

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Pengertian Etika Bisnis

Menurut Ronald J. Ebert and Ricky M. Griffin etika bisnis merupakan istilah yang digunakan untuk mengetahui perilaku etika manajer dan karyawan sebuah organisasi. Etika bisnis adalah seperangkat nilai yang didasarkan pada prinsip moral tentang baik, buruk, benar dan salah dalam bisnis. Dengan kata lain, etika bisnis mengacu pada seperangkat prinsip dan standar yang harus dipatuhi pelaku bisnis dalam transaksi, perilaku, dan hubungan untuk mencapai tujuan bisnis mereka dengan aman.¹

Etika berasal dari bahasa Yunani, yakni kata *Ethos* bentuk jamaknya (*ta etha*) yang mempunyai arti adat istiadat. Berarti etika berhubungan dengan kebaikan hidup karakter terhadap seseorang ataupun masyarakat tertentu. Etika merupakan cabang dari ilmu filsafat yang mempelajari moral dan amoral, membuat pertimbangan yang dilakukan seseorang atau kelompok tertentu. Etika adalah sebuah ilmu yang mempelajari bagaimana berperilaku benar dan adil.² Bisnis merupakan pertukaran antara barang atau jasa dengan uang yang

¹ Moh. Ja'far Sodik Maksud, *Hukum Dan Etika Bisnis* (Yogyakarta: Cv Budi Utama, 2021), 52

² Saban Echdar dan Maryadi, *Etika Bisnis Dan Kewirausahaan* (Yogyakarta: Cv Budi Utama, 2019), 1

memberikan keuntungan. Suatu bisnis terjadi disebabkan adanya ketergantungan antara sesama individu, yakni suatu interaksi diantara dua pihak atau lebih dalam bentuk tertentu guna memperoleh manfaat dan diperlukan manajemen didalamnya.³

2. Pengertian Etika Bisnis Islam

Menurut Magnis susno yang dikutip oleh John Arifin mengemukakan pendapat bahwa etika merupakan sebuah ilmu dan bukan suatu ajaran yang memberikan norma kepada kita tentang hidup yaitu moralitas, sedangkan etika melakukan norma atau refleksi kritis tentang ajaran moral tertentu.⁴ Menurut Djohar Arifin etika bisnis Islam merupakan seperangkat nilai tentang baik dan buruk dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip moralitas.⁵ Menurut Djakfar menyatakan bahwa etika bisnis Islam merupakan norma-norma etika yang sesuai dengan Al-qur'an dan Hadits yang harus dijadikan pedoman oleh siapapun dalam menjalankan bisnisnya.⁶

Etika bisnis menurut Muhammad saifullah yaitu seperangkap prinsip-prinsip etika yang berguna untuk membedakan yang mana yang baik dengan yang buruk, mana yang benar dan yang salah juga prinsip umum yang membenarkan seseorang mengaplikasikan apapun

³ Mardani, *Hukum Bisnis Syariah* (Jakarta: Kencana, 2014), 1

⁴ Dyan Arrum Rahmadani, "Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Petepamus Makassar Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam", Skripsi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar Tahun 2017, 21

⁵ Djohar Arifin, *Etika Bisnis Islam* (Semarang: Walisongo Press, 2009), 22

⁶ Tyas Fariha Syahputri dan Sri Abidah Suryaningsih, "Penerapan Etika Binis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Sembako Di Pasar Kedurus Surabaya," *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam Vol. 5, No.1, 2022* 5 (2022): 146–159.

dalam perilaku bisnisnya, atau bisa juga diartikan seperangkat norma atau perinsip yang berada dimasyarakat dan dijunjung oleh para pebisnis dalam melaksanakan suatu transaksi, berelasi hingga berperilaku sehingga tercapainya tujuan bisnis yang selamat.⁷ Bisnis adalah suatu aktivitas yang dilakukan seorang maupun sekelompok orang guna tersedianya barang maupun jasa yang bertujuan mendapatkan keuntungan, pelaku yang menjalankan bisnis biasanya dikenal dengan sebutan entrepreneur, selanjutnya etika merupakan komponen yang mendukung pelaku bisnis sebagai rambu-rambu disekelompok masyarakat yang berguna memebimbing anggotanya kepada tindakan yang terpuji. Etika dalam bisnis disepakati oleh kelompok bisnis serta kelompok terkait lainnya yang dijadikan acuan dalam bisnis, diantaranya memberikan kesadaran dimensi etis dalam bisnis. Etikabisnis berarti seperangkat prinsip dan norma yang dimiliki pelaku bisnis dengan tujuan agar selamat, Bisnis tetap saja bisnis yang mengutamakan keuntungan.⁸ Bisnis bisa dikatakan baik apabila bisniss yang dijalankan tersebut memperoleh keuntungan dengan jumlah yang banyak, pernyataan itu dipandang dari segi ekonomis, namun keuntungan yang dimaksud tidak hanya untuk satu pihak saja akan tetapi berbisnis sebagai interaksi yang menguntungkan kedua pihak yang melakukannya, sehingga berbisnis selain pada tujuan utama yaitu

⁷ Fakhry Zamzam dan Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbasis Keberkahan* (Sleman: Cv Budi Utama, 2020), 2

⁸ Miftahal Anjarsabda et al., "Implementation of Islamic Bussiness Ethics in Increase Welfare Trader Post Pandemic (Study The Case on UMKM Lamongan)," *Journal of Sharia Economics* 5, no. 1 (2023): 109–119.

memperoleh suatu keuntungan sebanyak-banyaknya juga harus menerapkan nilai-nilai etika dalam berbisnis. Sehingga dapat disimpulkan etika bisnis berkaitan erat dengan prinsip-prinsip yang dijalankan oleh masyarakat dengan tujuan memberikan keamanan serta kenyamanan pada pelaku bisnis yang mana didalamnya ada aspek pengelolaan serta pendistribusian terhadap harta, etika bisnis yang memberikan arahan kepada para pelaku bisnis agar senantiasa memperhatikan *stakeholder*, praktik bisnis dengan baik dan jujur akan menimbulkan keadilan dimasyarakat, menciptakan kerukunan antar masyarakat sehingga tidak terjadi pertikaian yang bisa menimbulkan kerusuhan dikalangan masyarakat umum, khususnya para pedagang kaki lima.

3. Dasar hukum Etika Bisnis

Dalam Al-qur'an sudah dijelaskan mengenai larangan dalam berbuat kebatilan salah satunya dalam transaksi bisnis, dalam berbisnis seharusnya dilakukan atas dasar sukarela. Firman Allah dalam Qs. An-nisa':29 menjelaskan tentang adanya penipuan dari perilaku penjual dan pembeli, keduanya harus saling bersepakat. Etika berdagang dalam Islam menjamin adanya keuntungan bagi produsen dan konsumen, hal ini terjadi apabila pebisnis berterus terang dan transparan dalam transaksi jual beli yang dilakukan.⁹

⁹ Khirjudin Aqlis, "*Analisis Penerapan Etika Bisnis Islami Terhadap Perilaku Pedagang Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pedagag Hasil Bumi di Pasar Koga Bandarlampung)*". Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020, 30

4. Teori Etika Bisnis

Para pebisnis bisa mendapatkan ilmu tentang etika melalui teori etika, teori etika digunakan dalam mengambil keputusan, apakah keputusan tersebut sudah etis atau masih belum, teori etika yang menjadi dasar dan penyedia kerangka kemungkinan benar tidaknya keputusan moral, dengan teori etika akan dijauhkan dari keputusan sewenang-wenang. Diantaranya adalah:¹⁰

a. Teori Utilitarianisme

Bahwa kegiatan bisnis baik jika memberikan manfaat pada sebagian besar masyarakat atau konsumen, teori utilitarianisme sesuai sekali prinsip ekonomis. manfaat utilitarianisme dapat menghitung keuntungan serta kerugian.

a. Teori Deontologi

Dalam etika deontologi menyatakan bahwa prinsip moral mempunyai sifat mengikat bagaimanapun akibatnya. Etika ini menekan pada perilaku manusia supaya bertindak secara baik sebagai suatu kewajibannya. Etika Deontologi merupakan teori etika yang menjadi dasar baik buruknya perbuatan. teori tersebut menekankan pada kewajiban untuk berbuat kebaikan pada sesama yang dijadikan tolak ukur dari perbuatan manusia.

¹⁰ Maryadi, *Etika Bisnis Dan Kewirausahaan*. (Yogyakarta: Cv Budi Utama, 2021), 6

b. Teori hak

Setiap insan memiliki hak dan kewajiban. Teori hak merupakan aspek teori deontologi. Merupakan pemberian bekal bagi para pebisnis sebagai evaluasi bagi tindakan serta kebijakan bisnisnya apakah sudah termasuk dalam kategori tindakan yang baik atau tidak baik yang menggunakan kaidah hak seseorang. Hak dan kewajiban saling berhubungan seperti halnya dua sisi uang logam yang saling melengkapi.

c. Teori Keutamaan

Etika ini menekankan pada pembangunan karakter moral setiap individu, nilai moral akan muncul sebagai bentuk teladan moral yang nyata. Keuntungan yang diperoleh dapat mengambil keputusan dengan mudah serta mencocokkannya pada standar etika guna mengetahui benar atau salah. Prestasi bisnis yang baik yaitu yang didasari nilai keutamaan, kerja keras merupakan nilai keutamaan untuk terhindar dari bermalasan.

d. Teori Relativisme

Dalam perilaku normal pada dasarnya orang cenderung berperilaku baik, norma didefinisikan sebagai suatu harapan mengenai perilaku nyata, dan bertindak untuk menilai perilaku manusia, norma etis berbeda pada berbagai tempat, perlu adanya keyakinan mengenai berkembangnya norma pada diri sendiri adalah yang paling tepat,

jadi manusia mampu melakukan penilaian terhadap keetisan suatu bisnis yang sesuai dengan pemikirannya, atau bisa mengikuti kebenaran di Negara asalnya.

5. Sejarah perkembangan Etika Bisnis

Kegiatan bisnis tidak luput dari sorotan etika, sejak manusia terlibat dalam peniagaan yang tidak luput dari masalah etis, segala aktivitas peniagaan selalu berhubungan dengan etika yaitu dengan pertimbangan yang boleh dan tidak boleh dilakukan, bisnis selalu dihubungkan dengan etika, selain itu etika juga selalu dikaitkan dengan wilayah lain kehidupan manusia seperti keluarga, politik, seksualitas juga berbagai profesi lain. Umur etika bisnis bisa dibilang masih muda sedangkan etika dalam bisnis memiliki riwayat cukup panjang. Etika bisnis baru bisa diperbincangkan setelah jadi suatu bidang (*field*). Berikut adalah pemikiran De George yang membagi etika dalam bisnis dalam 5 periode:

Berikut ini adalah sejarah perkembangan Etika Bisnis:¹¹

- a. Zaman prasejarah: awal mula pada masa Aristoteles, Plato dan filsuf lainnya mereka melakukan penyelidikan tentang kegiatan ekonomi dan niaga harus diatur dalam suatu Negara. Etika bisnis dipraktikkan dalam konteks agama dan teologi di Amerika Serikat selama paruh abad ke-20

¹¹ K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis* (Jakarta: Pt Gramedia, 2022), 31

- b. Masa peralihan (1960) tahun adalah awal dari pemberontakan kekuasaan di Negara Amerika Serikat, revolusi mahasiswa di Prancis terhadap pemaparan mengakibatkan perhatian dalam dunia pendidikan, kaum muda melakukan penolakan atas terjadinya kolusi yang terjadi antara militer dan industri hal ini mengakibatkan timbulnya sikap anti terhadap bisnis dikalangan kaum muda terutama mahasiswa. Berbeda dengan dunia pendidikan yang menanggapi situasi dengan cara menambah mata kuliah baru yaitu *business and society*.
- c. Etika bisnis muncul pertama kali di Amerika Serikat (1970) tahun, filsuf yang terlibat masalah etis disekitar bisnis sebagai tanggapan atas krisis moral yang terjadi disana. Masyarakat mulai sadar mengenai dunia bisnis yang kurang sehat sehingga krisis moral tersebut harus segera diatasi, sebagai reaksi hal ini mengakibatkan etika bisnis dijadikan sebagai mata kuliah dalam kurikulum perguruan tinggi yang mendidik manajer dan ahli ekonomi.
- d. Etika bisnis mulai masuk ke Eropa Barat tahun (1980), pada mulanya di Inggris tidak lama kemudian merambat ke negara Eropa. Mata kuliah etika bisnis juga dijadikan mata kuliah yang wajib ditempuh. 10 tahun kemudian di universitas Eropa terdapat 12 profesor etika bisnis. Lalu tahun 1987 berdirilah *European Business Ethics Network* yang memiliki fungsi sebagai forum pertemuan antara akademis dari universitas dengan sekolah bisnis.

e. Pada tahun (1990) sampai sekarang terjadi fenomena global terhadap etika bisnis, kini etika bisnis dikembangkan tidak hanya terbatas pada dunia barat melainkan mencakup seluruh dunia. Etika bisnis juga mendapat perhatian yang khusus di Negara paling kuat dalam hal ekonomi diluar dunia barat.

6. Etika Dalam Transaksi Bisnis Islam

Etika bisnis mendapat perhatian yang tinggi dalam ekonomi Islam para pemikir ekonomi muslim melakukan berbagai macam usaha untuk menciptakan kepercayaan *transendental*, hal ini merupakan benih yang baik guna membangun ekonomi etis, agar pebisnis tidak terjebak kerjasama yang tidak berkah diantara pelaku bisnis. Mempelajari akad jual beli merupakan hal yang penting, Para pebisnis harus selalu menambah pengetahuan mengenai ekonomi bisnis Islam supaya terhindar dari transaksi yang bertentangan dengan syariat Islam dan juga harus senantiasa memperhatikan penurunan dan peningkatan produksi.

7. Prinsip-prinsip Etika Bisnis

Islam telah mengatur tentang etika dalam menjalankan bisnis yang sesuai dengan aturan Islam yang telah dipraktekkan sejak zaman Rasulullah yang bisa dijadikan contoh dalam bertransaksi bisnis, diantaranya sebagai berikut:¹²

¹² Wijaya, "Perspektif Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang di Pasar Kamis Desa Nanjung Kecamatan Pino Raya Kabupaten Bengkulu Selatan," Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, 2021, 30

a. Kepuasan pelanggan

Prinsip kepuasan pelanggan selalu diterapkan oleh Rasulullah SAW, Rasulullah menerapkan keadilan, kejujuran, serta amanah dalam suatu transaksi bisnis, apabila terjadi konflik maka selalu diselesaikan dengan adil dengan tidak merugikan salah satu pihak sehingga pelanggan Rasulullah selalu merasa puas. Menurut Rasulullah SAW, terdapat beberapa hal yang mesti diperhatikan supaya pelanggan merasa puas. diantaranya adalah menunjukkan cacat atau tidaknya barang yang diperjualbelikan, adil dalam melakukan timbangan dan tidak berbohong kepada pembeli.

b. Transparansi

Prinsip keterbukaan dalam Islam adalah kunci keberhasilan, hal tersebut terjadi ketika produsen/penjual berterus terang mengenai komposisi, kuantitas serta mutu, sehingga konsumen tidak merasa dirugikan.

c. Persaingan yang sehat

Dalam Islam terdapat perintah berlomba-lomba untuk suatu hal yang baik, hal itu bermakna persaingan bukanlah usaha untuk mematikan usaha yang lainnya, melainkan sebagai motivasi agar memberikan yang terbaik bagi usahanya. persaingan usaha dengan menggunakan berbagai cara yang bertentangan dengan prinsip muamalah yang dilarang oleh Islam.

d. Keadilan

Terciptanya keadilan merupakan tujuan diutusnya para rasul, segala bentuk yang bertentangan dengan keadilan harus dimusnahkan dari bumi, sebab itu nabi Muhammad SAW bersikap tegas dan senantiasa bertindak adil termasuk keadilan dalam kegiatan bisnis, dalam Islam selalu ditekankan agar selalu menjaga hak orang lain.

Prinsip yang telah berlaku secara umum dalam aktivitas bisnis tidak terlepas dari kehidupan seorang manusia, Etika Bisnis memiliki prinsip yang biasa digunakan dalam penerapan etika pada umumnya. Berikut disebutkan macam-macam prinsip etika bisnis dalam Islam:¹³

a. Prinsip otonomi

Disini adalah kemampuan mengambil satu pilihan mengenai sesuatu hal yang baik dan adanya pertanggungjawaban terhadap keputusan yang telah diambil. Orang otonom harus sadar akan kewajibannya serta mau bertanggung jawab atas dampak dari pilihan yang dibuat tersebut.

b. Kejujuran

Prinsip kejujuran adalah prinsip yang sangat penting dan harus diikuti oleh para pebisnis dalam menjalankan bisnisnya, prinsip ini harus diterapkan supaya mendapatkan kepercayaan dari konsumen/masyarakat.

¹³ Yeni Gustiarni, "Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Kaki Lima di Pasar Panorama Kota Bengkulu", Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, 2015, 17

c. Niat baik dan tidak berniat jahat

Mendirikan bisnis dengan niat yang baik serta tidak memiliki tujuan yang jahat kepada semua pihak yang terlibat, hal ini dapat dilihat dari transparanya visi dan misi tujuanya.

d. Prinsip keadilan

Prinsip keadilan ini sangat penting bagi suatu bisnis, dalam seluruh aspek pelaksanaan bisnis berujung terhadap tuntutan dalam berperilaku adil terhadap semua pihak yang terlibat dalam bisnis.

e. Hormat pada diri sendiri.

Dalam prinsip ini diumpamakan seperti cermin yang positif pada diri sendiri, merupakan suatu usaha yaitu bagaimana caranya memperoleh penghargaan terhadap diri sendiri.

8. Aplikasi etika bisnis

Dalam bisnis dikalangan masyarakat sering kita jumpai penyimpangan yang dilakukan pelaku bisnis hal tersebut dikarenakan faktor ruang lingkup atau cara pandang untuk menilai benar dan tidaknya perilaku bisnis. Berikut adalah aplikasi etika bisnis dalam Islam:¹⁴

a. Perilaku bernilai baik

Perilaku baik merupakan setiap aktivitas yang didorong akal fikir untuk menjalankan ketentuan Allah SWT, serta termotivasi untuk menjalankan sunnah rasul-Nya. dalam konteks ini dilakukan seperti

¹⁴ Ibid.,23

kewajiban kita menjalankan rukun Islam, seorang pebisnis dianjurkan melaksakan sunnah dalam kegiatan bisnisnya, yang diterapkan dengan menolong orang yang dalam kesusahan memberi pelayanan yang terbaik dan menyenangkan bagi konsumen serta membangun ekonomi umat agar hidup lebih sejahtera.

b. Perilaku bernilai buruk

Perilaku buruk ini didorong hawa nafsu dan merupakan godaan dari setan supaya menjalankan perilaku yang buruk sehingga mendatangkan dosa, contohnya yaitu hasil perbuatan kufur terhadap nikmat yang telah Allah SWT berikan, menggunakan atau memakan barang dari riba serta melakukan berbagai cara dalam transaksi bisnis.

c. Logika dalam Islam

Berdasarkan filosofis manusia dinilai benar atau salah dapat dilihat dari logika baik secara akal pikiran dengan kemampuan kodrat alamiah ataupun dengan nalar argumentasi agama yang datang berasal dari sang pencipta, dalam sejarah peradaban Islam terbukti bahwa landasan kebenaran yang sudah puluhan abad bisa dikatakan benar secara ilmiah oleh umat manusia dalam sejarah perjalanan mencari kebenaran. Pada dasarnya perilaku yang buruk dapat merugikan diri sendiri dan juga orang lain.

9. Macam-macam Etika Bisnis

Macam-macam etika bisnis Islam diantaranya adalah:¹⁵

a. Jujur

Pedagang harus memiliki sikap yang jujur, tidak menipu serta tidak pernah mengingkari janji, sebagai seorang pebisnis dituntut untuk bersikap jujur dalam melaksanakan transaksi berdagang dan jual beli hal ini terdapat dalam mushaf Al-qur'an.

b. Tanggung Jawab

Dalam berdagang memiliki tanggung jawab atas pekerjaan dan posisi yang telah dipilihnya, maksudnya mau serta sanggup menjaga amanah yang diberikan oleh masyarakat yang secara otomatis jadi bebanya.

c. Tidak menipu

Seorang pedagang memiliki tanggung jawab atas pekerjaan dan jabatan yang telah dipilihnya, maksudnya mau serta sanggup untuk menjaga kepercayaan masyarakat yang sudah menjadi bebanya.

d. Murah hati

Dalam berdagang sudah dianjurkan Rasulullah SAW agar para pelakunya memiliki sifat, murah hati serta bertanggung jawab.

¹⁵ Yeni Gustiarni, "Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Kaki Lima di Pasar Panorama Kota Bengkulu (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu)", Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, 2015, 4

e. Tidak melupakan akhirat

Dibandingkan keuntungan dunia keuntungan akhirat lebih diutamakan, maka para pedagang muslim tidak dianjurkan untuk terlalu sibuk dengan hanya memikirkan keuntungan materi saja sehingga melupakan akhirat.

Dalam melakukan transaksi bisnis memerlukan beberapa etika yang harus diperhatikan yang tidak bisa lepas dalam kegiatan berbisnis diantaranya adalah sebagai berikut:¹⁶

a. Etika dalam produksi barang dan Jasa

Produksi merupakan kegiatan pembuatan nilai yang bermanfaat terhadap barang atau jasa. Dalam memproduksinya, suatu barang dan jasa harus sesuai aturan hukum yang berlaku supaya tidak ada yang merasa dirugikan, peran pemerintah diperlukan untuk menghimbau para pelaku bisnis yang berada Indonesia supaya memiliki moral serta etika yang baik.

b. Etika dalam kegiatan pemasaran

Pemasaran tidak dapat terpisah dari kegiatan berbisnis, dikarenakan pemasaran adalah suatu perencanaan, pelaksanaan serta pengawasan terhadap program yang dirancang guna menghasilkan transaksi untuk memenuhi target pasar. Melalui pemanfaatan promosi, harga dan distribusi.

¹⁶ Riska Dwiyantri, “Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Masyarakat Dalam Jual Beli Gabah (Studi di Amassangang Kabupaten Pinrang)”. (Skripsi Institut Agama Islam Negeri Parepare, 2018), 12

c. Etika dalam kegiatan konsumen

Islam mengharuskan mengkonsumsi barang serta makanan yang baik (halal) sesuai yang dianjurkan dalam Islam. Dalam perspektif Islam kebutuhan ditentukan oleh *maslahah*. Konsep kebutuhan dalam Islam tidak dapat dipisahkan dari kajian perilaku konsumen. Imam Al-Ghozali menjelaskan bahwa kebutuhan merupakan keinginan manusia agar memperoleh apa yang diinginkannya untuk mempertahankan kelangsungan hidup, sebagai muslim yang baik harus senantiasa memperhatikan apa yang dikonsumsinya.

10. Fungsi Etika Bisnis Islam

Dijelaskan oleh Dr. Sahata tentang etika bisnis dalam Islam, yakni yang berfungsi sebagai *subtansial* yang membekali pelaku bisnis, dijelaskan sebagai berikut:¹⁷

- a. Pembangunan kode etik yang sesuai dengan ajaran agama Islam yang berguna mengatur metode berbisnis dalam kerangka ajaran agama, hal tersebut menjadi simbol yang melindungi para pebisnis terhadap suatu resiko.
- b. Kode etik tersebut digunakan sebagai dasar hukum untuk menetapkan tanggung jawab bagi pelaku bisnis, terutama bagi mereka sendiri dan untuk komunitas bisnis yang ada dimasyarakat.

¹⁷ Rahmadani, "Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Petepamus Makassar Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam", (Skripsi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar Tahun 2017), 28

- c. Kode etik ini nantinya digunakan untuk dokumen hukum yang berfungsi menyelesaikan setiap persoalan yang terjadi, sehingga tidak perlu diserahkan ke pihak yang berwajib.
- d. Sesuatu yang dapat menjalin hubungan kerjasama antar pelaku bisnis.
- e. Kode etik data dapat memberi penyelesaian dari banyaknya persolan antara sesama pelaku bisnis dengan masyarakat dimana tempat merek bekerja.

Apabila seorang pebisnis peduli terhadap etika, maka akan bersikap jujur dan peduli terhadap kepentingan orang lain, sebaliknya jika tidak maka akan bersikap tidak peduli terhadap masyarakat. Dalam bisnis pengusaha tidak hanya mencari keuntungan saja melainkan mencari ridha dari Allah SWT, sehingga yang seharusnya dicari oleh pebisnis muslim adalah keuntungan immaterial.

9. Urgensi Etika Bisnis Dalam Islam

Perilaku merupakan cerminan dari akhlak seseorang, jika seseorang taat pada etika maka cenderung akan berperilaku baik dalam aktivitas bisnis seperti adil, amanah, jujur dan sebagainya, sebaliknya jika tidak memiliki kesadaran etika maka akan menampakkan sikap kontra produktif. Antara bisnis dan etika tidak bias dipisahkan seperti halnya akhlak dan ilmu. Dalam pandangan etika Islam seorang wirausahawan berjuang tidak hanya untuk

keuntungan saja tetapi juga untuk berkah dan ridlo dari Allah SWT. Dalam dunia usaha sudah pasti muncul masalah etis yang harus dicarikan jalan keluar, sebagai muslim yang baik harus menyibukkan diri dengan masalah etis. Untuk lebih jelasnya yang dimaksud urgensi dalam aktivitas bisnis dapat ditinjau dari berbagai aspek. **Pertama**, aspek teologis menjelaskan etika dalam Islam merupakan ajaran Tuhan yang diturunkan pada Rasulullah dalam bentuk Al-Qur'an dan sunnah. **Kedua**, aspek watak pada manusia cenderung mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhannya, hal itu dikarenakan sifat dasar manusia yang secara universal bersiat serakah, dengan watak seperti ini manusia membutuhkan kesadaran bahwa yang paling pokok adalah memenuhi kebutuhan dasar. **Ketiga**, aspek sosiologis akibat dari watak manusia yang amoral sehingga terjadi persaingan yang tidak sehat di dunia global. Perlu adanya etika dalam bisnis agar pebisnis mengetahui wilayah yang sah dilakukan dan mana saja yang tidak boleh. **Keempat**, perkembangan teknologi penyimpangan etika pada bisnis tidak sebatas masalah sosial saja, penggunaan teknologi digital untuk aktivitas bisnis menimbulkan berbagai macam masalah banyak jual beli menggunakan sistem *online* yang tentu rentan terjadi penyimpangan etika, untuk mengantisipasi praktik penyimpangan etika dibutuhkan hadirnya etika bisnis. **Kelima**, aspek akademis dari keempat aspek diatas sudah selayaknya etika bisnis dijadikan kajian

akademis, kajian akademik dari kalangan akademisi diharapkan dapat menghasilkan berbagai teori mutakhir berdasarkan kajian *literer* yang kemudian dijadikan acuan.¹⁸

10. Pasar dalalam Islam

Pasar dalam arti sempit yaitu tempat diperjual belikanya suatu barang atau jasa oleh para pelaku perdagangan dalam tempat dan kurun waktu tertentu, sedangkan menurut arti luas yaitu permintaan dan penawaran yang besar terhadap suatu jenis barang maupun jasa. Terjadinya suatu pasar apabila telah memenuhi syarat terjadinya suatu pasar yaitu adanya pembeli dan penjual, serta barang yang diperdagangkan. Pasar adalah wahana tempat transaksi ekonomi yang sangat ideal dalam Islam, meski dalam suasana bersaing, namun dalam Islam keadaan pasar yang dibingkai sesuai nilai syari'ah. peran pemerintah penting agar terciptnya pasar yang sesuai dengan aturan Islam, yang dalam pelaksanaanya terjadi persaingan secara sehat dan menerapkan nilai serta moralitas Islam yang berlaku bagi muslim dan masyarakat umum, diantaranya kejujuran, persaingan yang sehat dan keadilan seperti yang diajarkan nabi Muhammad SAW yang memiliki keterkaitan erat pada mekanisme pasar dalam perdagangan.¹⁹

¹⁸ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Pradigma Spiritualis Dan Kearifan Lokal* (UIN-Maliki Press, 2019). 58

¹⁹ Wijaya, "*Perspektif Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Di Pasar Kamis Desa Nanjung Kecamatan Pino Raya Kabupaten Bengkulu Selatan.*"Skripsi Institut Agama Islam (IAIN) Begkulu, 2021, 40

11. Pedagang dalam etika bisnis Islam

Pedagang yaitu orang yang memperjualbelikan barang baik barang yang diproduksi sendiri maupun mengambil dari orang lain untuk mendapatkan keuntungan, harapan seorang pedagang adalah memepeloreh keuntungan sebanyak-banyaknya, karena dengan keuntungan yang banyak pedagang mampu memenuhi semua kebutuhan hidupnya, adapun yang dimaksud perdagangan yaitu semua tindakan dengan tujuan menyampaikan barang untuk kebutuhan hidup sehari-hari yang berasal dari konsumen yang ditujukan untuk produsen, barang yang telah sampai pada konsumen lalu dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Ada banyak macam-macam pedagang seperti pedagang asongan, pedagang keliling, pedagang kios dan masih banyak lagi.

Perilaku merupakan semua tindakan yang digerakkan oleh tubuh, Perilaku pedagang merupakan suatu tindakan dari pedagang yang memiliki bentangan yang luas yakitu berbicara bekerja berjalan dan lain sebagainya, dalam makna yang khusus adalah aktivitas pedagang yang mengganti, menukar maupun menjual sesuatu dengan yang lain, hal ini meliputi beberapa aspek kegiatan yakni cara berdagang, sikap dan strategi dalam berdagang serta faktot apa saja yang memberikan pengaruh pada perilaku pedagang. Dalam etika bisnis ada prinsip yang dijadikan patokan dalam transaksi jual beli, prinsip tersebut yaitu prinsip ekonomi, nilai baik dan tidak jahat,

kejujuran, adil serta hormat terhadap diri sendiri. Prinsip-prinsip tersebut harus diterapkan oleh penjual dalam menawarkan barang dagangannya pada masyarakat sehingga membawa kebaikan bagi penjual dan pembeli, dalam Islam dianjurkan menjalankan nilai-nilai etika Islam dalam muamalah ekonomi, anjuran tersebut yaitu kewajiban bersikap jujur, amanah serta berpegang teguh pada nasihat serta menjauhi penipuan, tidak melakukan *najasy*, menghindari persaingan yang tidak sehat, menjauhi sifat keserakahan, serta menjalin hubungan sosial yang baik.²⁰ Jika nilai-nilai etika Islam tersebut diterapkan maka akan terjalin hubungan yang baik antara para pelaku bisnis dan timbulnya rasa kepercayaan.

12. Pedagang Kaki Lima

a. Pengertian Pedagang Kaki Lima

Pedagang kaki lima atau disingkat PKL merupakan tenaga kerja disektor informal yaitu orang yang ekonominya kurang mampu yang menjual barang dagangannya seperti makanan dan minuman baik dengan modal sendiri maupun memakai modal orang lain dengan modal yang relatif kecil. PKL mempunyai potensi menciptakan lapangan kerja. Terutama untuk tenaga kerja yang tidak mempunyai keahlian untuk bekerja disektor formal, karena rendahnya tingkat pendidikan yang mereka miliki. Peran

²⁰ Muzaiyin, "Perilaku Pedagang Muslim Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam (Kasus di Pasar Loak Jagalan Kediri)". Jurnal Qawanin Vol.2, NO.1, Januari (2018): 70-94

pedagang lima sebagai suatu cara untuk memenuhi kebutuhan manusia memiliki tempat yang penting, selama masih ada masyarakat yang membutuhkan pedagang kaki lima, maka pedagang kaki lima (PKL) akan selalu ada. Pedagang kaki lima terdiri dari penjual yang menjual barang dagangannya ditempat umum seperti tepi-tepi jalan atau di trotoar. Istilah pedagang kaki lima sudah ada sejak masa rafles, pedagang kaki lima berasal dari istilah *five feet* yang mempunyai arti jalur dipinggir jalan selebar lima kaki. Dari pengertian yang sudah disebutkan dapat disimpulkan bahwa pedagang kaki lima adalah pedagang yang usahanya menggunakan lokasi trotoar, samping jalan raya, dan tempat-tempat umum yang mana tempat tersebut tidak diperuntukkan sebagai tempat usaha.

b. Karakteristik Pedagang Kaki Lima

Pedagang Kaki Lima bila ditinjau dari sarana fisik maupun pola penyebaran pada ruang perkotaan sebagaimana dikemukakan simanjuntak berikut ini:²¹

- 1) Usaha yang tergolong sederhana serta tidak mempunyai sistem kerja sama yang rumit.
- 2) Modal dan usaha dengan skala yang elatif kecil dengan pendapatan yang yang relative kecil atau bisa dibbilang cukup.

²¹ Heri Wahyudianto, *Pedagang Kaki Lima di Kota Jayapura* (Jakarta, Indocamp, 2018), 11

3) Suatu aktivitas yang terhitung ilegal atau liar sehingga tidak memiliki izin.

c. Faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang kaki lima

Hasil penelitian yang telah dilakukan Fatmawati diketahui bahwa faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang kaki lima sebagai berikut:

1) Modal

Modal adalah faktor yang paling utama yang menentukan berhasil dan tidaknya bisnis yang didirikan.

2) Jam kerja

Semakin lama jam kerja yang digunakan, maka akan semakin tinggi pula tingkat upah yang diperoleh seseorang begitupun sebaliknya.

3) Pengalaman

Pengalaman menjadi modal yang penting dalam memulai usaha, banyak pedagang yang gagal dalam usahanya disebabkan kurangnya pengalaman, hal tersebut menunjukkan bahwa pengalaman merupakan salah satu faktor berhasilnya suatu usaha.²²

²² Nurlaila Hanum, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Kota Kuala Simpang," *Jurnal Samudra Ekonomika*, Vol.1, No.1, Maret 2017 1, no. 1 (2017): 72–86.

Menurut Wirosardjono yang dikutip dalam korompis yang dimaksud pedagang kaki lima adalah kegiatan sektor marginal yang mempunyai ciri sebagai berikut:²³

- 1) Memiliki kegiatan yang tidak teratur dalam hal permodalan, waktu dan penerimaannya.
- 2) Tidak terikat peraturan yang ditetapkan pemerintah.
- 3) Modal yang tidak terlalu banyak, peralatan yang digunakan cukup sederhana serta omzetnya terbilang kecil. se
- 4) Pendapatan yang rendah atau tidak menentu.
- 5) Tidak memiliki tempat yang tetap, pedagang kaki lima memiliki ciri yaitu tempat yang digunakan selalu berpindah-pindah
- 6) Biasanya yang menjadi konsumen dari kalangan masyarakat menengah.
- 7) Tidak memerlukan keahlian khusus sehingga dapat menyerap banyak tingkat tenaga kerja secara luas.
- 8) Pada umumnya setiap usaha yang mempekerjakan tenaga kerja dalam jumlah sedikit dan dari kalangan keluarga sendiri.
- 9) Tidak menggunakan pembukuan, perkreditan, perbankan dan sebagainya.

²³ Endang Hariningsih dan Rintar Agus Simatupang, "Faktor-Faktor Yang Memepengaruhi Kinerja Usaha Pedagang Eceran Studi Kasus:Pedagang Kaki Lima Di Kota Yogyakarta.," *Jurnal Bisnis & Manajemen Vol.4, NO.2, 2008* 4, no. 2 (2008): 25–40.

- 10) Sebagai penyalur arus barang dengan jasa. Pedagang kaki lima adalah mata rantai sebelum sampai pada konsumen dari sumber utama yaitu produsen.

Pedagang kaki lima merupakan bagian dari bisnis kecil yang bergerak pada sektor informal pedagang kaki lima secara kusus dapat diartikan sebagai distributor barang dan jasa yang belum memiliki ijin usaha dan biasanya dalam kegiatannya berpindah-pindah/tidak menetap disatu tempat, biasanya pemilihan tempat di daerah-daerah yang ramai seperti pasar, sekolah dan gedung bioskop. Menurut International Labour Organization (ILO) pedagang kaki lima merupakan akses mudah untuk pedagang baru yang ingin terjun dalam bisnis jual beli. Modal yang tidak terlalu besar serta tidak membutuhkan keterampilan yang kusus menjadi alasan masyarakat memilih pekerjaan menjadi pedagang kaki lima. Istilah kaki lima di ambil dari ukuran trotoar yang dulu mempunyai lebar 5 feet atau sekitar 1,5 meter.²⁴ Dalam bidang ekonomi pedagang kaki lima berperan untuk menumbuhkan perekonomian.

B. Kajian Pustaka

Berisi penelitian-penelitian terdahulu yang membahas mengenai hasil dari penelitian tersebut, baik berasal dari dalam mapun luar negeri dalam bentuk skripsi, thesis, jurnal ataupun artikel. didalamnya penelitian

²⁴ Rafidah, "Strategi Dan Hambatan Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus PKL Di Telanaipura Kota Jambi)." *Jurnal Of Islamic Economics and Business* Vo. 4, No. 2, Desember (2019): 55-69.

terdapat nama peneliti, tahun dan simpulan hasil penelitian. Diantaranya penelitian tersebut sebagai berikut:

1. Penulis, Aziz Huda Makrufi 2022 . Tinjauan etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang kaki lima di kabupaten Ponorogo. yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan metode kualitatif yang dilakukan secara deskriptif analisis. pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi, selanjutnya data yang terkumpul dianalisis, penyanyian data dan yang terakhir penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku pedagang kaki lima yang tidak membersihkan tempat jualan yang termasuk area publik, perilaku pedagang kaki lima yang semacam ini tidak memenuhi beberapa prinsip etika bisnis Islam yaitu keseimbangan (*Equilibruim*) dan tanggung jawab (*Responsibility*).²⁵
2. Penulis, Riska Dwiyaniti 2017. Analisis etika bisnis Islam terhadap perilaku masyarakat dalam jual beli gabah (Studi di Amassangang Kabupaten Pinrang). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, data kali ini diperoleh dari data primer dan sekunder, hasil penelitian ini menunjukkan sikap penjual dan pembeli di desa Amassangang Kabupaten Pinrang sudah sesuai dengan Etika bisnis Islam namun pada transaksi jual beli gabah masih terdapat

²⁵ Aziz Huda Makrufi, "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Kki Lima Did Kabupaten Ponorogo, Studi Kasus Di Trotoar Jalan Gajah Mada Ponorogo." (Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2022).

kecurangan dalam transaksi seperti harga timbangan dan keuntungan yang tidak sesuai

3. Penulis, Khirjudin Aqlis 2020. Analisis penerapan etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang dalam perspektif ekonomi Islam (Studi pada Pedagang Hasil Bumi di Pasar Koga Bandar Lampung). Berdasarkan hasil penelitian bahwa Pedagang hasil bumi dipasar Koga Bandar Lampung memiliki pemahaman yang cukup baik terhadap etika bisnis Islam, yang cara berdagang telah sesuai dengan yang terdapat dalam Al-Qur'an dan yang diajarkan oleh Rasulullah Muhammad SAW, pedagang hasil bumi dipasar Koga Bandar Lampung telah mampu menerapkan etika bisnis islami dalam melakukan perdagangannya. Meskipun demikian ada juga beberapa pedagang yang belum sepenuhnya menerapkan etika bisnis islam, karena masih didapatkannya pedagang hasil bumi dipasar Koga Bandar Lampung tidak menjalankan shalat secara 5 waktu, tidak jujur dalam menjelaskan kualitas dagangan juga merubah takaran timbangan.²⁶
4. Penulis, Rengga Agnes Wijaya 2021. Perspektif Etika Bisnis Islam terhadap perilaku pedagang di pasar kamis Desa Nanjungan Kecamatan Pino Raya Kabupaten Bengkulu Selatan. peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik

²⁶ Aqlis, "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islami Terhadap Perilaku Pedagang Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pedagag Hasil Bumi Di Pasar Koga Bandarlampung). Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung." 2022.

pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara serta dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku pedagang ikan dalam jual beli yang terjadi di pasar kamis Desa Najungan Kecamatan Pino Raya Kabupaten Bengkulu Selatan masih terdapat kecurangan dalam timbangan saat melakukan transaksi.²⁷

5. Penulis, Yeni Gustiarni 2022, Analisis Etika Bisnis Islam terhadap perilaku pedagang kaki lima di pasar Panorama Kota Bengkulu, peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif, teknik yang digunakan yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Dari hasil penelitian diketahui bahwa pedagang kaki lima di pasar tersebut tidak menggunakan etika bisnis yang baik dalam berdagang, tidak menghiraukan waktu datangnya salat, para pedagang juga tidak memberi hak kepada pejalan kaki maupun para pengguna kendaraan lainnya.²⁸

Tabel 1.1: Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu

²⁷ Wijaya, “*Perspektif Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Di Pasar Kamis Desa Nanjung Kecamatan Pino Raya Kabupaten Bengkulu Selatan.*”, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, 2021.

²⁸ Gustiarni, “*Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Kaki Lima di Pasar Panorama Kota Bengkulu*”, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, 2020.

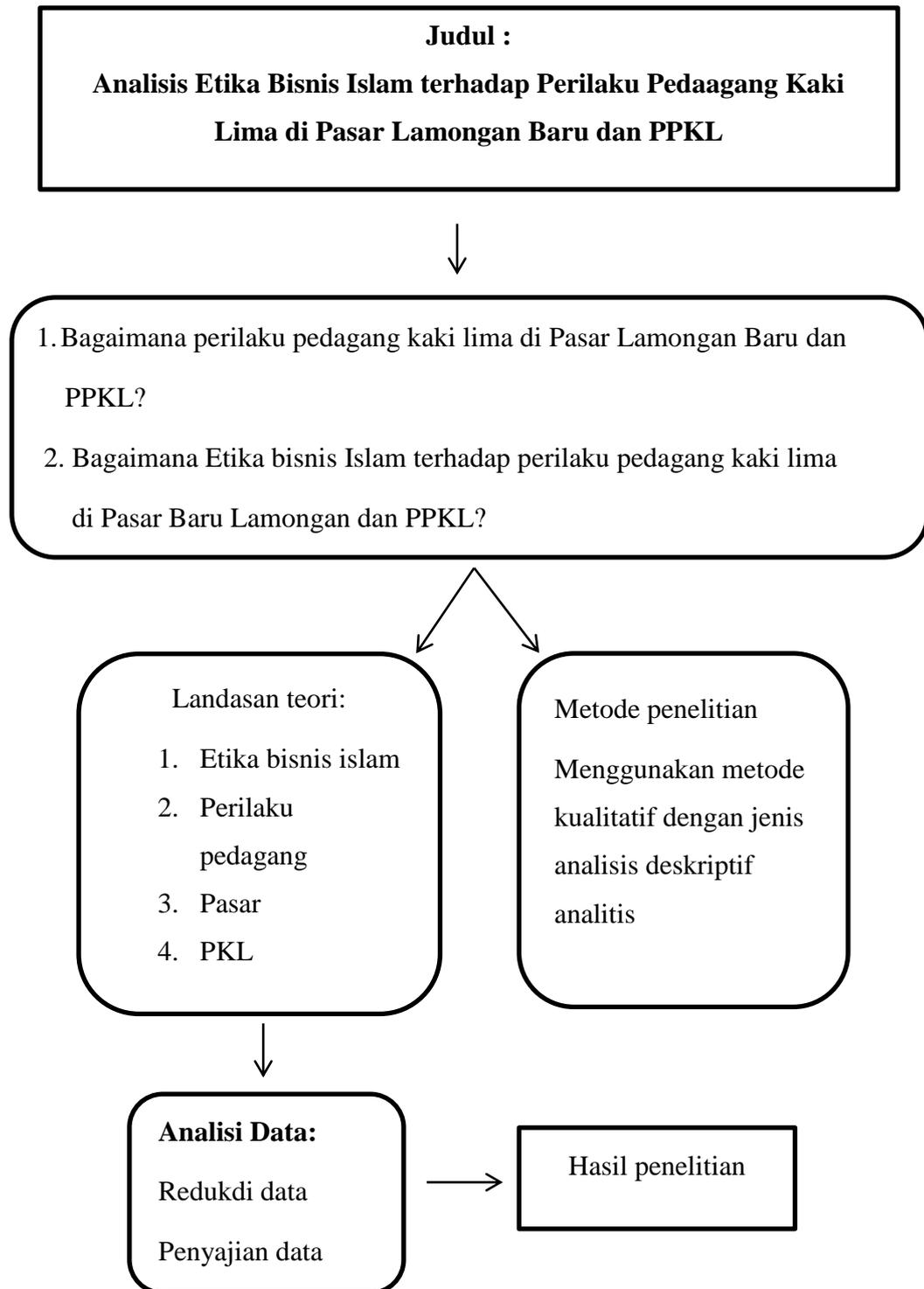
NO	Nama peneliti, judul dan tahun Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Orisinilitas Penelitian
1.	Aziz Huda Makrufi Tinjauan etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang kaki lima di kabupaten Ponorogo (Studi kasus di trotoar jalan Gajah mada Ponorogo. 2022	Terdapat variabel yang sama yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif.	Perbedaanya terdapat pada objek penelitian, dimana peneliti tersebut meneliti trotoar jalan Gajah mada Ponorogo.	Orisinilitas dalam penelitian ini adalah mendeskripsikan tentang analisis prilaku pedagang apakah sudah sesuai dengan Etika Bisnis
2.	Yeni Gustiarni Analisis Etika Bisnis Islam terhadap perilaku pedagang kaki lima di pasar panorama kota Bengkulu 2020	Terdapat variabel yang sama yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif.	Perbedaanya terletak pada jenis barang yang dijual, dimana peneliti tersebut meneliti perdagangan bahan yang masih mentah.	Orisinilitas dalam penelitian ini adalah mendeskripsikan tentang analisis prilaku pedagang apakah sudah sesuai dengan Etika Bisnis

3.	<p>Khirjudin Aqlis</p> <p>Analisis penerapan Etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang dalam perspektif ekonomi.</p> <p>2020.</p>	<p>Terdapat variabel yang sama yaitu sama-sama yakni membahas perilaku pedagang.</p>	<p>Perbedaannya terdapat pada objek penelitian, dimana peneliti tersebut meneliti di Bandar Lampung.</p>	<p>Orisinalitas dalam penelitian ini adalah mendeskripsikan tentang analisis perilaku pedagang apakah sudah sesuai dengan Etika Bisnis</p>
4.	<p>Rengga Agnes Wijaya</p> <p>Perspektif Etika Bisnis Islam terhadap perilaku pedagang pasar kamis Desa Pino Raya Kabupaten Bengkulu Selatan.</p> <p>2021</p>	<p>Terdapat variabel yang sama yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif.</p>	<p>Perbedaannya terdapat pada objek penelitian, dimana peneliti tersebut meneliti di pasar kamis Desa Nanjungan</p>	<p>Orisinalitas dalam penelitian ini adalah mendeskripsikan tentang analisis perilaku pedagang apakah sudah sesuai dengan Etika Bisnis</p>

5.	Riska Dwiyantri Analisis Etika Bisnis Islam terhadap perilaku masyarakat dalam jual beli gabah (Studi di Amassagang Kabupaten Pinrang). 2017.	Terdapat variabel yang sama yaitu sama-sama yakni membahas perilaku pedagang.	Perbedaanya terdapat pada objek penelitian, dimana peneliti tersebut meneliti di Panorama Kota Bengkulu	Orisinilitas dalam penelitian ini adalah mendeskripsikan tentang analisis perilaku pedagang apakah sudah sesuai dengan Etika Bisnis
----	--	--	---	---

C. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dalam penelitian memberikan gambaran konsep dan variabel yang akan diteliti menggunakan teori-teori yang digunakan sebagai landasan penelitian. Dengan memberikan rancangan kerangka konseptual maka dalam melakukan penelitian akan lebih terfokus dan masalah penelitian akan terjawab dengan mudah, Kerangka konseptual merupakan keterkaitan antara teori atau konsep yang mendukung sebuah penelitian yang berfungsi sebagai pedoman dalam menyusun sistematis penelitian. karena itu Kerangka konseptual sebagai pedoman untuk menjelaskan secara sistematis dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.1 kerangka Gambar 3.1