

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Ahmad Dahlan dalam penelitiannya yang berjudul “Penerapan Etika Jual Beli Dalam Islam Di Pasar Tradisional Air Tiris” mengemukakan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa penerapan etika jual beli di pasar tradisional air tiris belum terlaksana secara keseluruhan karena dilatarbelakangi tidak adanya pengawasan terhadap pelanggaran etika, sehingga pedagang dalam mengejar keuntungan kurang memperhatikan etika jual beli.¹ Penelitian tersebut berfokus untuk mengetahui apakah pedagang di pasar tradisional air tiris yang mayoritas beragama islam sudah menerapkan etika jual beli. Sedangkan penelitian ini fokus untuk mengetahui penerapan etika bisnis islam pada perilaku pedagang di Pasar Sentral Rappang ditinjau dari prinsip-prinsip etika bisnis islam.

Penelitian selanjutnya oleh Sinta Fitriana yang berjudul “Pengaruh pemahaman etika bisnis islam terhadap perilaku pedagang muslim dalam menghadapi persaingan usaha (study kasus terhadap pedagang muslim dipasar Bamega pura desa sungai danau).² Penelitian tersebut menjelaskan sejauh mana penerapan etika bisnis islam pada pedagang serta, menganalisis pengaruh etika bisnis islam dan persaingan usaha terhadap perilaku pedagang muslim dipasar Bamega pura. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada jenis penelitian, fokus penelitian, dan objek penelitian. Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Yang menjadi fokus penelitiannya adalah penerapan dan pengaruh etika bisnis islam. Sedangkan, penelitian ini

¹Ahmad Dahlan, ‘Penerapan Etika Jual Beli Dalam Islam Di Pasar Tradisional Air Tiris’ (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2013).

²Shinta Fitriana, ‘Pengaruh Pemahaman Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Muslim Dalam Menghadapi Persaingan Usaha (Studi Kasus Terhadap Pedagang Muslim Di Pasar Bamegapura Desa Sungai Danau)’, 2014.

menggunakan metode kualitatif, implementasi etika bisnis islam pada praktik perilaku pedagang menjadi fokus penelitian ini. Adapun penelitian lain yang berkaitan yaitu penelitian yang dilakukan oleh Ermawati Usman yang berjudul “perilaku produsen etika bisnis islam (suatu upaya perlindungan konsumen)”³. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada fokus dan analisis yang digunakan dalam penelitian. Penelitian tersebut menjelaskan tentang etika bisnis islam yang merupakan suatu upaya perlindungan konsumen dimana analisis yang digunakan yaitu perlindungan konsumen dalam perilaku produsen sehingga fokus penelitian tersebut berbeda dengan fokus penelitian ini, penelitian ini lebih berfokus kepada bagaimana produsen. Sedangkan penelitian ini menjelaskan tentang etika pedagang dalam bertransaksi.

2.2 Tinjauan Teoritis

2.2.1 Implementasi

Implementasi secara sederhana dapat diartikan sebagai pelaksanaan atau penerapan. Sebagai mana yang ada dalam kamus besar bahasa Indonesia, impelementasi berarti penerapan. *Browne* dan *Wildavsky* mengemukakan bahwa “impelementasi adalah perluasan aktivitas yang saling menyesuaikan”. Adapun *Schubert* mengemukakan bahwa “impelementasi adalah sistem rekayasa.”⁴

Menurut *Jeffri L.Pressman* dan *Aaron B.Wildavski* mengartikan bahwa implementasi sebagai suatu proses interaksi antara suatu perangkat tujuan dan tindakan yang mampu meraihnya. Implementasi adalah kemampuan membentuk hubungan-hubungan lebih lanjut dalam rangkaian sebab-akibat yang menghubungkan tindakan dengan tujuan. Secara sederhana implementasi bisa bisa

³Ermawati Usman, ‘Perilaku Produsen Dalam Etika Bisnis Islam (Suatu Upaya Perlindungan Konsumen)’, *HUNafa: Jurnal Studia Islamika*, 4.3 (2007), 207–16.

⁴M P I Arinda Firdianti, *Implementasi Manajemen Berbasis Sekolah Dalam Meningkatkan Prestasi Belajar Siswa* (Gre Publishing)h.19.

diartikan pelaksanaan atau penerapan, Majone dan Wildavsky mengemukakan “implementasi sebagai evaluasi”. Browne dan Wildavsky mengemukakan bahwa “implementasi adalah perluasan aktifitas yang saling menyesuaikan”.⁵

Pengertian-pengertian diatas memperlihatkan bahwa kata implemementasi bermuara pada aktivitas, adanya aksi, tindakan, atau mekanisme suatu sistem. Ungkapan mekanisme mengandung arti bahwa implemementasi bukan sakadar aktivitas, tetapi suatu kegiatan yang terencana dan dilakukan secara sungguh-sungguh berdasarkan acuan norma tertentu untuk mencapai tujuan kegiatan. Dari pengertian diatas, implemementasi dapat diartikan sebagai penerapan atau operasionalisasi suatu aktivitas guna mencapai tujuan atau sasaran.

2.2.1.1 Proses Interaksi

Interaksi adalah proses dimana antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, atau kelompok dengan kelompok lain berhubungan dengan satu sama lain. Banyak para pakar yang mengakumulasi salah satunya menafsirkan bahwa interaksi merupakan roh utama untuk menciptakan sebuah aktivitas sosial sebagai sesuatu yang didasarkan pada motivasi individu dengan tindakan tindakan lainnya, ketika jalinan berinteraksi dilakukan oleh seseorang atau sekelompok sebenarnya gambaran tersebut dia tengah berusaha atau belajar bagaimana memahami tindakan sosial orang tersebut atau kelompok lain. Namun dalam sebuah proses interaksi itu dapat terjadi sebuah kekacauan bilamana pihak-pihak yang berinteraksi tidak saling memahami motivasi dan makna tindakan atau perbuatan sosial yang dia lakukan.⁶

2.2.1.2 Tindakan

⁵Karya Tulis Ilmiah, *Pengertian Implementasi*, (<http://karyatulisilmiah.com>), diakses pada tanggal 22 Juni 2020.

⁶A Annas, A G R Chakti, and C M Perkasa, *Interaksi Pengambilan Keputusan Dan Evaluasi Kebijakan*, 1 (CELEBES MEDIA PERKASA, 2017), h.8.

Tindakan adalah komponen terakhir dari Haught. Bagi Haught, ini secara hakiki adalah etis: tujuan tindakan adalah transformasi kehidupan kita dan dunia sehingga yang belakangan itu menjadi suatu tempat yang lebih baik untuk berada dan hidup. Memang komponen-komponen lainnya sejenis “tindakan” juga. Yang sakramental itu menikmati dunia dalam keindahannya di dalam Allah.⁷

2.2.1.3 Evaluasi

Dalam kehidupan sehari-hari setiap manusia telah melakukan kegiatan evaluasi. Seorang pedagang selalu menghitung hasil dagangannya, baik yang diperoleh itu untung ataupun rugi. Jika untung ada usaha untuk meningkatkan keuntungannya dan sebaliknya jika kerugian yang dialami maka dilakukan evaluasi untuk perbaikan usahanya, dan lain sebagainya.

Menurut Ralph Tyler mengatakan bahwa evaluasi merupakan sebuah proses pengumpulan data untuk menentukan sejauh mana, dalam hal apa.⁸ Evaluasi juga dapat berupa usaha untuk mengetahui lebih dalam lagi hakekat berbisnis sesuai dengan etika bisnis Islam.

2.2.2 Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika berasal dari bahasa Yunani dari kata “*ethos*”, yang dalam bentuk jamaknya (*at etha*), berarti adat-istiadat atau kebiasaan.⁹ Etika secara terminologi ialah “*The systematic study of the nature of value concepts, good, bad, ought, right, wrong, etc. And of the general principles which justify, us in applying them to anything; also called moral philosophy*”.

Artinya: etika merupakan studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah, dan lain sebagainya. Dan prinsip-prinsip umum yang

⁷L L rasmussen, *Komunitas Bumi : Etika Bumi* (BPK Gunung Mulia, 2010), h. 336.

⁸Y Hairun, *Evaluasi Dan Penilaian Dalam Pembelajaran* (Deepublish, 2020), h . 26-27.

⁹A. Kadir, *Hukum Bisnis Syariah dalam Al-Qur'an* (Jakarta: Amzah, 2010), h. 47

membenarkan kita untuk mengaplikasikannya atas apa saja. Di sini etika dapat dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan disaat bersamaan juga sebagai filsufnya dalam berperilaku.¹⁰

Pada dasarnya, etika berpengaruh terhadap para pelaku bisnis, terutama dalam hal kepribadian, tindakan dan perilakunya. Secara etimologi, etika identik dengan moral, karena telah umum diketahui bahwa istilah moral berasal dari kata "mos" (dalam bentuk tunggal) dan *mores* (dalam bentuk jamak) dalam bahasa latin yang artinya kebiasaan atau cara hidup.¹¹ Dari uraian tersebut di atas maka dapat didefinisikan Etika Bisnis ialah seperangkat ini tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas.¹² Etika juga dapat didefinisikan sebagai seperangkat prinsip normal yang membedakan yang baik dari yang buruk. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normative karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan.¹³

Islam, istilah yang dekat dan berhubungan dengan istilah etika di dalam al-qur'an adalah *khuluk*. Al-Qur'an juga mempergunakan sejumlah istilah lain untuk menggambarkan konsep tentang kebaikan: *khayr* (kebaikan), *birr* (kebenaran), *qist* (persamaan), *adl* (kesetaraan dan keadilan), *haqq* (kebenaran dan kebaikan), *ma'ruf* (mengetahui dan menyetujui) dan *taqwa* (ketakwaannya).

Adapun tema yang berhubungan dengan etika bisnis dalam Al-Qur'an yang secara langsung adalah al-khuluq dari kata dasar *khaluqa-khuluqan*, yang berarti

¹⁰Faisal Badroen, et al, eds, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Cet, II; Jakarta: Kencana, 2007), h. 5.

¹¹A. Kadir, h. 47.

¹²Faisal Badroen, et al, eds, h. 15.

¹³Rafi Isa Beekum, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), h. 3.

tabiat, budi pekerti, kebiasaan, kesatriaian, dan di dalam tradisi pemikiran islam dari kata khuluq ini kemudian lebih dikenal dengan tema akhlaq.

Menurut Ahmad Amin akhlak adalah ilmu yang menjelaskan arti baik dan buruk menjelaskan apa yang seharusnya dilakukan oleh manusia kepada manusia lainnya, menyatakan tujuan yang harus ditujuh oleh manusia didalam perbuatan mereka dan menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang harus diperbuat. Atau merupakan gambaran rasional mengenai hakikat dasar perbuatan dan keputusan yang benar serta prinsip-prinsip yang menentukan klaim bahwa perbuatan dan keputusan tersebut secara moral diperintahkan atau dilarang.¹⁴

Etika bisnis adalah cara-cara untuk melakukan kegiatan bisnis yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan, industri, dan juga masyarakat. Kesemuanya ini mencakup bagaimana menjalankan bisnis secara adil, sesuai dengan hukum yang berlaku dan tidak tergantung pada kedudukan individu ataupun perusahaan di masyarakat. Etika bisnis merupakan studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Studi ini berkonsentrasi pada standar moral bagaimana di terapkan dalam kebijakan, institusi dan perilaku bisnis.¹⁵

Bisnis Islami adalah upaya pengembangan modal untuk kebutuhan hidup yang dilakukan dengan mengindahkan etika Islam. Selain menetapkan etika, Islam juga mendorong umat manusia untuk mengembangkan bisnis. Jadi sesuai dengan pernyataan diatas etika binis Islam adalah norma-norma etika yang

¹⁴Muhammad, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Unit Penerbitan dan Percetakan, 2004), h. 38-40.

¹⁵Manuel G Velasques, *Etika Bisnis Konsep dan Kasus Edisi V* (Yogyakarta: Andi, 2005), h. 12.

berbasis Al-Qur'an dan hadits yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnis.¹⁶

Dengan kata lain bagaimanapun etika bisnis yang berbasis kitab suci dan sunah Rasulullah saw, sebagaimana halnya etika bisnis modern, tidak cukup dilihat secara partialistik semata, tetapi perlu dilihat juga dalam fungsinya secara utuh (holistik). Dalam arti etika bisnis Islam perlu diposisikan sebagai komoditas akademik yang bisa melahirkan sebuah cabang keilmuan, sekaligus sebagai tuntunan para pelaku bisnis dalam melakukan aktivitas sehari-hari.

Perilaku bisnis Islami tercermin dalam perilaku Nabi Muhammad saw. dalam menjalankan roda bisnisnya selalu memiliki motivasi dan perilaku Qur'an, perlunya berwawasan kedepan dan menekankan perlunya perencanaan.

Etika bisnis Islam memosisikan bisnis sebagai usaha manusia untuk mencari ridha Allah Swt. Oleh karenanya, bisnis tidak bertujuan jangka pendek, individual dan semata-mata keuntungan yang berdasarkan kalkulasi matematika, tetapi bertujuan jangka pendek sekaligus jangka panjang, yaitu tanggung jawab pribadi dan sosial dihadapan masyarakat, negara dan Allah Swt. Oleh karena itu, pada prinsipnya pengetahuan akan etika bisnis dalam pandangan Islam mutlak harus dimiliki oleh setiap para pebisnis/ pedagang terutama pebisnis/pedagang muslim dalam menghadapi persaingan usaha yang sekarang telah memasuki era globalisasi untuk menghindari diri dari berbagai macam tindakan yang dilarang oleh Allah Swt.

Di bawah ini adalah sejumlah prinsip dalam etika bisnis Islam yang harus diikuti kaum muslim.

¹⁶Erik Lesmana, *'Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menghadapi Persaingan Usaha: Studi Kasus Terhadap Pedagang Muslim Di Pasar Ciputat Tangerang'*, 2010.

2.2.2.1 Prinsip Tauhid

Konsep tauhid (dimensi vertikal) berarti Allah sebagai Tuhan Yang Maha Esa menetapkan batas – batas tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak – hak individu lainnya.¹⁷ Dari konsep tauhid mengintegrasikan aspek religius, dengan aspek – aspek lainnya, seperti ekonomi, akan mendorong manusia ke dalam suatu keutuhan yang selaras, konsisten, dalam dirinya, dan selalu merasa diawasi oleh Tuhan. Dalam konsep ini akan menimbulkan perasaan dalam diri manusia bahwa ia akan merasa direkam segala aktivitas kehidupannya, termasuk dalam aktivitas ekonomi. Karena Allah Swt. Mempunyai sifat Raqib (Maha Mengawasi) atas seluruh gerak langkah aktivitas kehidupan makhluk ciptaan – Nya.¹⁸

Prinsip ini menjelaskan, seorang pengusaha atau pedagang muslim dalam melakukan aktivitas bisnisnya harus menjauhi perilaku paling tidak tiga hal sebagai berikut: pertama, menghindari adanya diskriminasi terhadap pekerja, pemasok, pembeli atau siapa pun atas dasar pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin, atau agama. Kedua, menghindari terjadinya praktek-praktek kotor bisnis, hal ini dimaksudkan agar para pelaku bisnis senantiasa takut akan segala larangan yang telah digariskan. Ketiga, menghindari praktek menimbun kekayaan atau harta benda.

2.2.2.2 Prinsip Keseimbangan (keadilan/ Equilibrium)

Keseimbangan adalah menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam, dan berhubungan dengan harmoni segala sesuatu di alam semesta.¹⁹ Prinsip kedua

¹⁷Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2006), hal. 89.

¹⁸Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2007), hal. 13

¹⁹Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004), hal. 55

ini lebih menggambarkan dimensi kehidupan pribadi yang bersifat horizontal. Hal itu disebabkan karena lebih banyak berhubungan dengan sesama. Prinsip keseimbangan (Equilibrium) yang berisikan ajaran keadilan merupakan salah satu prinsip dasar harus dipegang oleh siapapun dalam kehidupannya. Prinsip-prinsip umum yang berlaku pada semua bentuk transaksi termasuk mengenai prinsip keadilan atau 'adl. Prinsip keadilan menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan acuan yang adil dan sesuai dengan kriteria yang rasional objektif dan dapat dipertanggungjawabkan. Keadilan menuntut agar tidak boleh ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya.

Dalam beraktivitas didunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Pertama, hubungan – hubungan dasar antar konsumsi, distribusi dan produksi harus berhenti pada suatu keseimbangan tertentu demi menghindari pemusatan kekuasaan ekonomi dan bisnis dalam genggamannya segelintir orang. Kedua, keadaan perekonomian yang tidak konsisten dalam distribusi pendapatan dan kekayaan harus ditolak karena Islam menolak daur tertutup pendapatan dan kekayaan yang menjadi semakin menyempit. Ketiga, akibat pengaruh dari sikap egalitarian yang kuat demikian, maka dalam ekonomi dan bisnis Islam tidak mengakui adanya, baik hak milik yang terbatas maupun sistem pasar yang bebas tak terkendali. Hal ini disebabkan bahwa ekonomi dan bisnis dalam pandangan Islam bertujuan bagi penciptaan keadilan sosial.

Perilaku keseimbangan dan keadilan dalam bisnis secara tegas dijelaskan dalam konteks perbendaharaan bisnis (klasik) agar pedagang muslim menyempurnakan takaran bila menakar dan menimbang dengan neraca yang benar, karena hal itu merupakan perilaku terbaik dan membawa akibat yang terbaik pula. Dengan demikian jelas bahwa keseimbangan merupakan landasan

pikir kesadaran dalam pendayagunaan dan pengembangan harta benda agar harta benda tidak menyebabkan kebinasaan bagi manusia melainkan bagi menjadi media menuju kesempurnaan jiwa manusia menjadi khalifah.

2.2.2.3 Prinsip Kehendak Bebas

Kebebasan berarti bahwa manusia sebagai individu dan kolektif mempunyai kebebasan penuh untuk melakukan aktivitas bisnis. Dalam ekonomi, manusia bebas mengimplementasikan kaidah-kaidah Islam karena masalah ekonomi termasuk kepada aspek muamalah bukan ibadah maka berlaku padanya kaidah umum “semua boleh kecuali yang dilarang” yang tidak boleh dalam Islam adalah ketidakadilan dan riba.

Seseorang atau kelompok memiliki kewenangan absolute dalam melakukan jual beli. Ia berhak memperjualbelikan harta kekayaan tanpa ada pemaksaan dari orang lain. Pengakuan Islam terhadap hak-hak individu dan kelompok dalam memanfaatkan hartanya sama bijaknya dalam hal kepemilikan seorang dan kelompok. Kebebasan tersebut mempunyai koridor yang harus ditaati oleh manusia dalam rangka menciptakan ketertiban dan kesejahteraan bagi manusia itu sendiri.²⁰

Perilaku pedagang dalam prinsip ini yaitu pentingnya sebuah kerelaan dalam semua transaksi dikolaborasikan pada praktek-praktek dalam menghindari pemaksaan, menghindari kebohongan dan menghindari penipuan.

2.2.2.4 Prinsip Pertanggungjawaban (responsibility)

Aksioma tanggung jawab individu begitu mendasar dalam ajaranajaran Islam. Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban. Untuk memenuhi

²⁰Dede Nurohman, Memahami Dasar-dasar Ekonomi Islam, (Yogyakarta : Teras, 2001), cet. 1, hal 63-64

tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya.²¹

Dalam dunia bisnis pertanggungjawaban juga sangat berlaku. Setelah melaksanakan segala aktifitas bisnis dengan berbagai bentuk kebebasan, bukan berarti semuanya selesai saat tujuan yang dikehendaki tercapai, atau ketika sudah mendapatkan keuntungan. Semua itu perlu adanya pertanggungjawaban atas apa yang telah pebisnis lakukan, baik itu pertanggungjawaban ketika ia bertransaksi, memproduksi barang, melakukan jual beli, melakukan perjanjian dan lain sebagainya, semuanya harus dipertanggungjawabkan sesuai dengan aturan yang berlaku.²²

Tanggung jawab merupakan suatu prinsip dinamis yang berhubungan dengan perilaku manusia. Bahkan merupakan kekuatan dinamis individu menciptakan satu kehidupan yang dinamis dalam masyarakat. Konsepsi tanggung jawab dalam Islam mempunyai sifat terlapis ganda dan terfokus baik dari tingkat mikro (individual) maupun tingkat makro (organisasi dan sosial), yang keduanya harus dilakukan secara bersama-sama. Menurut Sayyid Qutub Islam mempunyai prinsip pertanggung jawaban yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkungannya. antara jiwa dan raga, antara person dan keluarga, individu dan sosial antara suatu masyarakat dengan masyarakat lainnya.²³

2.2.2.5 Prinsip Kebajikan (Ihsan)

Ihsan (kebajikan) artinya melaksanakan perbuatan baik yang memberikan manfaat kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan – akan melihat Allah, jika tidak mampu yakinlah bahwa Allah melihat. Keihsanan

²¹Rafik Isa Bekum, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hal. 40

²²Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), hal. 144

²³Rafik Issa Bekum, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hal. 41

adalah tindakan terpuji yang dapat mempengaruhi hampir setiap aspek dalam hidup, keihsanan adalah atribut yang selalu mempunyai tempat terbaik disisi Allah. Kedermawanan hati (leniency) dapat terkait dengan keihsanan. Jika diekspresikan dalam bentuk perilaku kesopanan dan kesantunan, pemaaf, mempermudah kesulitan yang dialami orang lain. Dalam pandangan Islam sikap ini sangat dianjurkan.

Aplikasinya, menurut Al Ghazali terdapat tiga prinsip pengejawantahan kebajikan: Pertama, memberi kelonggaran waktu kepada pihak terutang untuk membayar utangnya, jika perlu mengutangi utangnya. Kedua, menerima pengembalian barang yang sudah dibeli. Ketiga, membayar utang sebelum waktu penagihan tiba.

Dalam sebuah kerajaan bisnis, terdapat sejumlah perbuatan yang dapat mensupport pelaksanaan aksioma ihsan dalam bisnis,²⁴ Kemurahan hati (leniency) Motif pelayanan (service motives) Kesadaran akan adanya Allah dan aturan yang berkaitan dengan pelaksanaan yang menjadi prioritas.

Bersaing dengan melalui sikap yang efisien dalam bekerja sehingga mampu menentukan harga lebih murah dan melalui peningkatan pelayanan konsumen merupakan cara yang dibenarkan dalam islam. Persaingan yang dilakukan dengan tidak baik akan menumbuhkan implikasi implikasi negative yang akhirnya akan merusak tatanan ekonomi yang ada. Oleh karena itu persaingan semestinya diarahkan kepada kepuasan masyarakat dan memiliki pengaruh positif kepada umat manusia yang lebih luas.²⁵

²⁴Achmad Charris Zubbir, *Kuliah Etika*, (Jakarta: Rajawali Press, 1995), Ed. III

²⁵Dede Nurohman, *Memahami Dasar-dasar Ekonomi Islam*, (Yogyakarta : Teras, 2001), cet. 1, hal 67.

2.2.3 Pengertian Perilaku Pedagang

Perilaku pedagang terdiri dari dua kata, yaitu kata perilaku dan pedagang. Perilaku adalah suatu sifat yang ada dalam diri manusia dan didorong oleh motif tertentu. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan.²⁶

Menurut Skinner yang dikutip oleh Lalu Muh Shabiran dan kawan-kawan dalam jurnalnya yang menyatakan bahwa perilaku adalah respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus. Teori Skinner disebut teori S-O-R (stimulus-organisme-respon). Ada 2 jenis respons menurut teori S-O-R (stimulus-organisme-respon):

1. Respondent respon: respon yang ditimbulkan oleh stimulus tertentu dan menimbulkan respon yang relatif tetap.
2. Operant respon: respon yang timbul dan berkembang kemudian diikuti oleh stimuli yang lain.

Berdasarkan teori S-O-R (stimulus-organisme-respon), perilaku manusia dibagi 2 kelompok:

1. Perilaku tertutup, yaitu perilaku yang tidak dapat diamati oleh orang lain. Contoh: perasaan, persepsi, perhatian.
2. Perilaku terbuka, yaitu perilaku yang dapat diamati oleh orang lain berupa tindakan atau praktek. Sedangkan pengertian pedagang adalah orang dan/atau badan hukum yang melakukan aktivitas jual beli barang dan/atau jasa di pasar.²⁷ Pedagang adalah mereka yang melakukan perbuatan perniagaan sebagai pekerjaannya sehari-hari. Perbuatan perniagaan pada umumnya merupakan perbuatan pembelian barang untuk dijual lagi.

²⁶Roihuddin.h. 13

²⁷Pemkot Semarang, *Peraturan Daerah Kota Semarang nomor 9 tahun 2013 tentang Pengaturan Pasar*

Dari beberapa definisi di atas, dapat dipahami bahwa yang dimaksud perilaku pedagang adalah suatu tanggapan atau reaksi pedagang terhadap rangsangan atau lingkungan yang ada di sekitar. Perilaku pedagang juga merupakan sebuah sifat yang dimiliki oleh setiap orang pedagang, untuk menangkap reaksi yang telah diberikan oleh lingkungan terhadap keadaan yang telah terjadi sekarang.²⁸

2.2.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pedagang

Yonna Ifan Falucky menyebutkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku pedagang di antaranya sebagai berikut:

2.2.4.1 Takaran Timbangan

Takaran adalah ukuran yang tetap dan selalu digunakan untuk suatu pekerjaan dan tidak boleh ditambah atau dikurangi. Menyempurnakan takaran dan timbangan merupakan ketentuan yang wajib dipatuhi oleh setiap individu.

2.2.4.2 Kualitas barang/produk

Kualitas barang/produk yaitu tingkat baik buruknya atau taraf dari suatu produk. Kualitas produk adalah sejumlah atribut atau sifat yang dideskripsikan di dalam produk dan yang digunakan untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan. 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 konsumen.

2.2.4.3 Keramahan

Secara bahasa ramah adalah manis tutur kata dan sikapnya. Dalam pengertian serupa ramah juga dimaknai sebagai baik hati dan menarik

²⁸Al Bara, "Pengaruh Perilaku Pedagang Terhadap Inflasi", *Jurnal Analytica Islamica*, Volume 5, Nomor 2, UIN Sumatera Utara Medan, 2016, h. 246

budibahasanya atau suka bergaul dan menyenangkan dalam pergaulan, baik ucapannya maupun perilakunya dihadapan orang lain.

2.2.4.4 Penepatan Janji

Seseorang akan dipercaya karena kebenaran ucapannya. Seorang pembeli akan percaya kepada pembeli apabila pedagang mampu merealisasikan apa yang beliau ucapkan. Salah satunya dengan menepati janji. Penjual yang memiliki integritas yang tinggi berarti ia mampu memenuhi janji-janji yang diucapkannya kepada pelanggan. Ia tidak over-promised under-delivered terhadap janji-janjinya.

2.2.4.5 Empati

Pelanggan Empati pada pelanggan yaitu perhatian secara individual yang diberikan pedagang kepada pelanggan seperti kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan usaha pedagang untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggannya.

2.2.4.6 Persaingan

Sesama Pedagang Persaingan sesama pedagang adalah persetujuan atau rivalitas antar pelaku bisnis yang secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik pula, agar para konsumen membelanjakan atau membeli suatu barang dagangan kepada penjual.

2.3 Tinjauan Konseptual

Untuk memudahkan dalam memahami proposal skripsi ini, peneliti akan menjelaskan dengan rinci beberapa hal yang dianggap penting terkait judul “Implementasi Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Pedagang di Pasar Sentral Rappang Kabupaten Sidrap” agar tidak multitafsir.

2.3.1 Implementasi

Implementasi adalah suatu fenomena yang kompleks yang mungkin dapat dipahami sebagai suatu proses, suatu keluaran (*output*), maupun sebagai suatu dampak (*outcome*). Implementasi juga bisa diartikan dalam konteks keluaran, atau sejauh mana tujuan-tujuan yang telah direncanakan mendapat dukungan.²⁹

2.3.2 Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan al-Qur'an dan Hadits yang harus dijadikan acuan oleh siapa pun dalam aktivitas bisnis.³⁰ Etika bisnis syariah bermakna etika berbisnis berdasarkan prinsip-prinsip syariah yang sejalan dengan moral Islam. Maka dari itu, etika bisnis syariah yang berdasarkan nilai-nilai dasar Islam berbeda dari etika bisnis menurut sistem ekonomi ciptaan manusia, seperti sistem ekonomi kapitalis, ekonomi komunis atau sosialis, dan sebagainya.³¹

2.3.3 Perilaku

Dari segi biologis perilaku adalah suatu kegiatan atau aktifitas organisme makhluk hidup yang bersangkutan, sehingga perilaku manusia adalah tindakan atau aktifitas manusia itu sendiri yang mempunyai bentangan yang sangat luas. Bohar Soeharto mengatakan perilaku adalah hasil proses belajar mengajar yang terjadi akibat dari interaksi dirinya dengan lingkungan sekitarnya yang diakibatkan oleh pengalaman-pengalaman pribadi.³²

2.3.4 Pedagang

²⁹I Sulila, *Implementasi Dimensi Layanan Publik Dalam Konteks Otonomi Daerah* (Deepublish, 2015) .h.42

³⁰Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis; Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi* (Jakarta: Penebar Swadaya, 2012) , h. 277.

³¹Mukhtar Samad, *Etika Bisnis Syariah; Berbisnis Sesuai Moral Islam* (Yogyakarta: Sunrise, 2016), h. 3.

³²Tulus Tu'u, *Peran Disiplin Pada Perilaku dan Prestasi Siswa* (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2004), h. 63.

Pedagang menurut peneliti ialah orang yang pekerjaannya menjual barang untuk mendapatkan keuntungan.

2.3.5 Pasar

Pasar adalah tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, atau, lebih jelasnya, daerah, tempat, wilayah, area yang mengandung kekuatan permintaan dan penawaran yang saling bertemu dan membentuk harga. *Stanton*, mengemukakan pengertian pasar yang lebih luas. Pasar dikatakannya merupakan orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja, dan kemauan untuk membelanjakannya. Jadi, dalam pengertian tersebut terdapat faktor-faktor yang menunjang terjadinya pasar, yakni: keinginan, daya beli, dan tingkah laku dalam pembelian.³³

2.4 Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan gambaran alur penelitian yang akan dilakukan nantinya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode pengumpulan data berupa penelitian lapangan dengan tujuan untuk mengetahui “implementasi etika bisnis Islam terhadap praktik pedagang pasar Rappang”. Secara sederhana untuk mempermudah penelitian ini, peneliti membuat bagan kerangka pikir sebagai berikut.

Gambar 1. Bagan Kerangka Pikir

³³M. Fuad, dkk. *Pengantar Bisnis* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), h. 120.

