandangan serupa disampaikan oleh Dister yang dikutip Said Alwi menyatakan bahwa religiusitas menggambarkan tingkat ketertarikan individu terhadap agamanya, dimana ajaran agama telah diinternalisasi dan dihayati sehingga memengaruhi setiap tindakannya. Dister juga menegaskan bahwa religiusitas dapat dipahami sebagai keberagaman yang mencerminkan sejauh mana seseorang mengamalkan, melaksanakan, dan menghayati ajaran agamanya secara terus menerus.<sup>41</sup>

---

<sup>39</sup> Bambang Suryadi and Bahrul Hayat, *Religiusitas Konsep, Pengukuran, Dan Impelementasi Di Indonesia* (Jakarta Pusat: Bibliosmia Karya Indonesia, 2021), hlm. 7.

<sup>40</sup>*Ibid.*

<sup>41</sup> Said Alwi, *Perkembangan Religiusitas Remaja, Kaukaba Dipantara* (Yogyakarta: Kaukaba Dipantara, 2014), hlm. 1.

Menurut Krauss *et al.* yang dikutip oleh Bambang Suryadi dan Bahrul Hayat, menyatakan bahwa religiusitas merupakan tingkat komitmen individu terhadap agama yang dianut beserta ajaran-ajarannya, yang ditunjukkan oleh sikap dan perilaku yang konsisten dengan komitmen.<sup>42</sup> Menurut ajaran Islam religius merupakan pelaksanaan ajaran agama secara keseluruhan, hal ini sebagaimana tercantum dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 208:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَآفَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, masuklah ke dalam Islam (kedamaian) secara menyeluruh dan janganlah ikuti langkah-langkah setan! Sesungguhnya ia musuh yang nyata bagimu.” QS. Al-Baqarah [2]:208.<sup>43</sup>

#### b. Indikator Religiusitas

Menurut Glock & Stark seperti yang dikutip oleh Said Alwi dalam buku Perkembangan Religiusitas Remaja terdapat lima indikator religiusitas yaitu:<sup>44</sup>

##### 1) Keyakinan (*ideological*)

Dimensi keyakinan merupakan tingkatan sejauh mana seseorang menerima dan meyakini ajaran-ajaran yang bersifat

<sup>42</sup> Bambang Suryadi and Bahrul Hayat, *Religiusitas Konsep, Pengukuran, Dan Impelementasi Di Indonesia* (Jakarta Pusat: Bibliosmia Karya Indonesia, 2021), hlm. 8.

<sup>43</sup> Qur'an Kemenag, “Qs. Al-Baqarah Ayat 208,” LPMQ, 2022.

<sup>44</sup> Said Alwi, *Perkembangan Religiusitas Remaja*, hlm. 2-4.

dogmatik dalam agamanya. Dimensi ini mencerminkan keyakinan bahwa individu yang religius akan berpegang teguh pada pandangan teologis dan mengakui kebenaran doktrin-doktrin tersebut. Misalnya keyakinan pada sifat-sifat Tuhan, adanya malaikat, surga, para Nabi dan lain sebagainya.

2) Peribadatan atau praktek (*ritualistic*)

Dimensi ini mencakup perilaku ketaatan serta berbagai hal yang mencerminkan komitmen seseorang terhadap agamanya. Hal ini menggambarkan sejauh mana seseorang melaksanakan kewajiban-kewajiban ritual dalam agamanya, seperti shalat, zakat, puasa, haji, dan ibadah lainnya.

3) Penghayatan (*experiential*)

Dimensi penghayatan berisikan fakta bahwa semua agama memiliki pengharapan-pengharapan tertentu. Dimensi ini menyertai keyakinan, pengamalan dan peribadatan serta berkaitan dengan perasaan keagamaan yang pernah dialami dan dirasakan seperti merasa dekat dengan Tuhan, tenang saat berdoa, tersentuh mendengar lantunan ayat-ayat kitab al-quran, merasa takut berbuat dosa, hingga merasa senang saat doanya dikabulkan.

4) Pengetahuan agama (*intellectual*)

Dimensi ini mengacu pada harapan bahwa orang yang beragama minimal memiliki sejumlah pengetahuan dasar

tentang keyakinan. Hal ini mencakup seberapa jauh seseorang mengetahui dan memahami ajaran-ajaran agamanya terutama yang ada dalam kitab suci al-quran, dan hadits.

#### 5) Pengamalan (*consequential*)

Dimensi konsekuensi mengacu pada dampak dari keyakinan, praktik, pengalaman dan pengetahuan keagamaan seseorang dalam kehidupan sehari-hari. Dimensi ini menilai sejauh mana ajaran agama memengaruhi perilaku seseorang dalam kehidupan sosial. Dimensi ini memiliki arti sejauh mana perilaku seseorang dalam kehidupan sehari-hari didorong oleh ajaran agama. Misalnya berperilaku jujur dan adil, tidak korupsi dan sebagainya.

Berdasarkan konsep tersebut, keberagamaan seseorang tidak hanya dilihat dari satu atau dua dimensi, tetapi mencakup kelima dimensi yang ada. Dalam Islam, keberagamaan tidak hanya terbatas pada pelaksanaan ibadah ritual semata, melainkan juga tercermin dalam berbagai aktivitas kehidupan lainnya. sebagai sistem yang utuh dan menyeluruh, Islam mendorong pemeluknya untuk mengamalkan ajaran agama secara komprehensif.

### 3. Kepribadian

#### a. Pengertian Kepribadian

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. Pola ini yang kemudian membedakan satu individu dengan individu lainnya. Kepribadian seseorang bersifat unik dan dapat berubah secara teratur dan tumbuh setelah mengalami perubahan.<sup>45</sup>

Terdapat berbagai definisi mengenai kepribadian menurut para ahli. Kreitner dan Kinicki mendeskripsikan kepribadian sebagai gabungan karakteristik fisik maupun mental yang relatif stabil dan membentuk identitas individu. Ciri-ciri tersebut mencakup cara seseorang melihat, berpikir, bertindak serta merasakan yang muncul dari interaksi faktor genetik dan lingkungan. Sementara itu, McShane dan Von Glinow mengartikan kepribadian sebagai pola yang relatif menetap dalam pemikiran, emosi, dan perilaku, yang mencerminkan karakteristik individu sesuai dengan proses psikologis yang mendasarinya.<sup>46</sup>

Kepribadian dalam Islam merupakan akumulasi dari berbagai karakter dan sifat yang melekat pada diri individu yang berwujud pada perilaku sehari-hari yang mengarah pada nilai-nilai Islami.<sup>47</sup> Dari berbagai pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepribadian pada hakikatnya adalah karakteristik individu

---

<sup>45</sup> Cepi Triatna, *Perilaku Organisasi Dalam Pendidikan*, hlm. 40.

<sup>46</sup> Wibowo, *Perilaku Dalam Organisasi* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016), hlm. 15.

<sup>47</sup> Ramon Ananda Paryontri, "Kepribadian Islami Dan Kualitas Kepemimpinan," *UNISIA XXXVII*, no. 82 (2015), hlm. 59.

yang menunjukkan kecenderungan identitas melalui pikiran, emosi, dan perilaku, yang terbentuk dari perpaduan faktor keturunan dan lingkungan yang dapat berubah secara teratur dan tumbuh dalam sebuah perkembangan kehidupan seseorang.

b. Faktor yang Memengaruhi Kepribadian

Faktor yang memengaruhi kepribadian terdiri dari unsur-unsur sebagai berikut:<sup>48</sup>

1) Keturunan (*Heredity*)

Faktor yang ditentukan oleh konsepsi. Faktor yang berupa bawaan sejak lahir seperti salah satu sifat yang dimiliki salah satu dari kedua orang tuanya, temperamen dasar, struktur fisik, sistem saraf, dan aspek biologis lain yang dibawa sejak lahir dan melekat dengan susunan psikologi.

2) Lingkungan (*Environment*)

Faktor lingkungan memainkan peranan penting dalam membentuk kepribadian. Faktor yang menggunakan tekanan pada pembentukan kepribadian diantaranya:

- a) Keluarga, adalah lingkungan pertama yang berperan dalam pembentukan kepribadian diantaranya: sikap orang tua terhadap anak, keharmonisan antara kedua orang tua, keadaan ekonomi keluarga, hubungan keluarga dengan

---

<sup>48</sup> Wibowo, *Perilaku Dalam Organisasi*, hlm. 16-17.

masyarakat sekitar, serta kehidupan keadaan dilingkungan keluarga.

- b) Pendidikan dan pengetahuan, pengaruh pendidikan formal maupun non formal serta pengetahuan yang dimiliki seseorang dapat membentuk pola pikir, sikap dan orientasi nilai yang memengaruhi kepribadian.
- c) Sosial budaya, faktor ini cukup berpengaruh dalam pembentukan pribadi seseorang. Nilai, norma, adat istiadat, serta pengaruh lingkungan sosial membentuk cara individu memandang dirinya dan orang lain.<sup>49</sup>

### 3) Situasi (*Situation*)

Situasi memengaruhi *Heredity* dan *Environment* pada kepribadian. Kepribadian individu, meskipun biasanya stabil dan konsisten, dapat berubah dalam situasi tertentu. Tuntutan yang berbeda dari situasi yang berbeda memerlukan aspek yang berbeda dari kepribadian.

### 4) Pengalaman Hidup (*Life Experience*)

Pengalaman hidup yang dilalui seseorang akan memengaruhi kepribadian. Setiap pengalaman (baik positif maupun negatif) yang dialami individu akan memengaruhi pola perilaku, cara beradaptasi, dan kepribadian yang terbentuk. Pengalaman belajar, hingga pengalaman spiritual

---

<sup>49</sup> Nur Huda Sari, "Pembentukan Kepribadian Melalui Pendidikan Agama Islam," *At – Ta'lim Jurnal Kajian Pendidikan Agama Islam* 5, no. 2 (2023), hlm. 70.

(religiusitas) dapat membentuk karakter, pengendalian diri, dan orientasi hidup.

c. Indikator Kepribadian

Menurut Kreitner dan Kinicki seperti dikutip Wibowo, ada 5 indikator dari kepribadian. Model ini adalah salah satu kerangka paling populer dalam psikologi untuk mengukur kepribadian:<sup>50</sup>

1) *Extraversions*

Menunjukkan kepribadian yang berpandangan keluar dan menggambarkan orang yang memiliki karakteristik ramah, aktif berbicara, suka bergaul dan tegas. Sedangkan karakteristik sebaliknya adalah *introversions*, dengan orientasi pandangan pada dirinya sendiri dengan karakteristik pendiam, pemalu, dan berhati-hati.

2) *Emotional stability/Neuroticism*

Merupakan sifat yang menunjukkan stabilitas emosional atau gangguan emosi. Orang dengan *emotional stability* positif menunjukkan dimensi kepribadian yang cenderung bersifat: tenang, santai, tidak ragu, percaya diri, dan merasa aman. Sedang mereka yang *emotional stability*-nya negatif cenderung gelisah, cemas, tertekan, bermusuhan dan merasa tidak aman.

---

<sup>50</sup> Wibowo, *Perilaku Dalam Organisasi*, hlm.18-20.

### 3) *Agreeableness*

Menunjukkan sifat keramahtamahan atau kesediaan menyetujui. Orang dengan kepribadian *High Agreeableness* mempunyai karakteristik: penuh kepercayaan, dasarnya baik, bekerjasama, berhati lembut, sopan, diasuh baik, empatik, bekerja sama, hangat dan penuh perhatian. Sedangkan orang dengan *Low Agreeableness* cenderung dingin, tidak suka bekerja sama, mudah marah, tidak mudah sepakat, dan menentang.

### 4) *Conscientiousness*

Sifat berhati-hati merupakan dimensi kepribadian yang menggambarkan orang yang mempunyai sifat keberhati-hatian tinggi atau rendah. Individu dengan karakteristik *High Conscientiousness* cenderung bersifat: bergantung, bertanggung jawab, orientasi berprestasi, dan mempunyai disiplin diri. Sedangkan orang dengan *Low Conscientiousness* cenderung sembrono, kurang siap, berantakan, tidak bertanggung jawab, dan tidak dapat dipercaya.

### 5) *Openness to Experience*

Merupakan sifat yang menunjukkan keterbukaan pada pengalaman. Orang yang mempunyai nilai tinggi pada dimensi kepribadian ini mempunyai karakteristik: kreatif, cerdas, imajinatif, ingin tahu, berpikiran luas, dan sensitif. Sedangkan

orang yang mempunyai nilai rendah pada dimensi ini cenderung lebih resisten terhadap perubahan, kurang terbuka pada gagasan baru, dan lebih konvensional serta cara mereka tetap.

Iswan, dkk menyatakan bahwa karakter Islami yang paling penting ditanamkan adalah *siddiq, tabligh, amanah, fathanah*, dan *istiqomah* (STAFI). Kelima sifat dasar ini adalah karakteristik kepribadian Rasulullah saw yang mesti ditanamkan. Karakter mulia yang melekat dalam diri individu merupakan bagian dari kepribadian Islami.<sup>51</sup>

1) *Siddiq* (benar/jujur)

*Siddiq* berarti jujur, yaitu keselarasan antara ucapan, keyakinan, dan perbuatan yang didasarkan pada ajaran Islam. Seseorang yang memiliki karakter *siddiq* tidak mengatakan sesuatu yang bertentangan dengan apa yang diyakininya, serta tidak melakukan perbuatan yang tidak sesuai dengan dengan ucapannya.

Dalam menjalankan suatu bisnis, pedagang wajib berlaku jujur. Jujur mempunyai arti tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ada fakta, tidak berkhianat, serta tidak pernah ingkar janji, dan lain sebagainya. Pedagang harus jujur akan

---

<sup>51</sup> Iswan, Faurisa Rahmi, and Ati Kusmawati, "Pembentukan Karakter Islami Pada Siswa Sekolah Dasar Melalui Pendekatan Konsep Stafi," *Islamadina : Jurnal Pemikiran Islam*, 2019, hlm. 129.

harga dan kualitas produk yang ditawarkan, mengedepankan kebenaran informasi dalam menjelaskan kelebihan dan kekurangan atau cacat produk yang ditawarkan, serta konsisten dengan apa yang dilakukan dan diucapkan.

2) *Tabligh* (menyampaikan)

*Tabligh* berarti komunikatif, terbuka, dan mampu menyampaikan pesan secara jelas serta argumentatif. Seseorang yang memiliki sifat *tabligh*, akan menyampaikan informasi atau sesuatu dengan benar, berbobot dan mudah dipahami.

*Tabligh* dalam berdagang merupakan sikap terbuka dalam menyampaikan informasi. Sejalan dengan *Siddiq* Pedagang harus jujur dalam menyampaikan informasi baik berupa informasi harga maupun kualitas produk yang ditawarkan.

3) *Amanah* (dapat dipercaya)

*Amanah* artinya dapat dipercaya dan bertanggung jawab. Seseorang yang *amanah* akan menjaga kepercayaan, serta berusaha memenuhi kewajiban sesuai dengan aturan atau janji yang telah ditetapkan. *Amanah* juga merupakan salah satu moral keimanan yang harus ditanamkan dan diamalkan dalam setiap aspek kehidupan, baik dalam lingkup pribadi, sosial, maupun profesional.

Sikap *amanah* dalam berbisnis ialah adanya kepercayaan, bertanggung jawab, transparan, dan tepat waktu. Sikap ini sangat dianjurkan dalam aktivitas bisnis, kejujuran dan *amanah* mempunyai hubungan yang sangat erat, karena jika seseorang telah dapat berlaku jujur pastilah orang tersebut *amanah* (terpercaya). Pedagang yang *amanah* akan selalu bertanggung jawab, menepati janji, dan tidak berkhianat serta selalu memperlakukan orang lain sesuai dengan haknya dan tidak menciderainya.

4) *Fathanah* (cerdas)

*Fathanah* diartikan sebagai kecerdasan, kecerdikan, atau kebijaksanaan yang menjadi salah satu sifat mulia yang harus dimiliki seorang Muslim. Bagi seorang Muslim, *fathanah* merupakan strategi hidup dalam menghadapi berbagai persoalan. Allah Swt. telah menganugerahkan potensi terbesar dan paling berharga kepada manusia, yaitu akal. Dengan akal itulah manusia dapat membedakan antara haq (kebenaran) dan kebatilan (kemungkaran).

*Fathanah* dalam bisnis memiliki visi, pemimpin yang cerdas sadar produk dan jasa serta mengerti akan sesuatu dan dapat menjelaskannya. *Fathanah* dapat juga diartikan dengan kecerdikan atau kebijaksanaan. Pedagang harus memiliki sifat *fathanah* yaitu bijaksana, cerdas serta kreatif agar usaha bisa

bekerja efisien dan efektif, serta guna menganalisis persaingan, dan perubahan selanjutnya.

5) *Istiqomah* (konsisten)

*Istiqomah* berarti konsistensi dalam memegang teguh keimanan serta menjalankan nilai-nilai kebaikan meskipun harus menghadapi berbagai godaan dan tantangan. *Istiqomah* dalam kebaikan menunjukkan keteguhan hati, kesabaran, dan keuletan, sehingga memberikan hasil yang maksimal. *Istiqomah* merupakan hasil dari proses yang dilakukan secara terus menerus. Dalam praktiknya, *istiqamah* mencakup keteguhan dalam beribadah kepada Allah Swt., konsistensi dalam menjaga akhlak, serta kesungguhan dalam melaksanakan kewajiban sosial.<sup>52</sup>

*Istiqamah* dalam berdagang merupakan sikap konsisten, tekun, dan komitmen dalam menjalankan bisnis, baik di tengah keberhasilan maupun kegagalan. Hal ini meliputi aspek kejujuran, integritas, berusaha terus-menerus, serta menjaga niat baik di jalan Allah SWT untuk mencapai keuntungan dunia dan akhirat.

---

<sup>52</sup> Irwan Misbach, "Perilaku Bisnis Syariah," *Jurnal Manajemen Dakwah* 5 (2017), hlm. 33-44.

#### 4. Perilaku Pedagang

##### a. Pengertian Perilaku Pedagang

Perilaku berasal dari gabungan kata “peri” yang berarti cara berbuat atau kelakuan, dan “laku” yang berarti perbuatan atau cara menjalankan sesuatu. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Dengan kata lain perilaku adalah suatu reaksi psikis seseorang terhadap lingkungannya.<sup>53</sup>

Perilaku merupakan tindakan atau aktivitas dari manusia itu sendiri yang mencakup berbagai bentuk, seperti berjalan, berbicara, menangis, tertawa, bekerja, menulis, membaca, dan lainnya. Dengan demikian, perilaku manusia dapat diartikan sebagai seluruh aktivitas yang dilakukan, baik yang dapat diamati secara langsung maupun yang tidak terlihat oleh pihak luar.<sup>54</sup>

Dalam pengertian umum perilaku adalah segala tindakan atau perbuatan yang dilakukan makhluk hidup. Perilaku adalah suatu aksi dan reaksi suatu organisme terhadap lingkungannya. Perilaku muncul ketika ada rangsangan yang memicu tanggapan tertentu. Dengan demikian pembentukan atau perubahan perilaku

---

<sup>53</sup> Irwan, *Etika Dan Perilaku Kesehatan* (Yogyakarta: CV. Absolute Media, 2017), hlm. 105.

<sup>54</sup> Nonie Afrianty Dkk, *Ekonomi Mikro Islam* (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2021): 39-40, [https://www.google.co.id/books/edition/Ekonomi\\_Mikro\\_Islam\\_Rajawali\\_Pers/](https://www.google.co.id/books/edition/Ekonomi_Mikro_Islam_Rajawali_Pers/).

dipengaruhi oleh berbagai faktor internal individu, seperti susunan saraf pusat, persepsi, motivasi, emosi dan pengetahuan.<sup>55</sup>

Ada tiga asumsi yang saling berkaitan tentang perilaku manusia. Pertama, perilaku memiliki penyebab; kedua, perilaku digerakan oleh sesuatu; ketiga, perilaku ditujukan pada sasaran atau tujuan. Artinya, perubahan perilaku pada setiap individu terjadi karena adanya penyebab tertentu, tidak muncul secara spontan, serta selalu mengarah pada tujuan tertentu, baik secara khusus maupun umum. Dalam ilmu perilaku, perilaku memiliki ruang lingkup yang mencakup aspek pengetahuan, sikap dan tindakan.<sup>56</sup>

#### 1) Pengetahuan

Pengetahuan adalah hasil dari pengamatan suatu objek. Pengetahuan berfungsi sebagai dasar pengambilan keputusan dan menentukan tindakan yang tepat.

#### 2) Sikap

Sikap adalah respon tertutup terhadap suatu objek. Meskipun tidak dapat diamati secara langsung, sikap dapat dipahami dari perilaku yang ditunjukkan. Pada dasarnya sikap merupakan cerminan dari respon yang konsisten terhadap sesuatu.

---

<sup>55</sup> Irwan, *Etika Dan Perilaku Kesehatan*, hlm. 105-106.

<sup>56</sup> *Ibid.*, hlm. 107.

### 3) Tindakan

Tindakan adalah perwujudan nyata dari pengetahuan dan sikap. Ini merupakan respon yang dapat diamati dan ditunjukkan oleh seseorang terhadap suatu stimulus.

Sedangkan pedagang adalah orang yang berusaha dibidang produksi dan penjualan barang untuk memenuhi kebutuhan kelompok konsumen tertentu dalam masyarakat, khususnya dalam lingkungan informal, dengan tujuan memperoleh keuntungan maksimal. Perdagangan sektor informal dapat dibagi menjadi tiga kategori, yaitu:<sup>57</sup>

#### 1) Penjual borongan (punggawa)

Punggawa adalah istilah di Sulawesi Selatan untuk menyebut pihak yang memiliki cadangan dan penguasaan modal lebih besar, baik di kota maupun desa. Mereka biasanya merupakan wiraswasta yang memodali dan mengatur distribusi barang dagangan.

#### 2) Pengecer besar

Pedagang ini memiliki warung atau kios permanen di pasar. Meskipun bangunannya tetap, penggunaan tempat tersebut bergantung pada persetujuan dan peraturan pemerintah setempat.

---

<sup>57</sup> Lubis and Firmansyah, *Tata Kelola Dan Perilaku Bisnis Para Pedagang Sayur, Pedagang Ikan, Pedagang Daging Dan Ayam Di Pasar Tradisional*, hlm. 126-127.

### 3) Pengecer kecil

Meliputi pedagang pasar yang berjualan di luar area pasar, di tepi jalan, atau kios pinggiran pasar. Mereka membayar biaya yang lebih kecil dibanding pedagang yang memiliki tempat resmi di pasar.

Dari beberapa definisi di atas, dapat dipahami bahwa perilaku pedagang pada dasarnya merupakan tanggapan atau reaksi pedagang terhadap rangsangan maupun kondisi lingkungan di sekitarnya. Hal ini mencerminkan sifat yang dimiliki setiap pedagang dalam merespon reaksi lingkungan terhadap situasi yang terjadi.<sup>58</sup> Perilaku pedagang adalah suatu kegiatan, aktivitas, dan tindakan yang dilakukan oleh pedagang dalam penyaluran barang atau jasa kepada konsumen. Perilaku pedagang merupakan salah satu sikap atau tindakan seseorang dalam melakukan sebuah perdagangan disuatu pasar.

#### b. Faktor-faktor yang Memengaruhi Perilaku Pedagang

Menurut Rafiq Issa Beekun yang dikutip oleh Faisal Badroen, dkk dalam buku *Etika Bisnis dalam Islam* bahwa perilaku etika individu dapat dipengaruhi oleh 3 faktor, yaitu interpretasi terhadap hukum, faktor lingkungan, dan faktor individu dan situasi.<sup>59</sup>

---

<sup>58</sup> Icha Monika and Wafrotur Rohmah, "Analisis Perilaku Pedagang Pasar Dalam Perspektif Etika Bisnis (Studi Kasus Pedagang Pasar Tradisional Mejayan Baru Di Kabupaten Madiun)," 2023, hlm. 4, <https://eprints.ums.ac.id/113052/1/NSPPPPP.pdf>.

<sup>59</sup> Faisal Badroen Dkk, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 55-63.

### 1) Interpretasi terhadap hukum

Sistem hukum dibentuk dengan maksud agar melindungi manusia dari berbagai faktor yang dapat menghilangkan eksistensinya. Islam memiliki produk hukum yang bersifat permanen dan dinamis, yang mana permanen dalam hal akidah dan ibadah, dinamis dalam wilayah muamalah seiring dengan perkembangan zaman.

Pengetahuan Etika Bisnis Islam yang dimiliki oleh seseorang bersumber dari dasar hukum Islam yakni Al-Qur'an dan hadist yang mana itu diperoleh dari sejak kecil, yang perlahan membentuk pola tingkah laku dikehidupannya. Dalam hal ini, pengetahuan etika bisnis Islam termasuk ke dalam faktor interpretasi hukum, sebab melalui pengetahuan tersebut pedagang dapat memahami prinsip-prinsip syariah yang menuntun mereka dalam menjalankan aktivitas usahanya. Jadi bagaimana seseorang menginterpretasikan atau menafsirkan suatu hukum maka itulah yang disebut pengetahuan.

### 2) Faktor lingkungan

Nilai-nilai moral yang dimiliki seseorang merupakan sesuatu yang diperoleh dari luar, ia akan merekam setiap aktivitas yang terjadi dilingkungannya yang membentuk pola tingkah laku bagi kehidupan yang akan datang. Faktor lingkungan membentuk perilaku pedagang, karena lingkungan sosial-

keagamaan tempat pedagang berinteraksi memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pola pikir dan tindakan mereka. Oleh karena itu, religiusitas dapat dikategorikan sebagai faktor lingkungan, sebab tingkat religiusitas pedagang banyak dipengaruhi oleh keluarga, budaya religius, serta praktik ibadah di masyarakat.

### 3) Faktor individu

Hal-hal yang masuk kedalam kategori ini antara lain: pengalaman batin yang merupakan faktor bagi terbentuknya perilaku seseorang. Faktor ini merupakan faktor bawaan atau keturunan (genetis). Faktor individu juga berkaitan dengan keunikan sifat, karakter, dan watak yang melekat pada diri seseorang. Dalam konteks penelitian ini, kepribadian termasuk ke dalam faktor individu. Faktor lainnya adalah kondisi dan situasi, dimana seseorang dihadapkan atas situasi yang harus dilakukan karena suatu tuntutan.

#### c. Indikator Perilaku Pedagang

Ada beberapa indikator yang dapat memengaruhi perilaku pedagang diantaranya:<sup>60</sup>

---

<sup>60</sup> Dindri Nurhaliza Fadila Sari, M. Nazori Madjid, and G.W.I Awal Habibah, "Perilaku Ekonomi Pedagang Pasar 46 Kota Jambi," *Maslahah : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Syariah* 2, no. 1 (2024), hlm. 290-291.

### 1) Takaran/Timbangan

Takaran dan timbangan merupakan ukuran yang sudah memiliki standar tertentu sehingga tidak boleh dikurangi atau dlebihkan. Seorang pedagang harus menyempurnakan takaran dan timbangan yang akurat dan adil serta tidak boleh merugikan hak pembeli. Dengan demikian, menjaga keakuratan takaran dan timbangan menjadi kewajiban yang harus dilakukan setiap pedagang.

### 2) Kualitas barang/produk

Kualitas barang atau produk dapat dipahami sebagai ukuran yang menunjukkan tingkat baik buruknya suatu produk. Kualitas produk mencakup atribut atau sifat yang dideskripsikan di dalam produk dan digunakan untuk memenuhi harapan konsumen. Kualitas produk merupakan hal yang penting yang harus diusahakan oleh setiap pedagang jika ingin barang yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kualitas produk yang baik juga berperan dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan konsumen.

### 3) Keramahan

Secara bahasa ramah dapat diartikan sebagai manis tutur kata dan sikapnya. Dalam pengertian serupa ramah juga dipahami sebagai sifat baik hati, sopan, mudah bergaul serta

menyenangkan ketika berinteraksi dengan orang lain. Keramahan memiliki peranan penting dalam berbagai aspek kehidupan termasuk pekerjaan, salah satunya dalam berdagang. Bagi seorang pedagang, sikap ramah membantu pedagang membangun hubungan baik dengan pembeli dan menciptakan suasana belanja yang menyenangkan.

#### 4) Penepatan Janji

Kepercayaan terbentuk dari perkataan yang jujur serta dapat dipertanggungjawabkan. Dalam konteks jual beli seorang pembeli akan menaruh kepercayaan apabila pedagang mampu menepati apa yang dijanjikan. Pedagang harus menepati janji, baik itu terkait waktu, harga dan kualitas produk. Menepati janji adalah cara penting untuk menjaga kepercayaan pembeli dan menghindari kekecewaan yang dapat merusak reputasi pedagang.

#### 5) Pelayanan

Pelayanan dapat dipahami sebagai upaya membantu dengan menyediakan apa yang dibutuhkan orang lain seperti pembeli. Dalam praktik berdagang, pedagang perlu memperhatikan kebutuhan dan perasaan pembeli dengan memberi kesempatan kepada mereka untuk menyampaikan kebutuhan dan keinginannya, serta memberikan pelayanan dengan sepenuh hati. Pelayanan yang baik mencakup keramahan, kecepatan

dalam merespons, dan kemudahan dalam transaksi untuk kenyamanan pembeli. Pelayanan yang memuaskan dapat meningkatkan loyalitas konsumen.

6) Empati pada pelanggan

Empati pada pelanggan merupakan perhatian yang diberikan pedagang kepada pelanggan secara pribadi, misalnya melalui kemampuan karyawan dalam berinteraksi dengan pelanggan serta upaya pedagang untuk mengenali dan memahami kebutuhan serta keinginan mereka.

7) Persaingan sesama bisnis

Persaingan bisnis dapat diartikan sebagai kondisi dimana para pelaku usaha berusaha secara mandiri untuk menarik konsumen dengan menawarkan harga yang kompetitif dengan kualitas barang atau jasa yang baik, sehingga para konsumen memilih membeli suatu barang dagangan kepada penjual. Dalam menghadapi persaingan, seorang pedagang hendaknya bersaing dengan cara yang sehat, tidak saling menjatuhkan dengan cara-cara tidak etis.

## **B. Penelitian Terdahulu**

Kajian penelitian terdahulu berfungsi sebagai acuan dan pendukung dalam pelaksanaan penelitian ini. Penelitian terdahulu yang dijadikan acuan adalah penelitian yang memiliki satu atau lebih variabel serupa dengan

penelitian ini. Berikut merupakan penelitian terdahulu dengan topik yang sejenis ditunjukkan pada tabel 2.1

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti, Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Susriyanti, Sitti Rizki Mulyani & Fitri Yeni, 2022. <sup>61</sup>	Moderation of Islamic Business Ethics to The Personality of Business Behavior	Hasil yang didapat menunjukkan bahwa etika bisnis Islam berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku pedagang, baik pada saat tidak ada moderasi maupun setelah ada moderasi. Dan kepribadian mampu memoderasi dengan kuat kedua variabel tersebut.
	<b>Persamaan:</b> Meneliti etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang menggunakan variabel kepribadian		
	<b>Perbedaan:</b> Penempatan variabel kepribadian berbeda, dalam penelitian ini variabel kepribadian ditempatkan sebagai variabel moderasi bukan variabel intervening		
2.	Arya Arwanda, Murah Syahrial, Saharudin, 2024. <sup>62</sup>	Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islam dan Religiusitas terhadap Perilaku Pedagang Pakaian: Tinjauan Perspektif Ekonomi Syariah di Desa Kotabaru Keritang, Indragiri Hilir	Hasil penelitian menunjukkan pengaruh positif dan signifikan dari pengetahuan etika bisnis Islam dan religiusitas terhadap perilaku pedagang
	<b>Persamaan:</b> Meneliti pengaruh pengetahuan etika bisnis Islam dan religiusitas terhadap perilaku pedagang		

<sup>61</sup> Susriyanti, Mulyani, and Yeni, "Moderation of Islamic Business Ethics to The Personality of Business Behavior."

<sup>62</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."

	<b>Perbedaan:</b> Variabel tambahan dimana penelitian ini tidak menggunakan kepribadian sebagai variabel intervening serta objek yang digunakan dalam penelitian juga berbeda		
3.	Alva Yenica Nandavita, Putri Salsabila, Dian Merza Zaxhela, Nuraini, 2025. <sup>63</sup>	Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Pedagang Hasil Bumi di Pasar Koga Bandar Lampung)	Secara keseluruhan, penerapan etika bisnis Islam di Pasar Koga Bandar Lampung memberikan dampak yang positif terhadap perilaku pedagang dan hubungan mereka dengan konsumen. Namun pemahaman dan penerapan etika bisnis oleh pedagang masih perlu ditingkatkan.
	<b>Persamaan:</b> Meneliti pengaruh etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang		
	<b>Perbedaan:</b> Dalam beberapa variabel yaitu religiusitas dan kepribadian serta menggunakan pendekatan penelitian yang berbeda		
4.	Besse Nur Ulfa Syafrilinda, Eliyanti Rosmanidar, Yuliana Safitri, 2024. <sup>64</sup>	Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Angso Duo Baru Jambi	Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara variabel etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang muslim, sedangkan pada variabel religiusitas, menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pedagang muslim.
	<b>Persamaan:</b> Variabel yang diteliti yaitu etika bisnis Islam dan religiusitas serta perilaku pedagang Muslim		

<sup>63</sup> Alva Yenica Nandavita et al., "Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 2, no. 1 (2025): 2259–70, <https://teewanjournal.com/index.php/peng/article/view/1256>.

<sup>64</sup> Besse Nur Ulfa Syafrilinda, Eliyanti Rosmanidar, and Yuliana Safitri, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Muslim Di Pasar Angso Duo Baru Jambi," *Jurnal Pendidikan Tambusa* 8, no. 1 (2024): 7514–26.

	<b>Perbedaan:</b> Obejek penelitian, dan variabel tambahan dimana penelitian ini tidak menggunakan kepribadian sebagai variabel intervening		
5.	Dhea Putri Andrian, Puji Aryani, Harisna Rais, 2024. <sup>65</sup>	Pengaruh Pemahaman Etika Bisnis Islam dalam Persaingan Usaha terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Aceh Kota Banda Aceh	Ada pengaruh positif yang signifikan antara variabel etika bisnis Islam dalam persaingan usaha terhadap perilaku pedagang Muslim Di Pasar Aceh Kota Banda Aceh.
	<b>Persamaan:</b> Variabel yang diteliti yaitu etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang Muslim		
	<b>Perbedaan:</b> Objek penelitian berbeda dan juga terdapat variabel berbeda yang tidak diteliti (religiusitas dan kepribadian)		
6.	Aidilla Fitri Febriani, Suhendri, Rosidi, 2023. <sup>66</sup>	Hubungan Religiusitas dan Kematangan Beragama Dengan Kepribadian Siswa MAN 1 Kota Semarang	Terdapat kontribusi positif yang signifikansi religiusitas secara parsial terhadap kepribadian siswa kelas XII MAN 1 Kota Semarang.
	<b>Persamaan:</b> Kesamaan dalam variabel penelitian yaitu hubungan antara variabel religiusitas dan kepribadian		
	<b>Perbedaan:</b> Terdapat perbedaan dalam objek penelitian dan juga terdapat variabel yang berbeda		
7.	Mastura Ab. Wahab, 2017. <sup>67</sup>	Investigating the Nexus Between Personality Traits and Islamic Work Ethics	Temuan penelitian ini mengungkapkan kepribadian <i>openness to experience</i> dan <i>agreeableness</i> berpengaruh signifikan terhadap etika bisnis Islam, sementara <i>emotional instability</i> tidak berpengaruh

<sup>65</sup> Andriani, Aryani, and Rais, "Pengaruh Pemahaman Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Usaha Terhadap Perilaku Pedagang Muslim Di Pasar Aceh Kota Banda Aceh."

<sup>66</sup> Aidilla Fitri Febriani, Suhendri, and Rosidi, "Hubungan Religiusitas Dan Kematangan Beragama Dengan Kepribadian Siswa MAN 1 Kota Semarang," *Jurnal Pendidikan Dan Konseling* 5, no. 2 (2023): 5216–21.

<sup>67</sup> Mastura Ab. Wahab, "Investigating the Nexus between Personality Traits and Islamic Work Ethics," *Asian Academy of Management Journal* 22, no. 1 (2017): 183–213, <https://doi.org/10.21315/aamj2017.22.1.8>.

			terhadap etika bisnis Islam.
	<b>Persamaan:</b> Variabel yang diteliti yaitu kepribadian dan etika bisnis Islam		
	<b>Perbedaan:</b> Berbeda dalam objek penelitian dan juga beberapa variabel yang digunakan		
8.	Catur Fatchu Ukhriyawati, Fanny Islami Nasution, Rahmi Yuliana, Sriwati, 2022. <sup>68</sup>	Pengaruh Pengetahuan, Resiko, Dan Sikap Keuangan, Etika Bisnis, Kepribadian Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pada Pelaku Usaha Mikro Di Lubuk Baja Kota Batam	Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pengetahuan, risiko, sikap keuangan, etika bisnis, kepribadian berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan.
	<b>Persamaan:</b> Kesamaan dalam variabel yang diteliti yaitu etika bisnis Islam, kepribadian terhadap perilaku		
	<b>Perbedaan:</b> Terdapat perbedaan dalam objek penelitian dan beberapa variabel yang digunakan		

Sumber: Data diolah penulis, (2025)

### C. Kerangka Pemikiran

Perilaku pedagang merupakan tindakan atau aktivitas yang dilakukan dalam proses menyalurkan barang atau jasa kepada konsumen. Pada dasarnya, perilaku sangat berkaitan dengan pengetahuan terhadap etika di mana individu yang memiliki pengetahuan etika yang baik akan menunjukkan perilaku yang baik pula. Selain pengetahuan tersebut, tingkat religiusitas juga memiliki peran penting dalam membentuk perilaku

<sup>68</sup> Catur Fatchu Ukhriyawati et al., "Pengaruh Pengetahuan, Resiko, Dan Sikap Keuangan, Etika Bisnis, Kepribadian Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pada Pelaku Usaha Mikro Di Lubuk Baja Kota Batam," *JAP : Jurnal Akuntansi Dan Pajak* 23, no. 2 (2022).

pedagang.<sup>69</sup> Namun, pengetahuan etika bisnis dan religiusitas tidak langsung terwujud dalam perilaku tanpa adanya internalisasi nilai ke dalam diri individu sebagai pembentukan kepribadian.

Kepribadian adalah pola sikap, sifat, dan karakter yang relatif menetap dalam diri seseorang yang memengaruhi cara ia berpikir dan bertindak. Artinya setiap tindakan atau perilaku seseorang dipengaruhi oleh kepribadian. Kepribadian menjadi faktor internal yang mengarahkan perilaku pedagang. Kepribadian yang baik tersebut kemudian menjadi landasan perilaku pedagang.<sup>70</sup>

Etika bisnis Islam didefinisikan sebagai seperangkat nilai tentang benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas sesuai syariah.<sup>71</sup> Etika bisnis Islam merupakan penunjang dari komponen bisnis, terutama dalam hal tindakan dan perilaku pribadi. Pengetahuan etika bisnis Islam adalah pemahaman seseorang mengenai prinsip dan penerapan etika bisnis Islam. Pengetahuan etika bisnis Islam menjadi acuan penting dalam membentuk kepribadian yang memengaruhi perilaku pedagang.

Menurut Dister yang dikutip Said Alwi, religiusitas menekankan pada kondisi atau kemampuan seseorang untuk menginternalisasi dan menghayati ajaran agamanya, yang kemudian internalisasi dan penghayatan

---

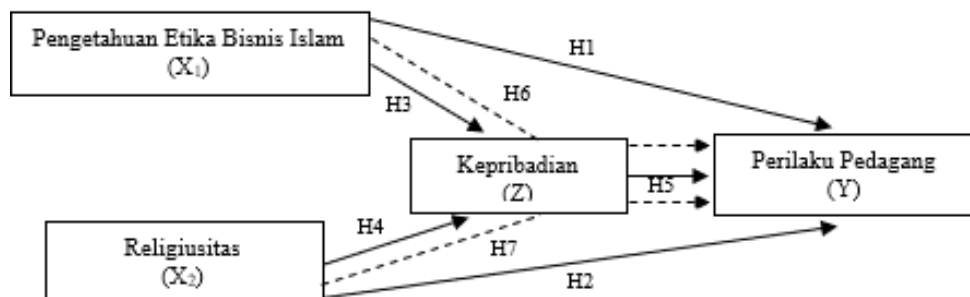
<sup>69</sup> Arwanda, Syahrial, and Saharudin, "Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islam Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Pakaian Pada Desa Kotabaru Keritang Indragiri Hilir Perspektif Ekonomi Syariah," hlm. 1233.

<sup>70</sup> Wibowo, *Perilaku Dalam Organisasi*, hlm.15.

<sup>71</sup> Malahayatie, *Konsep Etika Bisnis Islam (Suatu Pengantar)*, hlm. 16.

tersebut akan diwujudkan dalam bentuk perilaku. Dengan demikian, seorang pedagang yang religius akan senantiasa taat pada ajaran agamanya dan perilakunya sesuai dengan ajaran agamanya.<sup>72</sup>

Berdasarkan landasan teori yang telah dipaparkan, peneliti menyusun kerangka pemikiran untuk memperjelas alur penelitian. Kerangka ini menggambarkan hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian sebagaimana disajikan pada gambar berikut.



Sumber: Data diolah penulis, (2025)

**Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir**

Keterangan Gambar:

—————▶ : pengaruh secara langsung

-----▶ : pengaruh secara tidak langsung

#### D. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara yang belum ditentukan atau suatu jawaban sementara antar variabel yang akan diuji dalam penelitian. Berdasarkan tinjauan pustaka dan kerangka pemikiran yang telah dibuat di atas maka disusun suatu hipotesis untuk mengetahui apakah terdapat keterkaitan antar variabel yang masih harus dibuktikan secara empiris yaitu:

<sup>72</sup> Said Alwi, *Perkembangan Religiusitas Remaja*, hlm. 1.

- H1: Terdapat pengaruh positif antara pengetahuan etika bisnis Islam ( $X_1$ ) terhadap perilaku pedagang Muslim (Y) di Pasar Buniseuri Kabupaten Ciamis
- H2: Terdapat pengaruh positif antara religiusitas ( $X_2$ ) terhadap perilaku pedagang Muslim (Y) di Pasar Buniseuri Kabupaten Ciamis
- H3: Terdapat pengaruh positif antara pengetahuan etika bisnis Islam ( $X_1$ ) terhadap kepribadian (Z) di Pasar Buniseuri Kabupaten Ciamis
- H4: Terdapat pengaruh positif antara religiusitas ( $X_2$ ) terhadap kepribadian (Z) di Pasar Buniseuri Kabupaten Ciamis
- H5: Terdapat pengaruh positif antara kepribadian (Z) terhadap perilaku pedagang Muslim (Y) di Pasar Buniseuri Kabupaten Ciamis
- H6: Terdapat pengaruh positif antara pengetahuan etika bisnis Islam ( $X_1$ ) terhadap perilaku pedagang (Y) melalui kepribadian (Z) sebagai variabel intervening
- H7: Terdapat pengaruh positif antara religiusitas ( $X_2$ ) terhadap perilaku pedagang (Y) melalui kepribadian (Z) sebagai variabel intervening