

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini, fungsi teori yang diteliti, praktik yang dilakukan oleh Rosulullah mengenai teori dalam penelitian, penelitian terdahulu, dan kerangka berfikir dalam penelitian ini.

A. Landasan Teori

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika secara etimologi, berasal dari bahasa Yunani yaitu *ethos* yang dapat diartikan sebagai adat istiadat. Dalam hal ini, etika dapat diartikan sebagai suatu kebiasaan seseorang dalam menjalankan kehidupan, yang berkaitan dengan dirinya sendiri maupun yang berkaitan dengan orang lain.¹

Menurut KBBI, etika merupakan ilmu mengenai suatu hal yang sifatnya baik dan buruk, kumpulan nilai yang berhubungan dengan akhlaq serta dasar perilaku yang dijadikan pedoman.² Etika secara *terminology*, merupakan studi sistematis yang mencakup konsep nilai, benar, salah, baik, buruk, yang mengedepani manusia dalam bersikap serta dalam mengambil keputusan.³

Pengertian etika menurut Hamzah Ya'qub ialah ilmu yang menelusuri tentang hal yang baik maupun yang buruk, dengan memperhatikan pada amal perbuatan manusia sejauh yang dapat diketahui oleh akal pikiran manusia. Sedangkan menurut Burhanudin Salam, etika ialah ilmu yang mempelajari tentang permasalahan terhadap tingkah laku manusia agar dapat membedakan mana hal yang dapat dinilai sebagai sesuatu yang baik dan yang buruk.

Berdasarkan pengertian menurut para ahli tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa etika merupakan nilai-nilai yang menjadi landasan manusia dalam berperilaku maupun beraktivitas, untuk dapat membedakan suatu hal yang baik dan yang buruk dengan maksud mencapai kesejahteraan bersama.

¹ Buchari Alma dan Donni Junni Priansa, *Manajemen Bisnis Syari'ah* (Malang: Alfabeta, 2009), 204.

² Departement Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia* (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), 399.

³ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Islam* (Jakarta: Kencana Cet. Ke-2, 2006), 5.

Dalam ajaran Islam sangat mengedepankan etika dalam menjalankan segala macam aktivitas. Agama Islam terlahir sebagai kode perilaku moral dan etika bagi kehidupan manusia sehingga dapat terarah dengan benar. Seperti yang telah disebutkan dalam hadis: “Aku diutus untuk menyempurnakan akhlak yang mulia”.

Dalam Islam, etika merupakan akhlak yang baik seorang muslim dalam melakukan segala macam aktivitas, termasuk dalam aktivitas bisnis. Sejarah agama menunjukkan bahwa tercapainya suatu kebahagiaan akhlak yang baik dalam menjalankan syari’ah agama maka akan tercapainya kebahagiaan. Suatu kepercayaan yang hanya berupa pengetahuan tentang keesaan Tuhan, ibadah sebagai formalitas belaka, *mu’amalah* yang hanya merupakan aturan dalam kitab, bukanlah merupakan jaminan tercapainya kebahagiaan tersebut.⁴ Dengan adanya kesadaran akhlak maka akan tercipta kesadaran diri manusia dalam membedakan mana yang baik dan buruk, yang halal dan haram, yang hak dan yang *bathil*.

Bisnis merupakan aktivitas usaha untuk menunjang perkembangan ekonomi. Bisnis secara umum merupakan suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan keuntungan,⁵ Kata bisnis secara etimologi berasal dari bahasa Inggris yaitu “*business*” yang artinya kesibukan, urusan, kegiatan bisnis. Sedangkan arti bisnis dalam KBBI diartikan sebagai usaha komersial dalam perdagangan, usaha dagang, dan bidang usaha.⁶ Bisnis merupakan aktivitas yang dilakukan untuk meningkatkan nilai tambah melalui proses pemberian jasa, perdagangan, dan pengolahan produk.⁷

Istilah bisnis dalam Al-Qur’an yaitu *al-tijarah* atau *tijaraha* yang artinya berniaga atau berdagang. Menurut *ar-Ragib al-Ashfahani* dalam *al-mufradat fi gharib al-Qur’an, at-tijarah*, bisnis merupakan pengelolaan harta benda agar

⁴ Muhammad Amin, “Pentingnya Etika Bisnis Islam,” *Jurnal al-hikmah*, Vol. 13. No. (2012): 1.

⁵ Mulyono, *Etika Bisnis Islam* (Lombok: CV. Alliv Renteng Mandiri, 2021), 1.

⁶ Department Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*, (2008), 209.

⁷ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami* (Semarang : Walisongo Pers, 2013), 20.

memperoleh profit atau keuntungan. Bisnis syari'ah pada dasarnya sama dengan bisnis konvensional, namun bisnis syari'ah harus sesuai dengan ajaran yang tertuang dalam Al-Qur'an, As-Sunnah, Ijma', dan Qiyas. Bisnis merupakan kegiatan ekonomi sebagai upaya untuk mendapatkan keuntungan, dimana keuntungan tersebut digunakan sebagai pemenuhan kebutuhan hidup manusia.⁸ Kegiatan berbisnis atau bisa disebut juga dengan istilah jual beli, diperbolehkan dalam Islam selama tidak menyimpang dari syari'ah.

Etika bisnis adalah seperangkat prinsip-prinsip etika yang mengelompokkan apa yang baik dan yang buruk, harus, benar, salah, dan lain sebagainya, dan juga merupakan prinsip-prinsip umum yang membenarkan seseorang dalam menerapkan berbagai hal dalam kegiatan jual beli. Dalam artian, etika bisnis merupakan seperangkat prinsip dan norma yang dimana para pelaku bisnis harus menjunjungnya dalam menjalankan aktivitas berbisnis dan mencapai tujuan bisnis dengan selamat.⁹

Prof. Dr. H. Muhammad Djakfar menyebutkan bahwa Etika Bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan Al-Quran dan Hadist yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnisnya.¹⁰ Etika Bisnis Islam merupakan akhlak dalam menjalankan kegiatan berbisnis sesuai dengan syariah, sehingga dalam menjalankan bisnisnya tidak perlu khawatir sebab sudah dipastikan sebagai sesuatu yang baik dan benar.¹¹

Bisnis dan etika merupakan dua hal yang berbeda. Bisnis berjalan sebagai kegiatan yang berfokus pada pemenuhan kebutuhan manusia, sedangkan etika merupakan disiplin ilmu yang berdiri sendiri, oleh karena itu terpisah dari bisnis. Penggabungan etika dan bisnis dimaksudkan agar terciptanya realitas dari bisnis yang sesuai dengan norma-norma dan kode etik dalam berbisnis. Islam mengajarkan bahwa bisnis yang dijalankan bukan sekedar untuk mendapatkan keuntungan dan untuk memenuhi kebutuhan hidup, melainkan juga harus

⁸ M. Djakfar, *Etika Bisnis* (Jakarta : Penebar Plus, 2012), 29.

⁹ Fakhry Zamzam dan Havis A., *Etika Bisnis Islam: Seni Berbisnis Keberkahan* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 2.

¹⁰ M. Djakfar, *Etika Bisnis* (Jakarta: Penebar Plus, 2012), 29

¹¹ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015),

memperhatikan keberkahan yang ada didalamnya, seperti dengan menetapkan keuntungan yang tidak berlebihan (wajar) dan sesuai syari'ah sehingga mendapat ridho dari Allah SWT. Pelaku bisnis wajib memperhatikan prinsip-prinsip etika bisnis yang telah digariskan dalam Islam untuk meraih keberkahan dalam berbisnis.

Terdapat beberapa perbedaan antara etika bisnis konvensional dan etika bisnis Islam, antara lain:

Tabel 2.1
Perbedaan Etika Bisnis Konvensional dan Etika Bisnis Islam

No	Karakteristik Bisnis	Syari'ah	Konvensional
1.	Asas	Tauhid (nilai-nilai transcendental).	Sekularisme (nilai-nilai materialism).
2.	Motivasi	Dunia dan akhirat	Dunia
3.	Orientasi	Untuk mendapatkan profit, perkembangan, keberlangsungan, dan keberkahan.	Untuk mendapatkan profit, perkembangan, dan keberlangsungan.
4.	Etos kerja	Etos kerja tinggi untuk memenuhi kebutuhan dunia sekaligus bagian dari ibadah.	Etos kerja tinggi untuk memenuhi hasrat duniawi.
5.	Sikap mental	Maju, produktif, konsekuensi keimanan dan manifestasi kemusliman.	Maju, produktif, konsumtif, dan konsekuensi aktualisasi diri.
6.	Skill	Cakap dan ahli, konsekuensi dari kewajiban sebagai seorang muslim.	Cakap dan ahli, konsekuensi dari <i>punishment</i> dan <i>reward</i> .
7.	Kepercayaan	Dipastikan terpercaya dan tanggung jawab, serta tidak menghalalkan segala cara.	Tergantung individu (pelaku bisnis), tujuan menghalalkan segala cara.
8.	Modal	Halal	Haram dan halal
9.	Sumber daya	Halal	Haram dan halal
10.	Manajemen strategic	Visi dan misi ditetapkan berdasarkan misi penciptaan manusia di dunia.	Visi dan misi ditetapkan berdasarkan kepentingan duniawi.

No	Karakteristik Bisnis	Syari'ah	Konvensional
11.	Manajemen operasional	Dapat dijamin kehalalannya dari setiap masukan, proses, keluaran, dan mengedepankan produktivitas sesuai syari'ah.	Tidak ada jaminan halal dari setiap masukan, proses, keluaran, dan mengedepankan produktivitas dalam memberikan manfaat.
12.	Manajemen keuangan	Jaminan halal dalam setiap masukan, proses, dan keluaran keuangan. Mekanisme keuangan menggunakan sistem bagi hasil.	Tidak ada jaminan halal dalam setiap masukan, proses, dan keluaran keuangan. Mekanisme keuangan menggunakan sistem bunga.
13.	Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM)	Sistem kerja sesuai akad, professional dan islami. SDM bertanggung jawab terhadap dirinya, atasan, dan Allah.	Sistem kerja sesuai akad atau sesuai keinginan pemilik usaha, dan professional. SDM bertanggungjawab terhadap dirinya dan atasan.
14.	Manajemen pemasaran	Tidak menghalalkan segala cara. Pemasaran dengan cakupan jaminan halal.	Menghalalkan segala cara untuk mendapatkan kepercayaan konsumen.

Konsumen merupakan *stakeholder* dalam dunia bisnis, maka dari itu konsumen harus mendapatkan perlakuan baik secara moral, misalnya seperti memberikan kebebasan terhadap konsumen untuk menyampaikan masukan dan memberikan perlindungan terhadap konsumen. Apabila ingin memberikan perlindungan terhadap konsumen, maka hak dari konsumen harus terpenuhi oleh pihak pemerintah maupun pihak pelaku usaha. Dengan pemenuhan hak konsumen, maka konsumen akan terlindung dari kerugian dalam berbagai aspek. Pemenuhan hak konsumen bukan hanya sekedar tuntutan etnis belaka, melainkan juga merupakan syarat mutlak dalam mencapai keberhasilan dalam bisnis.

Penyusunan hak konsumen dapat dipandang sebagai jalan masuk yang tepat mengenai solusi dari permasalahan etis yang kerap dialami oleh konsumen. Terdapat empat hak yang harus dipertimbangkan dalam pemenuhan hak – hak konsumen, antara lain:¹²

a. Hak atas keamanan

Konsumen berhak mendapatkan produk yang aman bagi dirinya. Hal ini berarti produk yang ditawarkan tidak memiliki kesalahan secara teknik maupun kesalahan lainnya yang dapat memberikan kerugian atau membahayakan hidupnya.

b. Hak atas informasi

Konsumen berhak mengetahui informasi relevan terhadap produk yang telah dibeli. Informasi dalam hal ini meliputi berbagai aspek seperti pemasaran dan periklanan. Jika suatu produk memiliki jaminan berupa garansi dalam jangka waktu tertentu, maka semua persyaratan dan konsekuensi harus dijelaskan kepada konsumen secara detail untuk menghindari *miss* komunikasi antara penjual dan pembeli. Seluruh informasi yang tercantum dalam kemasan suatu produk yang ditawarkan haruslah sesuai isinya, beratnya, kandungannya, *expired date*, dan sebagainya. Dalam hal penyantunan informasi suatu produk, terkadang masih dikesampingkan oleh beberapa pelaku usaha. Padahal hal tersebut merupakan wujud pemenuhan hak konsumen atas informasi suatu produk yang dibeli.¹³

c. Hak untuk memilih (kebebasan)

Dalam hal ini konsumen memiliki kebebasan dalam memilih berbagai produk maupun jasa yang ditawarkan. Konsumen juga memiliki kebebasan untuk membandingkan harga dan kualitas suatu produk maupun jasa sebelum mengambil keputusan pembelian. Pelaku usaha tidak boleh melakukan pemaksaan atau tipu daya kepada konsumen agar memilih produk atau jasanya.

¹² K. Bertens, *Pengantar Bisnis* (Yogyakarta: KANISIUS, 2013), 248-251.

¹³ Desy Ary Setyawati, dkk., "Perlindungan bagi Hak Konsumen dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha dalam Perjanjian Transaksi Elektronik." *Syah Kuala Lawa Journal*, Vol. 1, No. 3 (): 38.

d. Hak untuk didengarkan

Konsumen sangat mempengaruhi penjualan suatu produk maupun jasa karena konsumen merupakan pembeli sekaligus pengguna produk maupun jasa tersebut. Oleh karena itu, pendapat konsumen tentang produk maupun jasa yang telah digunakan tersebut berhak untuk ditampung dan dipertimbangkan, terutama keluhannya. Hal ini juga dapat berarti bahwa konsumen harus dikonsultasikan, jika pemerintah membuat peraturan mengenai produk maupun jasa tersebut. Dengan memberi hak konsumen untuk didengarkan, otomatis pelaku usaha diuntungkan dengan masukan yang ada untuk meningkatkan daya saing produk maupun jasa yang ditawarkan.

e. Hak untuk lingkungan hidup

Melalui produk yang digunakannya, konsumen telah memanfaatkan sumber daya alam yang ada. Bahwa produk yang dibuat sedemikian rupa, juga dimaksudkan agar tidak memberikan dampak berupa pencemaran lingkungan atau mengganggu keberlanjutan dari proses-proses alam. Konsumen boleh menuntut bahwa dengan menggunakan produk tersebut maka ia tidak mencemari lingkungan atau mengurangi kualitas kehidupan di bumi. Dalam hal ini dapat diartikan bahwa konsumen berhak mendapatkan produk yang ramah lingkungan.

f. Hak konsumen atas didikan

Jika terdapat suatu produk maupun jasa yang telah dibeli oleh konsumen, namun produk maupun jasa tersebut ternyata tidak sesuai, maka konsumen wajib mengemukakan kritik atau keluhannya. Konsumen berhak untuk diberi pengarahan dalam hal tersebut.

Telah diajarkan pula melalui sekolah dan media masa, masyarakat dianjurkan untuk menjadi konsumen yang kritis dalam memberikan masukan dan sadar pada haknya sebagai konsumen. Seluruh hak mengenai konsumen telah disebutkan dalam Undang-Undang No. 8 tahun 1999, ditambah hak untuk mendapatkan advokasi serta perlindungan dan hak untuk mendapat ganti rugi bila produk tidak sesuai.¹⁴

¹⁴ K. Bernets, *Pengantar Etika Bisnis* (Yogyakarta : Kanisius, 2000), 251.

Terdapat aksioma–aksioma etika dalam beberapa prinsip etika bisnis islam yang meliputi tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, ihsan, dan tanggung jawab. Suatu bisnis atau perusahaan yang seluruh kegiatannya mengacu pada lima aksioma etik tersebut maka dapat dipastikan sudah sesuai dengan etika bisnis islam. Berikut pemaparan lima aksioma-aksioma etika bisnis islam:

a. Tauhid (*Unity*)

Tauhid dalam bermu'amalah maksudnya, para pelaku ekonomi diharapkan untuk berkeyakinan bahwa harta benda merupakan titipan dan hanyalah milik Allah SWT semata.

Dalam hal kegiatan ekonomi, tauhid merupakan alat bagi manusia untuk menjaga tindakannya dalam berbisnis. Dengan adanya penyerahan diri kepada Allah SWT, maka pelaku bisnis akan menjaga perbuatannya dari hal-hal yang dilarang oleh agama. Perbuatan yang menyimpang dari ajaran agama Islam akan membawa kemudaratn bagi diri sendiri dan orang lain. Dengan demikian, terdapat tiga asas pokok yang harus dipegang oleh umat Islam:

- 1) Allah SWT merupakan pemilik dunia dan isinya, dan hanya Allah SWT yang dapat mengatur semuanya sesuai dengan kehendak-Nya. Harta yang dimiliki manusia hanyalah titipan, manusia hanya sebagai pemegang amanah dari Allah SWT. Sesungguhnya harta yang sepenuhnya dimiliki oleh Allah SWT.
- 2) Allah SWT adalah pencipta seluruh makhluk hidup dan semuanya hanya tunduk kepada Allah SWT.
- 3) Beriman kepada hari kiamat. Dengan percaya akan datangnya hari kiamat akan membuat perilaku umat Islam berjalan sesuai dengan syari'at karena segala hal yang dilakukan akan dipertanggung jawabkan di hari akhir nanti.

Akhlak yang dimiliki manusia tercermin dari bagaimana kepercayaan manusia dengan agamanya. Dengan adanya keyakinan kepada Tuhan, manusia juga akan memperhatikan bagaimana sikapnya terhadap sesama manusia dan alam semesta yang Tuhan ciptakan. Maka dari itu, manusia yang berakhlak tidak akan merugikan sesama manusia dengan melakukan gharar, masyir, dan riba. Baik

buruknya perilaku dan akhlak pelaku bisnis dapat berpengaruh dengan usaha yang dijalankan.¹⁵

b. Keseimbangan (*Equilibrium*)

Keadilan merupakan hal yang sangat penting, bahkan kata keadilan sendiri telah disebutkan lebih dari 1000 kali di dalam Al-Qur'an. Dengan demikian menjelaskan bahwa keadilan memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Islam sangat menganjurkan berbuat adil dalam segala hal termasuk dalam berbisnis dan melarang berlaku dzalim. Rasulullah SAW diutus Allah SWT untuk menegakkan keadilan. Kecelakaan besar bagi orang yang berlaku curang, yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain selalu meminta untuk dilebihkan, sedangkan apabila menaksir atau menimbang untuk orang lain selalu dikurangi. Tindakan kecurangan dalam berbisnis merupakan pertanda kehancuran bisnis tersebut, karena kunci utama keberhasilan dalam berbisnis adalah kepercayaan.¹⁶

Keseimbangan atau keadilan dalam hal ini mencerminkan dimensi horizontal dari ajaran Islam yang berhubungan dengan seluruh alam semesta. Oleh karena itu, keseimbangan, kebersamaan, kemoderatan merupakan prinsip dasar yang harus diterapkan dalam seluruh aktivitas dan entitas suatu bisnis.

c. Kehendak bebas (*free will*)

Kehendak bebas dalam hal ini berarti manusia sebagai makhluk individu dan kolektivitas, memiliki kebebasan penuh untuk melakukan kegiatan bisnis. Dalam perspektik ekonomi Islam, manusia yang baik akan menggunakan kebebasan dalam kerangka tauhid dan keseimbangan dengan berlandaskan pada syari'ah.¹⁷ Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, akan tetapi kebebasan yang dimaksud yaitu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar, dengan tidak adanya batasan

¹⁵ Ariyadi, "Bisnis dalam Islam," *Jurnal Hadratut Madaniyah* Vol. 5, No. 1 (2018), 21.

¹⁶ Fauziah, dkk., *Etika Bisnis Syariah* (Batu: Literasi Nusantara, 2019), 12.

¹⁷ Erly Juliyani, "Etika Bisnis dalam Perspektif Islam," *Jurnal Umum Qura*, Vol. 7, No. 1, (2016): 69

pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya.¹⁸

Manusia mempunyai kemampuan untuk berkompetisi dalam segala hal, tak terkecuali kebebasan dalam melakukan kontrak di pasar. Maka dari itu, pasar seharusnya menjadi tempat yang merupakan cerminan dari berlakunya hukum penawaran dan permintaan yang direpresentasikan oleh harga, pasar tidak terdistorsi oleh tangan-tangan yang sengaja memperlmainkannya.¹⁹

d. Tanggung jawab (*responsibility*)

Kebebasan tanpa batas merupakan sesuatu yang tidak mungkin terjadi tanpa adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas.²⁰ Prinsip tanggung jawab begitu mendasar dalam ajaran Islam, terutama jika dikaitkan dengan kebebasan ekonomi. Penerimaan dalam prinsip tanggung jawab ini berarti setiap orang akan diadili secara personal di hari akhir kelak. Tidak terdapat satu cara apapun bagi seseorang untuk menghapuskan perbuatan-perbuatan keji nya kecuali dengan cara memohon ampunan kepada Allah SWT dan melakukan perbuatan yang baik (beramal saleh).²¹

Dalam melakukan aktivitas bisnis, seorang pelaku usaha harus bertanggung jawab atas seluruh kegiatan yang dilakukan, misalnya seperti ketika melakukan transaksi, memproduksi barang, menjual barang, praktik jual beli, membuat perjanjian, dan lain sebagainya. Menurut Sayyid Qutub, prinsip pertanggung jawaban Islam adalah pertanggung jawaban yang secara imbang dalam berbagai bentuk dan ruang lingkungannya.²²

¹⁸ Fauziah, dkk., *Etika Bisnis Syariah* (Batu: Literasi Nusantara, 2019), 12.

¹⁹ Badroen, dkk., *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2006), 94.

²⁰ R. Lukman, *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an* (Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2006), 153.

²¹ Badroen, dkk., *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2006), 100.

²² Erly Juliyani, "Etika Bisnis dalam Perspektif Islam," *Jurnal Umum Qura*, Vol. 7, No. 1, (2016): 69

e. Kebenaran atau Ihsan (*benevolence*)

Kebenaran tidak lepas dari kebajikan dan kejujuran. Maksud dari kebenaran adalah niat, sikap dan perilaku yang benar dalam menjalankan berbagai proses, seperti pada proses transaksi, proses memperoleh komoditas, proses pengembangan produk maupun dalam proses perolehan keuntungan.²³

Ihsan dalam konteks berbisnis artinya kehendak untuk melakukan suatu kebaikan sebagai tujuan dalam menjalankan suatu bisnis. Menurut penilaian etika bisnis, memahami tujuan dari suatu kegiatan akan sangat menentukan baik atau buruknya suatu aktivitas tersebut.²⁴

Setiap manusia memiliki pengetahuan yang berbeda-beda, sesuai dengan apa yang diperoleh dari pendidikan formal ataupun non formal dalam hidupnya. Pengetahuan yang dimiliki pengusaha merupakan cerminan dari diri pengusaha tersebut dalam berbisnis. Pengetahuan yang dimiliki manusia dapat dijadikan sebagai acuan dalam melakukan berbagai kegiatan, seperti kegiatan dalam berbisnis. Dalam menjalankan bisnis, manusia memiliki caranya tersendiri dalam mengatur jalan bisnisnya termasuk dalam menentukan mekanisme besar atau kecilnya keuntungan, dalam hal ini sangat dipengaruhi oleh kadar keimanan dalam diri seseorang.²⁵

2. Fungsi Etika Bisnis Islam

Fungsi bisnis pada intinya yaitu mempersiapkan semua produk yang dibutuhkan oleh masyarakat serta mendesain sesuatu yang bernilai kecil menjadi sesuatu yang bernilai lebih besar. Untuk menjalankan bisnis yang sesuai dengan syariat Islam maka di haruskan mengutamakan Etika Bisnis Islam.

Rasulullah SAW merupakan sosok atau figur yang patut untuk diteladani, dalam konteks menjalankan suatu bisnis mengacu pada ajaran Rasulullah SAW agar dalam berbisnis

²³ Sri Nawatmi, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam," *Fokus Ekonomi* Vol.9, No. 1 (2010), 57.

²⁴ Niki Lukviarman, "Etika Bisnis tak Berjalan di Indonesia: Ada Apa dalam Corporate Governance," *Jurnal Siasat Bisnis*, Vol. 2, No. 9, (2004): 149.

²⁵ Desy Astrid Anindya, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pada Wirausaha di Desa Delitua Kecamatan Delitua," *Jurnal At – Tawassuth*, Vol. 2, No. 2, (2017): 404.

mendapatkan keberkahan *insyaallah* selamat dunia maupun akhirat. Fungsi khusus dari etika bisnis islam terdiri dari beberapa komponen, antara lain:

- a. Etika bisnis berupaya untuk menyelaraskan dan menyerasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.
- b. Etika bisnis berperan dalam melakukan perubahan terhadap kesadaran masyarakat mengenai bisnis yang sedang ditekuni, terutama bisnis Islami. Biasanya dilakukan dengan cara memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang bisnis dengan menerapkan landasan nilai-nilai moral dan spiritual yang dirangkum menjadi etika bisnis sesuai dengan syari'at Islam.
- c. Etika bisnis terutama etika bisnis Islam juga dapat berperan sebagai solusi atas suatu permasalahan bisnis modern yang kian jauh dari nilai-nilai etika bisnis Islam. Dimana bisnis yang sesuai dengan etika bisnis Islam yang benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al-Qur'an dan Sunnah.

Fungsi etika bisnis Islam itu sendiri sebagai penerapan aturan-aturan dalam menjalankan bisnis agar tidak keluar dari norma-norma atau ajaran Islam. Praktik bisnis seperti jual beli merupakan kegiatan yang sering terjadi dalam kehidupan manusia, karena bisnis merupakan bagian dari upaya yang dilakukan manusia dalam mencapai kemakmuran serta mensejahterakan diri sendiri dan umumnya masyarakat, oleh karena itu diperlukan adanya pengetahuan mengenai aturan-aturan dalam menjalankan bisnis secara rasional maupun tuntunan yang tercantum dalam nilai-nilai agama.²⁶

3. Praktik Jual Beli dalam Islam

Jual beli merupakan ruitnitas yang dilakukan setiap saat oleh manusia untuk mencari keuntungan. Jual beli dalam istilah fiqh disebut dengan *al-bai'* yang berarti menjual, mengganti, dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Menurut bahasa, jual beli berarti menukarkan sesuatu dengan sesuatu (Al-Jaziri, 2003:123). Sedangkan menurut istilah, pengertian dari jual beli adalah Menukar barang dengan barang atau barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan (Idris, 1986 :5).

²⁶ Aprianto, dkk., "Etika dan Konsep Manajemen Bisnis Islam," (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 7.

Dasar hukum jual beli adalah *jaiz* (boleh). Namun tidak menutup kemungkinan perubahan status dari jual beli itu sendiri, semuanya tergantung pada terpenuhi atau tidaknya syarat dan rukun jual beli.

Menurut jumbuh ulama, rukun jual beli ada empat (Zakaria, t.th:158), yaitu:

a. Akad (*ijab qobul*)

Akad adalah ikatan kata antara penjual dan pembeli. Jual beli belum dikatakan sah sebelum *ijab* dan *qobul* dilakukan sebab *ijab qobul* menunjukkan kerelaan (*keridhaan*).

b. Subjek (orang yang berakad)

Subjek (*aqid*) terbagi menjadi dua pihak yaitu penjual (*ba'i*) dan pembeli (*mustari*). Dalam hal ini, orang yang berakad harus beragama Islam, berakal, tidak ada unsur paksaan, baligh (telah dewasa), dan keduanya tidak *mubazir*.

c. Objek (*ma'kud 'alaih*)

Benda yang diperjual belikan dapat mencakup barang atau uang, sifat benda harus dapat dinilai, yaitu benda-benda yang berharga dan dapat dibenarkan penggunaannya menurut syara'. Benda-benda seperti alkohol, babi, dan barang terlarang lainnya haram diperjual belikan sehingga jual beli tersebut dipandang batal jika dijadikan harga tukar menukar, maka jual beli tersebut dianggap *fasid* (Masduki, 1987:5).

d. Bernilai tukar

Bernilai tukar pengganti barang yaitu sesuatu yang memenuhi tiga syarat; bisa menyimpan nilai (*store of value*), bisa menilai atau menghargakan suatu barang (*unit of account*) dan bisa dijadikan alat tukar (*medium of exchange*).²⁷

Dalam menjalankan praktik jual beli, seorang muslim wajib menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam seperti apa yang dipraktikkan oleh Nabi Muhammad SAW dalam berdagang. Keberhasilan Muhammad dalam berdagang dipengaruhi oleh kepribadian diri Muhammad yang dibangun atas dasar dialogis realitas sosial masyarakat Jahiliyah dengan dirinya. Kemampuannya dalam mengelola bisnis dapat terlihat

²⁷ Shobirin, "Jual Beli dalam Pandangan Islam," *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, Vol. 3, No. 2, (2015): 245.

dari keberaniannya pada saat membawa dagangan istrinya (Khadijah) dengan hanya ditemani seorang karyawan (Maisarah). Muhammad bertanggung jawab penuh atas dagangan yang dibawanya. Berikut merupakan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang dipraktikkan oleh Nabi Muhammad SAW:

a. Jujur (*Shidiq*)

Muhammad menerapkan prinsip kejujuran sebagai etika dasar dalam berbisnis. Sebelum memasuki dunia perdagangan, Muhammad telah mendapatkan gelar *al-Amin* (dapat dipercaya) yang diberikan oleh masyarakat Makkah berdasarkan perilaku Muhammad dalam kesehariannya. Beliau selalu berbuat jujur dalam segala hal, termasuk dalam berbisnis. Jujur dalam berbisnis memiliki cakupan yang sangat luas, diantaranya yaitu:

1) Jujur dalam Menyampaikan Informasi Produk

Kejujuran Muhammad dalam berdagang diterapkan dengan cara selalu menyampaikan informasi mengenai kondisi *riil* barang dagangannya, tidak menyembunyikan cacat pada barang dagangan, dan tidak melebih-lebihkan keunggulan barang dagangannya. Beliau juga melayani para pembelinya dengan bahasa yang santun dan tidak mengucapkan sumpah untuk meyakinkan apa yang dikatakannya kepada para pembeli. Hal tersebut terbukti pada saat Muhammad menjual dagangannya di Syam, beliau pernah bersitegang kepada salah satu pembeli terkait kondisi dari barang dagangannya hingga pembeli tersebut meminta Muhammad untuk mengucapkan sumpah. Namun, Muhammad menolak untuk mengucapkan sumpah, dan penolakan tersebut dimaklumi oleh pembeli. Muhammad sebagai pelaku bisnis yang sangat mengedepankan kejujuran sehingga beliau pantas diberi gelar *al-Amin*.

2) Jujur dalam Takaran

Dalam mengukur atau menimbang barang dagangan, Muhammad senantiasa menjauhi *muzabana* dan *muhaqala*. *Muzabana* pada dasarnya adalah menjual sesuatu yang jumlahnya, beratnya, atau ukurannya tidak diketahui dengan jelas. *Muzabana* yaitu menjual kurma atau anggur (basah) dengan

kurma atau anggur kering dengan cara menimbang. Sedangkan *muhaqala* adalah jual beli atau penukaran antara gandum yang belum dipanen dengan gandum yang sudah digiling atau menyewakan tanah untuk ditukar dengan gandum. Barang dagangan yang dijual Muhammad di pasaran berupa barang seperti kurma, anggur, gandum, dan sejenisnya. Beliau menimbang dengan tepat dan sesuai ukurannya. Ketepatan dan kejujuran Muhammad sudah menjadi citra beliau dalam menjalankan bisnisnya. Pembeli yang membeli barang dagangan dari Muhammad tidak akan ragu atas ketepatan timbangannya.

- 3) Tidak Melakukan Penimbunan untuk Menaikkan Harga
Kejujuran juga bisa diterapkan dengan tidak melakukan *ihthikar* (penimbunan barang). Penimbunan dilakukan dengan sengaja sampai batas waktu tertentu untuk meningkatkan harga barang yang telah ditimbun oleh oknum yang tidak bertanggung jawab. Penimbunan barang tidak diperbolehkan karena dapat menimbulkan kemadharatan bagi masyarakat karena barang yang dibutuhkan langka dipasaran. Dalam praktik bisnisnya, Muhammad menjauhi tindakan penimbunan seperti ini. Barang dagangan yang dibawanya selalu habis bahkan beliau bisa saja menjual semua barang dagangan milik Khadijah. Namun dikarenakan keterbatasan untuk membawa barang dagangan maka beliau hanya membawa barang dagangan secukupnya. Muhammad sadar bahwa kebutuhan sehari-hari harus di distribusikan dengan baik. Berdasarkan dengan teori pasar, jika barang yang beredar dipasaran sedikit dan permintaan pasar besar maka akan terjadi kenaikan harga. Hal ini membuat penjual memperoleh untung besar, namun pembeli akan mengalami kesulitan.²⁸

Seorang wirausaha yang jujur pasti menjaga timbangannya, memberitahukan kondisi yang sebenarnya, baik dan buruknya barang yang dijual. Hubungan jual beli yang didasari oleh kejujuran, maka akan timbul

²⁸ Muhammad Saifullah, "Etika Bisnis Islami dalam Praktek Bisnis Rasulullah," *IAIN Walisongo Semarang*, Vol. 19, No. 1, (2011): 146 – 151.

kepercayaan antara penjual dan pembeli dengan sendirinya. Kepercayaan yang dihasilkan dari ketulusan hati seseorang merupakan suatu hal yang paling mendasar dari segala hubungan, termasuk dalam kegiatan jual beli.²⁹

b. Menghindari *Gharar*

Gharar dapat diartikan tampilan dari barang dagangan yang menarik dalam zhahirnya, namun dalam substansinya belum pasti baik. *Gharar* juga dapat dikatakan sebagai akad yang mengandung unsur penipuan karena terdapat ketidakpastian, baik mengenai ada atau tidaknya objek akad, besar kecilnya jumlah, maupun cara penyerahan dari objek akad. Muhammad senantiasa menjauhi praktik *gharar* dalam menjalankan aktivitas bisnisnya karena dapat menimbulkan perselisihan anatar penjual dengan pembeli. Selain menjauhi praktik *gharar*, Muhammad juga melarang penjualan secara urbun (*bai' al-urbun*). Muhammad melarang penjualan yang sistemnya memberikan uang muka terlebih dahulu dan uang itu hilang jika pembelian dibatalkan. Suatu penjualan dikatakan penjualan yang urbun jika pembeli atau penyewa mengatakan: “*Saya berikan lebih dahulu uang muka kepada anda. Jika pembelian ini tidak jadi saya teruskan, maka uang muka itu hilang, dan menjadi milik anda. Jika barang jadi dibeli maka uang muka itu diperhitungkan dari harga yang belum dibayar*”.

c. Tidak Melakukan *al-Ghab* dan *Tadlis*

al-ghab yaitu membeli sesuatu dengan harga yang lebih tinggi atau lebih rendah dibawah rata-rata. Sedangkan *tadlis* merupakan tindakan penipuan yang dilakukan oleh pihak penjual maupun pembeli dengan cara menyembunyikan cacat objek akad pada saat transaksi sedang berlangsung. Tindakan seperti *al-ghab* dan *tadlis* ini dapat terjadi pada bisnis modern masa kini, seperti dalam *proses mark up* yang melampaui batas atau *wan prestasi*. Salah satu rahasia kesuksesan Muhammad dalam menjalankan bisnisnya yaitu dengan tidak menjual barang dengan harga yang tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah juga. Beliau juga menjual barang sesuai dengan harganya tanpa memanipulasi harga sedikitpun. Bagi beliau

²⁹ Ariyadi, “Bisnis dalam Islam,” *Jurnal Hadratul Madaniyah*, Vol. 5 No. 1 (2018), 22.

yang terpenting yaitu menjaga sirkulasi barang diantara pedagang dan pembeli agar barang tersebut dapat terdistribusi secara merata dalam berbagai lapisan masyarakat.

d. Dapat Dipercaya (*Amanah*)

Dalam konteks fiqh, amanah diartikan sebagai kepercayaan yang diberikan kepada seseorang yang berkaitan dengan harta benda. Dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, Muhammad tidak hanya menerapkan prinsip kejujuran, melainkan juga menerapkan prinsip amanah dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Pada saat Muhammad menjadi karyawan yang diberi tanggung jawab penuh membawa barang dagangan Khadijah untuk dijual di Syam, beliau selalu memastikan barang dagangan yang dibawanya tersebut tetap dalam keadaan baik. Dengan ditemani Maisarah, Muhammad menjual barang dagangannya tersebut sesuai dengan amanat yang diberikan oleh Khadijah kepadanya. Kemudian hasil keuntungan dari berdagang dilaporkan dan diserahkan tanpa kurang sedikitpun. Sifat amanah juga dapat diwujudkan dalam hal memenuhi janji sesuai kontrak bisnis yang telah disepakati bersama. Seorang pelaku bisnis wajib memenuhi janji yang dibuat kepada rekan - rekan bisnisnya dan juga menepati janji kepada Allah SWT untuk menjauhi segala larangannya.

e. *Tabligh*

Dalam transaksi jual beli, seorang pelaku bisnis diharapkan dapat bersikap ramah dan bermurah hati kepada setiap pelanggan. Dengan demikian maka pelaku bisnis akan mendapatkan berkah dalam berbisnis dan akan diminati oleh pelanggan. Kesan yang baik dari pelayanan pelaku bisnis kepada pelanggan merupakan wujud refleksi dari sikap ramah yang dapat menimbulkan rasa senang, sehingga pelanggan merasa di hormati.³⁰

Tabligh dapat diartikan sebagai komunikasi yang dilakukan oleh pelaku bisnis kepada pelanggan dengan menerapkan tutur kata yang tepat, sopan, dan bijaksana. Implementasi dari sifat *tabligh* ini dapat dilakukan dalam hal berikut:

³⁰ Djakfar, "Etika Bisnis (Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi)," (Depok: Penebar Plus, 2012), 38.

1) Membangun Komunikasi yang Baik

Dalam hal ini, pelaku bisnis harus dapat berkomunikasi dengan baik dan benar. Hal ini perlu dilakukan agar tidak menyebabkan *miss* komunikasi dan tidak menyakiti hati pihak rekan bisnis. Komunikasi dapat dilakukan dengan dua cara yaitu komunikasi verbal dan nonverbal. Komunikasi verbal dilakukan kepada pihak lain baik secara lisan maupun tertulis, sedangkan komunikasi non verbal dilakukan dengan menggunakan gerak-gerik tubuh atau bahasa tubuh.

2) Menjalin *silaturahmi* dengan Rekan Bisnis

Menjalin hubungan baik dengan rekan bisnis merupakan hal yang penting bagi perkembangan bisnis. Selama berbisnis, Muhammad menerapkan konsep *relationship marketing* yang memandang bahwa seluruh anggota masyarakat merupakan pembeli potensial. Diantara seluruh anggota masyarakat tersebut merupakan calon konsumen yang akan mengambil keputusan pembelian. Konsumen yang memutuskan untuk melakukan pembelian harus dilayani dengan baik sehingga konsumen akan merasa puas dan dapat diperkirakan akan melakukan pembelian ulang hingga menjadi pelanggan tetap. Jika konsumen sudah merasa puas dengan suatu produk, maka mereka akan merekomendasikan produk tersebut kepada orang terdekatnya. Hal tersebut secara tidak langsung berpengaruh terhadap kemajuan pemasaran produk.

f. *Fathanah*

Fathanah merupakan sifat yang memiliki arti intelektual, pintar, dan memiliki wawasan luas. Manusia merupakan makhluk ciptaan Allah yang paling sempurna yang dikaruniai akal pikiran. Sebagai bentuk rasa syukur kepada Allah, maka manusia harus menggunakan akal pikirannya tersebut secara optimal dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam mengembangkan bisnis. Dalam mengembangkan suatu bisnis diperlukan strategi khusus agar dapat bersaing dalam dunia bisnis yang kompetitif. Untuk menciptakan strategi khusus maka memerlukan kemampuan dalam memprediksi situasi dan

melakukan inovasi dengan ide yang berasal dari kecerdasan seorang pelaku bisnis.

Sifat *fathanah* dapat diwujudkan dalam hal melakukan Inovasi. Inovasi merupakan suatu kemampuan akal dan keahlian dalam menciptakan sesuatu yang baru dan bermanfaat. Persaingan bisnis yang semakin ketat menuntut pelaku bisnis untuk wajib melakukan inovasi terhadap usaha yang dikembangkan. Hal mendasar yang perlu untuk dilakukan inovasi yaitu terkait produk. Inovasi terkait produk yang diperdagangkan harus memenuhi standar Etika Bisnis Islam seperti produk harus halal, minim resiko, dan bermanfaat.

g. *Syaja'ah*

Syaja'ah dapat diartikan sebagai sifat pekerja keras dan berani dalam mengambil resiko dan memutuskan sesuatu. Setiap usaha pasti memiliki resiko tersendiri yang harus dihadapi. Sebagai pelaku bisnis, harus tanggap terhadap peluang dan resiko yang ada serta mampu melakukan analisis atas kejadian di lapangan dan segera mengambil keputusan yang tepat untuk langkah kedepan bisnis yang dijalankan.

Perilaku Muhammad dalam melakukan aktivitas bisnis terbentuk dari lingkungannya sejak kecil hingga dewasa, dan menikah dengan Khadijah. Setelah beliau menjadi Rasul, sebagian pengalamannya dituangkan dalam hadist. Adapun beberapa pesan Rasulullah dalam berbisnis antara lain: *Pertama*, jual beli harus dilakukan atas dasar kesepakatan bersama antara penjual dan pembeli (*'an taradin*). *Kedua*, objek akad harus suci. *Ketiga*, tidak terdapat unsur penipuan (*gharar*). *Keempat*, barang yang dijual harus jelas dalam berat dan jumlahnya. *Kelima*, barang yang dijual merupakan hak milik. *Keenam*, segera membayarkan upah. *Ketujuh*, tidak berkhianat. *Kedelapan*, tidak melakukan penimbunan barang. *Kesembilan*, tidak melakukan transaksi *ribawi*.³¹

³¹Muhammad Saifullah, "Etika Bisnis Islami dalam Praktek Bisnis Rasulullah," *IAIN Walisongo Semarang*, Vol. 19, No. 1, (2011): 146 – 151.

B. Peneliti Terdahulu

Dalam menyusun penelitian yang berjudul Analisis Implementasi Etika Bisnis Islam terhadap Praktik Jual Beli di Perukoan Taman Krida ini tidak luput dari penelitian-penelitian terdahulu sebagai referensi.

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu Implementasi Etika Bisnis Islam

No	Nama	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan dan Persamaan
1	Shinta Nova Andani (2019)	Analisis Upaya Penerapan Etika Bisnis Islam pada Praktik Jual Beli di Facebook Marketplace	Praktik jual beli di Facebook Marketplace dapat dikatakan sudah sesuai rukunnya, namun secara syarat sahnya belum dapat dikatakan sesuai dengan syari'at. Masih terdapat banyak penjual yang tidak jujur dengan menerapkan sistem <i>dropshiper</i> dan menjual barang yang tidak baik mutunya serta tidak halal.	Perbedaan: Objek pada penelitian tersebut yaitu Facebook Marketplace (jual beli secara online), sedangkan pada penelitian penulis yaitu di Perukoan Taman Krida. Persamaan: Membahas mengenai penerapan etika bisnis Islam.
2	Khusnul Khotimah (2017)	Implementasi Prinsip – Prinsip Etika Bisnis Islam di Aflah Bakery Yogyakarta	Implementasi etika bisnis Islam di Aflah Bakery Yogyakarta sudah cukup sesuai dengan menelanadi prinsip etika bisnis Islam yaitu: jujur dalam takaran, menjual barang yang bermutu baik, tidak menggunakan sumpah, longgar dan murah hati, membangun relasi yang baik, tertib dalam administrasi,	Perbedaan: Penelitian tersebut mengintegrasikan etika bisnis Islam dalam seluruh kegiatan operasional di Aflah Bakery Yogyakarta sehingga terjadi keseimbangan antara produktivitas pekerja dengan tuntutan dalam bekerja. Sedangkan dalam penelitian ini mengintegrasikan

No	Nama	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan dan Persamaan
			dan transparan dalam menetapkan harga.	etika bisnis Islam dalam praktik jual beli yang berlangsung di Perukoan Taman Krida. Persamaan: Membahas mengenai implementasi etika bisnis Islam.
3	Sidqi Amalia Izzati (2015)	Penerapan Etika Bisnis di Boombu Hot Resto Tegal	Hasil dari penelitian tersebut membuktikan bahwa aktivitas bisnis yang dijalankan di Boombu Hot Resto Tegal sudah sesuai dengan etika bisnis Islam diantaranya seperti pada sifat siddiq, amanah, tabligh, fathonah, dan saja'ah.	Perbedaan: Objek pada penelitan Sidqi yaitu di Boombu Hot Resto Tegal. Sedangkan pada penelitian penulis yaitu di perukoan Taman Krida, dimana penulis akan melakukan penelitian pada tiga outlet di perukoan tersebut. Persamaan: Membahas implementasi etika bisnis Islam.
4	Laili Latifah (2014)	Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Tingkat Profitabilitas Rumah Yoghurt Berdasar Perspektif Karyawan	Melalui penilaian dari karyawan Rumah Yoghurt di Kota Baru membuktikan bahwa etika bisnis islam yang diterapkan dalam usaha tersebut secara efektif dapat meningkatkan pendapatan usaha. Terbukti dari rata-rata hasil skor	Perbedaan: Pada penelitian tersebut peneliti memfokuskan pada tingkat profitabilitas bisnis dengan menerapkan prinsip-prinsip dalam etika bisnis islam yang dinilai berdasarkan perspektif karyawan. Sedangkan dalam

No	Nama	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan dan Persamaan
		(Studi Kasus pada Rumah Yoghurt di Kota Batu)	keseluruhan karyawan yang tinggi pada aspek etika dalam pemasaran, etika dalam manajemen, dan etika lingkungan.	penelitian ini berfokus pada praktik jual beli, dan yang menjadi obyek dari penelitian ini mencakup dua pihak yaitu penjual dan pembeli. Persamaan: Membahas implementasi etika bisnis islam.

C. Kerangka Berfikir

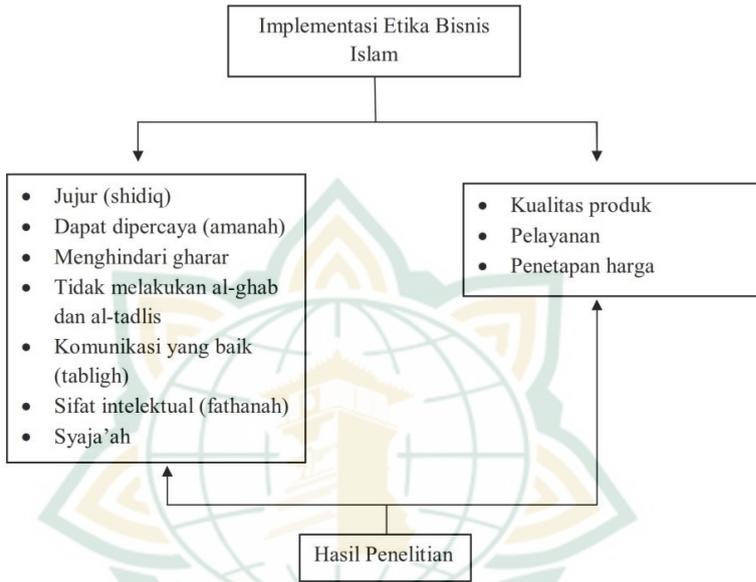
Untuk menguji, menemukan, dan mengembangkan suatu penelitian maka diperlukan kerangka pemikiran sebagai dasar untuk meneliti suatu masalah dalam penelitian yang bersangkutan. Dalam kerangka berfikir terdapat hubungan secara konseptual mengenai teori dan faktor-faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berfikir dalam suatu penelitian wajib dikemukakan jika dalam suatu penelitian terdapat dua variabel atau lebih maka memerlukan suatu kerangka berfikir sebagai perumusan hipotesis.³²

Persaingan dalam dunia bisnis yang begitu ketat membuat para pelaku bisnis melakukan segala cara agar bisnisnya tetap berjalan dengan lancar. Tak jarang terdapat pelaku bisnis yang abai dalam menerapkan Etika Bisnis Islam yang sesuai dan berkah.

Di Perukoan Taman Krida terdapat banyak penjual yang bergerak dibidang kuliner. Banyak juga diantara mereka yang menjual jenis makanan yang sama, namun tidak semua penjual menerapkan Etika Bisinis Islam. Padahal dengan menerapkan Etika Bisnis Islam secara tidak langsung dapat menunjukkan kualitas dari bisnis yang dijalankan dan juga terdapat keberkahan didalamnya. Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti ingin mengetahui tentang penerapan Etika Bisnis Islam di Perukoan Taman Krida.

³² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitati, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 60.

Berikut merupakan bagan kerangka berfikir dalam penelitian Analisis Implementasi Etika Bisnis Islam terhadap Praktik Jual Beli di Perukoan Taman Krida.



Gambar 2.1
Kerangka Berfikir