

BAB II LANDASAN TEORI

A. Religiusitas

Religiusitas merupakan kata kerja dari “*religion*” (agama) yang berasal dari bahasa Inggris. Agama seringkali disamakan dengan istilah asing “*religie*” atau berasal dari bahasa Belanda “*godsdiens*”. Sedangkan dari bahasa Latin “*religio*” yang berarti agama, kesucian, kesalehan, ketelitian batin. “*Religae*” yang berarti mengikatkan kembali, pengikatan bersama. Kata agama berasal dari bahasa Sanskerta yang berarti menunjukkan adanya kepercayaan manusia berdasarkan wahyu dari Tuhan.¹

Sejalan dengan beberapa pengertian di atas, menurut Harun Nasution pengertian agama berdasarkan asal kata *ad-din*, *religi* (*relegere*, *religare*) dan agama. *Ad-din* yang berasal dari bahasa Semit mempunyai arti undang-undang atau hukum. Kemudian dalam bahasa Arab, kata ini mengandung arti menguasai, menundukkan, patuh, utang, balasan, dan kebiasaan. Adapun kata *religi* yang berasal dari bahasa Latin berarti mengumpulkan atau membaca. Kemudian *religare* berarti mengikat. Adapun arti linguistik kata agama berasal dari dua suku kata yaitu diartikan sebagai “A” yang berarti tidak dan “Gam” yang pergi. Jadi, agama berarti sebuah ikatan yang harus dipegang dan dipatuhi manusia.

Secara definitif, menurut Harun Nasution sebagaimana dikutip oleh Noer Rohmah dalam buku psikologi agama, agama adalah :

1. Pengakuan terhadap adanya hubungan manusia dengan kekuatan gaib yang harus dipatuhi.
2. Pengakuan terhadap adanya kekuatan gaib yang menguasai manusia.
3. Mengikat diri pada suatu bentuk hidup yang mengandung pengakuan pada suatu sumber yang berada di luar diri manusia dan yang mempengaruhi perbuatan-perbuatan manusia.

¹ Noer Rohmah, *Pengantar Psikologi Islam*, (Yogyakarta: Teras, 2013), 3.

4. Kepercayaan pada suatu kekuatan gaib yang menimbulkan cara hidup tertentu.
5. Suatu sistem tinglah laku (*code of conduct*) yang berasal dari kekuatan gaib.
6. Pengakuan terhadap adanya kewajiban-kewajiban yang diyakini bersumber pada suatu kekuatan gaib.
7. Pemujaan terhadap kekuatan gaib yang timbul dari perasaan lemah dan perasaan takut terhadap kekuatan.
8. Ajaran-ajaran yang diwahyukan Tuhan kepada manusia melalui seorang Rasul.²

Menurut ahli psikologi agama Glock & Stark mengemukakan bahwa agama adalah sistem simbol, sistem keyakinan, sistem nilai, dan sistem perilaku yang terlembagakan yang semuanya itu berpusat pada persoalan-persoalan yang dihayati sebagai yang paling maknawi (*ultimate meaning*).³ Imam ar-Razi mendefinisikan agama sebagai sekumpulan peraturan Tuhan yang mendorong jiwa seseorang untuk mengikutinya sesuai pilihan sendiri guna mencapai kebahagiaan dunia akhirat. Agama merupakan sistem kepercayaan dan doktrin spiritual terhadap realitas tertinggi yang sering disebut sebagai *universal rite*.⁴

Dari istilah agama dan religi inilah kemudian muncul istilah keberagaman dan religiusitas. Religiusitas mencerminkan suatu keadaan dimana individu merasakan dan mengakui adanya kekuatan tertinggi yang menaungi kehidupan manusia dan hanya kepada-Nya mereka bergantung serta berserah diri. Dengan demikian, keberagaman adalah wujud pelaksanaan agama dalam kehidupan praktis di dunia dengan berbagai macam aspeknya. Oleh sebab itu, unsur keberagaman terdiri dari ajaran, pelaku, ruang, waktu, dan lingkungan. Masing-masing unsur berinteraksi satu sama lain sehingga menghasilkan satuan keberagaman.

² Noer Rohmah, *Pengantar Psikologi Agama*, 4-6.

³ Djamaludin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, *Psikologi Islami: Solusi Islam atas Problem-problem Psikologi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), 76.

⁴ Abdul Jalil, *Spiritual Entrepreneurship: Transformasi Spiritualitas Kewirausahaan*, (Yogyakarta: LKiS, 2013), 36.

Medan religiuitas secara umum terbagi menjadi dua wilayah besar, yakni wilayah *inward experience* merupakan persoalan yang bersifat batiniah, suatu wilayah kesadaran, perasaan dan tanggung jawab yang bersifat personal, dan wilayah *outwore behavior* merupakan manifestasi eksternal agama yang dapat diamati dan dikomunikasikan. *Inward experience* adalah keberagaman yang bersifat subjektif, sedangkan *outwore behavior* bersifat objektif. Keberagaman subjektif merupakan kerinduan dan kepasrahan ruhani kepada Yang Mutlak, tempat seluruh nisbi mempertaruhkan diri. Agama dalam kategori ini adalah pembawaan yang azali, fitri, dan sangat pribadi. Sementara *outwore behavior* sebagaimana keberagaman objektif, bentuk konkritnya perilaku sosial, *al-akhlaqul al-karimah* yakni realitas kehidupan manusia yang agung yang bersifat terbuka, tidak mengenal batasan kesukuan, ras, bahasa dan lain sebagainya.⁵

Islam menyuruh umatnya untuk beragama secara menyeluruh yang diterangkan dalam firman Allah yang berbunyi :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اَدْخُلُوْا فِى السَّلٰمِ كَافَّةً وَّلَا تَتَّبِعُوْا خُطُوٰتِ
الشَّيْطٰنِ ۚ اِنَّهٗ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِيْنٌ ﴿٢٠٨﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, masuklah ke dalam Islam secara keseluruhan dan janganlah kamu ikuti langkah-langkah setan. Sungguh, ia musuh yang nyata bagimu”. (Q.S. Al-Baqarah: 208).

Setiap Muslim baik dalam berpikir, bersikap, maupun bertindak diperintahkan untuk sesuai dengan agama Islam. Esensi Islam adalah tauhid atau pengesaan Tuhan, tindakan yang menegaskan Allah sebagai Yang Esa, Pencipta yang Mutlak dan Transenden, Penguasa segala yang Ada. Tidak ada satupun perintah Islam yang bisa dilepaskan dari tauhid. Disamping tauhid atau akidah, dalam Islam juga ada syari’ah dan akhlak. Endang Saiffudin Anshari mengungkapkan bahwa

⁵ Abdul Jalil, *Spiritual Enterpreneurship: Transformasi Spiritualitas Kewirausahaan*, 42.

pada dasarnya Islam dibagi menjadi tiga bagian, yaitu akidah, syariah, dan akhlak, dimana tiga bagian tadi satu sama lain saling berhubungan. Akidah adalah sistem kepercayaan dan dasar bagi syariah serta akhlak. Tidak ada syariah dan akhlak Islam tanpa akidah Islam.⁶

Selanjutnya, Ancok dan Suroso mengemukakan bahwa keberagaman atau religiusitas diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan manusia. Aktivitas beragama bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah), tetapi juga ketika melakukan aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan supranatural, bukan hanya aktivitas yang tampak dan dapat dilihat, tetapi juga aktivitas yang tidak tampak dan terjadi pada hati seseorang. Oleh karena itu, keberagaman seseorang akan meliputi berbagai macam sisi dan dimensi.

1. Dimensi Religiusitas

Adapun untuk mengetahui tinggi rendahnya tingkat religiusitas seseorang, dapat dilihat dari ekspresi keagamaannya yaitu terhadap kemampuan seseorang untuk mengenali atau memahami nilai agama yang terletak pada nilai-nilai luhurnya serta menjadikan nilai-nilai dalam bersikap dan bertingkah laku merupakan ciri dari kematangan beragamanya. Jadi, keyakinan beragama terlihat dari kemampuan seseorang untuk memahami, menghayati, serta mengaplikasikan nilai-nilai luhur agama yang dianutnya dalam kehidupan sehari-hari. Seseorang menganut suatu agama karena menurut keyakinannya agama tersebut baik, karena itu ia berusaha menjadi penganut yang baik. Keyakinan itu ditampilkannya dalam setiap tingkah laku keagamaan yang mencerminkan ketaatan terhadap agamanya.

Menurut Glock & Stark seperti yang ditulis oleh Ancok dan Suroso dalam buku Psikologi Islam, aktivitas beragama bukan hanya dilihat dari satu atau dua dimensi, tetapi mencoba memperhatikan segala dimensi. Keberagaman dalam Islam bukan hanya diwujudkan dalam bentuk ibadah ritual saja, tetapi juga dalam aktivitas-aktivitas lainnya. Sebagai suatu sistem yang menyeluruh,

⁶ Djamaludin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, *Psikologi Islami: Solusi Islam atas Problem-problem Psikologi*, 78-79.

Islam mendorong pemeluknya untuk beragama secara menyeluruh. Menurut Glock & Stark terdapat lima dimensi keberagaman yaitu dimensi keyakinan, dimensi peribadatan, dimensi penghayatan, dimensi pengamalan, dan dimensi pengetahuan agama.⁷

- a. Dimensi keyakinan. Dimensi ini berisi pengharapan-pengharapan di mana orang religius berpegang teguh pada pandangan teologis tertentu dan mengakui kebenaran doktrin-doktrin tersebut. Setiap agama mempertahankan seperangkat kepercayaan di mana para penganut diharapkan akan taat. Walaupun demikian, isi dan ruang lingkup keyakinan itu bervariasi tidak hanya di antara agama-agama, tetapi seringkali juga di antara tradisi-tradisi dalam agama yang sama.
- b. Dimensi peribadatan. Dimensi ini mencakup perilaku pemujaan, ketaatan, dan hal-hal yang dilakukan orang untuk menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianutnya. Peribadatan keagamaan ini terdiri atas dua kelas penting, yaitu ritual yang mengacu kepada seperangkat ritus atau tindakan keagamaan formal dan praktik-praktik suci yang semua mengharapkan para pemeluk melaksanakan, dan ketaatan yang mengacu kepada perangkat tindakan persembahan serta kontemplasi personal yang relatif spontan, informal, dan khas pribadi.
- c. Dimensi pengalaman. Dimensi ini berisikan dan memperhatikan fakta bahwa semua agama mengandung pengharapan-pengharapan tertentu. Meskipun tidak tepat jika dikatakan bahwa seseorang yang beragama dengan baik pada suatu waktu akan mencapai pengetahuan subjektif dan langsung mengenai kenyataan terakhir yang akan mencapai suatu kontak dengan kekuatan supranatural. Dimensi ini berkaitan dengan pengalaman keagamaan, perasaan-perasaan, persepsi-persepsi, dan sensasi-sensasi yang dialami seseorang atau didefinisikan oleh

⁷ Djamaludin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, *Psikologi Islami: Solusi Islam atas Problem-problem Psikologi*, 77-78.

suatu kelompok keagamaan yang melihat komunikasi walaupun kecil dalam suatu esensi ketuhanan, yaitu dengan Tuhan dan kenyataan terakhir dengan otoritas transendental.

- d. Dimensi pengetahuan agama. Dimensi mengacu kepada harapan bahwa orang-orang yang beragama paling tidak memiliki sejumlah minimal pengetahuan mengenai dasar-dasar keyakinan, ritus-ritus, kitab suci dan tradisi-tradisi. Dimensi pengetahuan dan keyakinan jelas berkaitan satu sama lain, karena pengetahuan mengenai suatu keyakinan adalah syarat bagi penerimanya. Walaupun demikian, keyakinan tidak perlu diikuti oleh syarat pengetahuan, juga semua pengetahuan agama tidak selalu bersandar pada keyakinan.
- e. Dimensi pengamalan. Konsekuensi komitmen agama berlainan dari keempat dimensi yang sudah dibicarakan di atas. Dimensi ini mengacu pada identifikasi akibat-akibat keyakinan keagamaan, peribadatan, pengalaman, dan pengetahuan seseorang dari hari ke hari. Walaupun agama banyak menggariskan pemeluknya harus berpikir dan bertindak dalam kehidupan sehari-hari, tidak sepenuhnya konsekuensi agama merupakan bagian dari komitmen keagamaan.

2. Indikator Religiusitas

Konsep yang mampu memberi penjelasan tentang penyeluruhan, maka konsep itu yang mampu memahami keberagaman umat Islam. Untuk memahami Islam dan umat Islam, konsep yang mampu memahami adanya beragam dimensi dalam beragama Islam. Menurut Ancok dan Suroso, rumusan Glock & Stark yang membagi keberagaman menjadi lima dimensi dalam tingkatan tertentu mempunyai kesesuaian dalam Islam. Walaupun tidak sepenuhnya sama, dimensi keyakinan dapat disejajarkan dengan akidah, dimensi peribadatan dapat disejajarkan dengan syari'ah, dimensi pengamalan dapat disejajarkan dengan akhlak.⁸

⁸Djamaludin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, *Psikologi Islami: Solusi Islam atas Problem-problem Psikologi*, 80-82.

- a. Dimensi keyakinan atau akidah Islam menunjukkan pada seberapa besar tingkat keyakinan Muslim terhadap kebenaran ajaran-ajaran agamanya, terutama terhadap ajaran-ajaran yang bersifat fundamental dan dogmatik. Dalam agama Islam, isi dimensi keimanan menyangkut keyakinan tentang Allah, para malaikat, Nabi atau Rasul, kitab-kitab Allah, surga dan neraka, serta qadha dan qadar.
 - b. Dimensi peribadatan atau syari'ah menunjukkan pada seberapa besar tingkat kepatuhan Muslim dalam mengerjakan kegiatan-kegiatan ritual, sebagaimana yang disuruh dan dianjurkan oleh agamanya. Dalam agama Islam, dimensi peribadatan menyangkut pelaksanaan shalat, puasa, zakat, haji, membaca Al-Qur'an, berdo'a, dzikir, ibadah qurban, i'tikaf (berdiam diri) di masjid pada bulan puasa, dan sebagainya.
 - c. Dimensi pengamalan atau akhlak menunjukkan pada seberapa besar tingkatan Muslim berperilaku dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya, yaitu bagaimana individu berelasi dengan dunianya terutama dengan manusia lain. Dalam agama Islam, dimensi ini meliputi perilaku suka menolong, bekerjasama, berderma, menyejahterakan dan menumbuhkembangkan orang lain, menegakkan keadilan dan kebenaran, belaku jujur, memaafkan, menjaga lingkungan hidup, menjaga amanat, tidak mencuri, tidak korupsi, tidak menipu, tidak berjudi, tidak meminum minuman yang memabukkan, mematuhi norma-norma Islam dalam perilaku seksual, berjuang untuk hidup sukses menurut ukuran Islam, dan sebagainya.
 - d. Dimensi pengetahuan agama menunjukkan pada seberapa besar tingkat pengetahuan dan pemahaman Muslim terhadap ajaran-ajaran agamanya, terutama mengenai ajaran pokok dari agamanya, terutama mengenai ajaran-ajaran pokok dari agamanya sebagaimana termuat dalam kitab sucinya. Dimensi ini
-

menyangkut tentang isi Al-Qur'an, pokok-pokok ajaran yang harus diimani dan dilaksanakan (rukun Islam dan rukun Iman), hukum-hukum Islam, sejarah Islam, dan sebagainya.

- e. Dimensi penghayatan adalah dimensi yang menyertai keyakinan, pengamalan, dan peribadatan. Dimensi penghayatan menunjuk pada seberapa jauh tingkat Muslim dalam merasakan dan mengalami perasaan-perasaan dan pengalaman-pengalaman religius. Dimensi ini terwujud dalam perasaan dekat atau akrab dengan Allah, perasaan doa-doanya sering terkabul, perasaan tentram bahagia karena menuhankan Allah, perasaan bertawakal (pasrah diri secara positif) kepada Allah, perasaan khusyu' ketika melaksanakan shalat atau berdoa, perasaan tergetar ketika mendengar adzan atau ayat-ayat Al-Qur'an, perasaan bersyukur kepada Allah, perasaan mendapat peringatan atau pertolongan dari Allah.

Ketika seseorang menghadirkan empat dimensi di atas dalam kehidupannya, sering pengalaman-pengalaman batin yang sangat individual terjadi. Ketika seseorang melakukan ibadah ritual haji (dimensi peribadatan), pengalaman-pengalaman batin di luar akal pikiran manusia akan terjadi. Ketika seseorang berderma kepada orang lain (dimensi pengamalan), maka dalam hatinya berdesir sebuah perasaan puas yang halus. Ketika seseorang mendapat penjelasan tentang surga dan neraka (dimensi pengetahuan agama), dalam kalbunya akan muncul perasaan-perasaan aneh yang sulit dipahami. Ketika seseorang sadar bahwa setan selalu menggodanya (dimensi keyakinan), maka akan ada perasaan subjektif yang sangat kuat bahwa Allah menciptakan setan dengan tujuan menggoyahkan keimanan umat manusia.

B. Etika Bisnis

Istilah etika dan moral dipergunakan secara bergantian untuk menunjukkan maksud yang sama. Kata etika berasal dari bahasa Yunani, yaitu "*ethics*" yang artinya sifat atau kebiasaan. Menurut Solovon, "*ethics*" adalah apa yang

seharusnya menjadi sifat yang baik bagi seseorang.⁹ Ini berarti 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.¹⁰

Sedangkan etika dan moral dalam bahasa Arab disamakan dengan istilah akhlak. Perkataan akhlak berasal dari jama'nya “*khuluqun*” (خُلُقٌ) yang menurut *lughat* diartikan budi pekerti, perangai, tingkah laku dan tabiat. Kalimat tersebut mengandung segi-segi persesuaian dengan perkataan “*khalqun*” (خَلْقٌ) yang berarti : kejadian, serta erat hubungannya dengan “*Khaliq*” (خَالِقٌ) yang berarti : Pencipta, dan “*makhlūq*” (مَخْلُوقٌ) yang berarti: yang diciptakan. Perumusan pengertian akhlak timbul sebagai media yang memungkinkan adanya hubungan baik antara Sang Khaliq dengan makhluk dan antara makhluk dengan makhluk.¹¹

Dari pengertian etimologis seperti ini, akhlak bukan saja merupakan tata aturan atau norma perilaku yang mengatur hubungan antara sesama manusia, tetapi juga norma yang mengatur hubungan antara manusia dengan Tuhan dan bahkan dengan alam semesta sekalipun termasuk pekerjaan. Menurut Imam Al-Ghazali, akhlak adalah suatu sifat yang tertanam dalam jiwa (manusia) yang dapat melahirkan suatu perbuatan yang gampang dilakukan tanpa melalui maksud untuk memikirkan (lebih lama). Maka, jika sifat tersebut melahirkan suatu tindakan yang terpuji menurut ketentuan akal dan norma agama, ia dinamakan akhlak yang baik. Tetapi manakala ia melahirkan tindakan yang jahat, maka dinamakan akhlak yang buruk.

Sementara itu, moral atau moralitas diartikan sebagai kualitas dalam perbuatan manusia yang menunjukkan bahwa perbuatan itu benar atau salah, baik atau buruk. Moralitas mencakup pengertian tentang baik buruknya perbuatan

⁹ Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah & Kewirausahaan*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), 279.

¹⁰ A. Kadir, *Hukum Bisnis Syariah dalam Al-Qur'an*, (Jakarta: Amzah, 2010), 47.

¹¹ Tadjab, dkk., *Dimensi-dimensi Studi Islam*, (Surabaya: Karya Abditama, 1994), 243.

manusia. Lawan dari moral atau moralitas adalah ‘amoral’, ‘nonmoral’ yang berarti tidak mempunyai hubungan dengan moral dan tidak mempunyai arti moral. Begitu pula ‘immoral’, artinya moral buruk atau buruk secara moral. Dengan demikian, moral berarti tindakan manusia yang sesuai dengan ukuran yang diterima oleh umum, sehingga tolok ukurnya adalah kebiasaan yang berlaku.¹²

Adapun istilah etika, etika itu sendiri merupakan salah satu disiplin pokok dalam filsafat. Ia merefleksikan cara manusia harus hidup agar berhasil menjadi sebagai manusia. Bertens dalam buku “Etika” merumuskan pengertian etika kepada tiga pengertian juga; pertama, etika digunakan dalam pengertian nilai-nilai dan norma-norma moral yang menjadi pedoman bagi seseorang atau suatu kelompok dalam mengatur tingkah lakunya; kedua, etika mempunyai pengertian kumpulan asas atau nilai moral atau kode etik; ketiga, etika sebagai ilmu yang baik dan buruk. Dalam pengertian inilah etika dipahami juga sebagai filsafat. Ia merupakan filsafat moral mengenai tingkah laku sebagai orientasi yang berisi sarana-sarana bagi usaha manusia untuk memahami persoalan-persoalan fundamental dalam kehidupannya.¹³

Etika dalam persepsi Al-Qur’an bersifat humanistik dan rasionalistik. Humanistik dalam pengertian mengarahkan manusia pada pencapaian hakikat kemanusiaan yang tertinggi dan tidak bertentangan dengan fitrah manusia itu sendiri. Sebaliknya bersifat rasionalistik bahwa semua pesan-pesan yang diajarkan Al-Qur’an terhadap manusia sejalan dengan prestasi rasionalitas yang terdapat dalam karya-karya para filsuf. Pesan-pesan Al-Qur’an seperti ajakan kepada kebenaran, keadilan, kejujuran, kebersihan, menghormati orang tua, bekerja keras, cinta ilmu, semuanya tidak ada yang bertentangan dengan kedua sifat di atas. Hal ini lebih tegas bila

¹² Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam: implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 21-24.

¹³ Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2002), 64.

penggambaran sikap dan perilaku Nabi Muhammad saw. yang disebut Al-Qur'an sebagai memiliki akhlak yang agung.¹⁴

Sementara itu, bisnis memiliki pengertian yang sangat luas. Salah satu pengertian bisnis menurut Allan Afuah, beliau mengartikan bahwa bisnis merupakan sekumpulan aktivitas yang dilakukan untuk menciptakan dengan cara mengembangkan dan mentransformasikan berbagai sumber daya menjadi barang atau jasa yang diinginkan konsumen.¹⁵ Dengan demikian, etika bisnis adalah seperangkat prinsip dan norma para pelaku bisnis harus berkomitmen dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan baik dan benar.¹⁶

1. Aksioma Dasar Etika Bisnis

Secara normatif dan sederhana dapat dijelaskan bahwa dalam aspek ekonomi dan bisnis, Al-Qur'an telah menawarkan prinsip keadilan dan kesucian pada tiga aspek sekaligus. Ketiga aspek tersebut yakni pertama, melarang pemilikan atau pengelolaan harta yang terlarang atau haram (dzatiahnya). Kedua, terlarang dalam cara dan proses memperoleh atau mengelola serta mengembangkannya. Ketiga, terlarang pada dampak pengelolaan dan pengembangannya jika merugikan pihak lain (ada pihak yang menganiaya atau teraniaya).

Sejumlah aksioma dasar (hal yang sudah menjadi umum dan dijelaskan kebenarannya) sudah dirumuskan dan dikembangkan oleh para sarjana Muslim. Aksioma-aksioma ini merupakan turunan dari hasil penerjemahan kontemporer akan konsep-konsep fundamental dari nilai moral Islami. Dengan demikian, aspek etika dalam bahasan ini sudah di *insert* dan diinternalisasi dalam pengembangan sistem etika bisnis. Rumusan aksioma ini diharapkan menjadi rujukan bagi *moral awareness* para pebisnis Muslim untuk menentukan prinsip-prinsip yang

¹⁴ M. Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014), 46-47.

¹⁵ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha*, 29.

¹⁶ Faisal Badroen, dkk., *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2007), 15.

dianut dalam menjalankan bisnisnya. Aksioma-aksioma tersebut adalah kesatuan (*unity*), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*), tanggungjawab (*responsibility*), dan kebenaran (*benevolence*).¹⁷

a. Kesatuan (*Unity*)

Kesatuan disini adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan Muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial, menjadi satu "*homogeneous whole*" atau keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh. Tauhid merupakan konsep serba eksklusif dan serba inklusif. Pada tingkat absolut ia membedakan Khalik dengan makhluk, memerlukan penyerahan tanpa syarat kehendak-Nya, tetapi pada eksistensi manusia memberikan suatu prinsip perpaduan yang kuat sebab seluruh umat manusia dipersatukan dalam ketaatan kepada Allah semata. Konsep tauhid merupakan dimensi vertikal Islam sekaligus horizontal yang memadukan segi politik, sosial ekonomi kehidupan manusia menjadi kebulatan yang homogen yang konsisten dari dalam dan luas sekaligus terpadu dengan luas.

Dari konsepsi ini, maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan ekonomi atau etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horizontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam yang homogen serta tidak mengenal kekusutan dan keterputusan. Berdasarkan aksioma ini, maka pengusaha Muslim dapat melakukan aktivitas maupun entitas bisnisnya tidak akan melakukan paling tidak tiga berikut :

- 1) Diskriminasi diantara pekerja, penjual, pembeli, mitra kerja, atas dasar pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin atau agama. Seperti firman Allah SWT yang berbunyi :

¹⁷ Faisal Badroen, dkk., *Etika Bisnis dalam Islam*, 88-89.

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاهُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۚ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَنُكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿١٣﴾

Artinya: “Wahai manusia, sungguh Kami telah Menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan, kemudian Kami Jadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sungguh, yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling bertakwa. Sungguh Allah Maha Mengetahui, Maha Teliti. (Q.S. Al-Hujurat: 13.)

- 2) Terpaksa atau dipaksa melakukan praktik-praktik mal bisnis karena hanya Allah-lah yang semestinya ditakuti dan dicintai. Oleh karena itu, sikap ini akan terefleksikan dalam seluruh sikap hidup diberbagai dimensinya. Seperti firman Allah SWT yang berbunyi :

لَا شَرِيكَ لَهُ ۚ وَبِذَلِكَ أُمِرْتُ وَأَنَا أَوَّلُ الْمُسْلِمِينَ ﴿١٦٣﴾

Artinya: “Tidak ada sekutu bagi-Nya dan demikianlah yang diperintahkan kepadaku dan aku adalah orang yang pertama-tama berserah diri (Muslim)”. (Q.S. Al-An’am: 163).

- 3) Menimbun kekayaan atau serakah, karena hakikatnya kekayaan merupakan amanah Allah. Seperti firman Allah SWT yang berbunyi:

الْمَالُ وَالْبَنُونَ زِينَةُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا ۗ وَالْبَاقِيَاتُ الصَّالِحَاتُ خَيْرٌ عِنْدَ رَبِّكَ ثَوَابًا وَخَيْرٌ أَمَلًا ﴿١٦٤﴾

Artinya: “Harta dan anak-anak adalah perhiasan kehidupan dunia tetapi amal kebajikan

yang terus-menerus adalah lebih baik pahalanya di sisi Tuhan-mu serta lebih baik untuk menjadi harapan”. (Q.S. Al-Kahfi: 46).

b. Keseimbangan (*Equilibrium*)

Keseimbangan (*equilibrium*) atau keadilan menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam yang berhubungan dengan keseluruhan harmoni pada alam semesta. Hukum dan tatanan yang kita lihat pada alam semesta mencerminkan keseimbangan yang harmonis. Tatanan ini pula yang dikenal dengan *sunnatullah*. Sifat keseimbangan atau keadilan bukan hanya sekedar karakteristik alami, melainkan merupakan karakteristik dinamis yang harus diperjuangkan oleh setiap Muslim dalam kehidupannya.

Kebutuhan akan sikap keseimbangan atau keadilan ini ditekankan oleh Allah dengan menyebut umat Islam sebagai *ummatan wasathan*. *Ummatan wasathan* adalah umat yang memiliki kebersamaan, kedinamisan dalam gerak, arah dan tujuannya serta memiliki aturan-aturan kolektif yang berfungsi sebagai penengah atau pembenar. Dengan demikian, keseimbangan, kebersamaan, kemoderatan merupakan prinsip etis mendasar yang harus diterapkan dalam aktivitas maupun entitas bisnis, misalnya dijelaskan dalam surat Al-Baqarah: 195, surah Al-Furqan: 67-68, dan surah Al-Isra': 35.

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ
وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ ﴿١٩٥﴾ وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا
لَمْ يَسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ﴿٢٧﴾
وَالَّذِينَ لَا يَدْعُونَ مَعَ اللَّهِ إِلَهًا آخَرَ وَلَا يَقْتُلُونَ
النَّفْسَ الَّتِي حَرَّمَ اللَّهُ إِلَّا بِالْحَقِّ وَلَا يَزْنُونَ ؕ وَمَنْ يَفْعَلْ

ذَلِكَ يَلْقَ أَثَامًا ﴿٦٨﴾ وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا

بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ﴿٦٩﴾ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ﴿٧٠﴾

Dalam surat Al-baqarah dijelaskan bahwa pembelanjaan harta benda (pendayagunaan harta benda) harus dilakukan dalam kebaikan atau jalan Allah dan tidak pada sesuatu yang dapat membinasakan diri.

Di dalam surah Al-Furqan dijelaskan bahwa ciri-ciri orang yang mendapat kemuliaan dalam pandangan Allah adalah mereka yang membelanjakan harta bendanya tidak secara berlebihan dan tidak pula kikir, tidak melakukan kemusyrikan, tidak membunuh jiwa yang diharamkan, tidak berzina, tidak memberikan kesaksian palsu, tidak tuli dan tidak buta terhadap ayat-ayat Allah. Sedangkan dalam surah Al-Isra' dijelaskan bahwa seorang Muslim harus menyempurnakan takaran dan timbangan dengan neraca yang benar, karena semua ini merupakan sesuatu yang utama dan lebih baik akibat-akibatnya.

Pada struktur ekonomi dan bisnis, agar kualitas keseimbangan dapat mengendalikan semua tindakan manusia, maka harus memenuhi beberapa persyaratan yakni sebagai berikut:

- 1) Hubungan-hubungan dasar antara konsumsi, distribusi dan produksi harus berhenti pada suatu keseimbangan tertentu demi menghindari pemusatan kekuasaan ekonomi dan bisnis dengan genggamannya satu orang.
- 2) Keadaan perekonomian yang tidak konsisten dalam distribusi pendapatan dan kekayaan harus ditolak karena Islam menolak dan tertutup pendapatan dan kekayaan yang menadi semakin menyempit. Demikian pula sebaliknya memaksimumkan kesejahteraan total dan tidak berhenti sampai distribusi optimal, bertentangan dengan prinsip keseimbangan.

- 3) Sebagai akibat dari pengaruh sikap egalitarian yang kuat demikian, maka dalam ekonomi dan bisnis Islam tidak mengakui adanya, baik milik yang tak terbatas maupun sistem pasar yang bebas tidak terkendali. Hal ini disebabkan bahwa ekonomi dan bisnis dalam pandangan Islam bertujuan bagi penciptaan keadilan sosial. Dengan demikian, jelas bahwa keseimbangan merupakan landasan pikir dan kesadaran dalam pendayagunaan dan pengembangan harta benda agar harta benda tidak menyebabkan kebinasaan bagi manusia melainkan menjadi media menuju kesempurnaan jiwa manusia sebagai khalifah-tullah.

c. Kehendak Bebas (*Free Will*)

Kehendak bebas merupakan kontribusi Islam yang paling orisinal dalam filsafat sosial tentang konsep manusia yakni bebas. Hanya Tuhan yang bebas, namun dalam batas-batas tertentu mempunyai kehendak bebas untuk mengarahkan kehidupannya kepada tujuan pencapaian kesucian diri. Manusia dianugerahi kehendak bebas (*free will*) untuk membimbing kehidupannya sebagai khalifah. Berdasarkan aksioma kehendak bebas ini, dalam bisnis manusia mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian termasuk menepati atau mengingkarinya.

Seorang Muslim yang percaya pada kehendak Allah, akan memuliakan semua janji yang dibuatnya. Ia merupakan bagian kolektif dari masyarakat dan mengakui bahwa Allah meliputi kehidupan individual dan sosial. Dengan demikian, kebebasan kehendak berhubungan erat dengan kesatuan dan keseimbangan. Dalam masalah perjanjian, baik perjanjian kesetiaan kepada Allah maupun perjanjian yang dibuatnya dalam pergaulan sesama (kehidupan), manusia harus dapat memenuhi semua janji-janji tersebut. Al-Qur'an mengatakan dalam firman Allah yang berbunyi :

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اَوْفُوْا بِالْعُقُوْدِ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman taatilah janji-janjimu”. (Q.S. Al-Maidah: 1).

Menurut Yusuf Ali seperti dikutip Rafik terma ‘*uqud*’ merupakan konsep yang multidimensional. Konsep ini meliputi; (a) kewajiban Ilahi yang mengarahkan dari spiritual dan hubungan sesama kepada Allah, (b) kewajiban sosial, (c) kewajiban politik seperti perjanjian, (d) kewajiban bisnis seperti kontrak-kontrak kerja sama atau kontrak kepegawaian. Dengan landasan ini, maka dalam sistem ekonomi, Islam menolak prinsip *laissez faire* dan konsep *invisible hand*.

d. Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya. Secara logis aksioma ini berhubungan erat dengan aksioma kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggung jawab atas semua yang dilakukannya. Al-Qur’an menegaskan dalam surah An-Nisa’: 85 yang berbunyi:

مَنْ يَشْفَعْ شَفْعَةً حَسَنَةً يَكُنْ لَهُ نَصِيبٌ مِّنْهَا وَمَنْ يَشْفَعْ
شَفْعَةً سَيِّئَةً يَكُنْ لَهُ كِفْلٌ مِّنْهَا وَكَانَ اللَّهُ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ

مُقِيتًا ﴿٨٥﴾

Artinya: “Barang siapa memberikan hasil yang baik, niscaya ia akan memperoleh bagian pahala. Dan barang siapa menimbulkan akibat yang buruk, niscaya ia akan memikul konsekuensinya”. (Q.S. An-Nisa’: 85).

Tanggung jawab merupakan suatu prinsip dinamis yang berhubungan dengan perilaku manusia. Bahkan merupakan kekuatan dinamis individu untuk

mempertahankan kualitas keseimbangan dalam masyarakat. Dalam bidang ekonomi dan bisnis, aksioma ini dijabarkan menjadi suatu pola perilaku tertentu. Sebab, manusia telah menyerahkan suatu tanggung jawab yang tegas untuk memperbaiki kualitas lingkungan ekonomi dan sosial, maka perilaku konsumsi seseorang tidak sepenuhnya bergantung kepada penghasilannya sendiri, ia juga harus menyadari tingkat penghasilan dan konsumsi berbagai anggota masyarakat yang lain. Konsepsi tanggung jawab dalam Islam mempunyai sifat berlapis ganda dan terfokus baik tingkat mikro (individual) maupun tingkat makro (organisasi dan sosial) yang keduanya harus dilakukan secara bersama-sama.

Aksioma pertanggungjawaban ini secara mendasar akan mengubah perhitungan ekonomi dan bisnis karena segala sesuatunya harus mengacu pada keadilan. Hal ini diimplementasikan paling tidak pada tiga hal, yaitu: pertama, dalam menghitung *margin*, keuntungan nilai upah harus dikaitkan dengan upah minimum yang secara sosial dapat diterima oleh masyarakat. Kedua, *economic return* bagi pemberi pinjaman modal harus dihitung berdasarkan pengertian yang tegas bahwa besarnya tidak dapat diramalkan dengan probabilitas kesalahan nol dan tidak dapat lebih dahulu ditetapkan (seperti sistem bunga). Ketiga, Islam melarang semua transaksi *alegoris* yang dicontohkan dengan istilah *gharar* dalam kepustakaan bisnis Islam klasik atau sistem ijon yang dikenal dalam masyarakat Indonesia.

e. **Kebenaran (*Benevolence*)**

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Kebenaran adalah nilai kebenaran yang dianjurkan dan tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan dengan niat, sikap dan perilaku yang benar meliputi; proses akad (transaksi), proses mencari atau memperoleh komoditas, proses pengembangan maupun dalam

proses upaya meraih atau menetapkan *margin* keuntungan (laba). Kebajikan adalah sikap *ihsan*, *benevolence* yang merupakan tindakan yang memberi keuntungan bagi orang lain. Dalam pandangan Islam, sikap ini sangat dianjurkan.

Termasuk ke dalam kebajikan bisnis adalah sikap kesukarelaan dan keramahtamahan. Kesukarelaan dalam pengertian, sikap sukarela antara kedua belah pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian bisnis. Kedua belah pihak sama-sama mempunyai hak pilih atas transaksi dan tidak boleh bersegera memisahkan diri untuk menjaga jika ada ketidakcocokan, bahkan pembatalan transaksi. Hal ini ditekankan untuk menciptakan dan menjaga keharmonisan hubungan dan cinta mencintai antar sesama pelaku atau mitra bisnis. Keramahtamahan merupakan sikap ramah dan toleran, baik dalam menjual, membeli, maupun menagih. Adapun kejujuran adalah sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan sedikitpun. Sikap ini dalam khazanah Islam dapat dimaknai dengan amanah.

Dari sikap kebenaran, kebajikan (kesukarelaan) dan kejujuran, maka suatu bisnis secara otomatis akan melahirkan persaudaraan. Persaudaraan, kemitraan antara pihak yang berkepentingan dalam bisnis yang saling menguntungkan, tanpa adanya kerugian dan penyesalan sedikitpun. Dengan aksioma kebenaran ini, maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis. Al-Qur'an mengaskan agar dalam bisnis tidak dilakukan dengan cara-cara yang mengandung kebatilan, kerusakan, kezaliman, sebaliknya harus dilakukan dengan kesadaran dan kesukarelaan.

Paparan aksioma-aksioma di atas yaitu kesatuan (*unity*), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*) dan kebenaran (*benevolence*) memperlihatkan adanya

suatu bangunan bisnis yang ideal bila ditopang oleh kelima aksioma tersebut. Dengan demikian, kelima aksioma telah menjadi suatu cara pandang bisnis untuk membangun bisnis sekaligus menjadi tolok ukur tiga praktik landasan mal bisnis; kebatilan, kerusakan dan kedzaliman di atas. Apabila kedua hal tersebut disatukan pada sisi, ketiga landasan dijadikan sebagai tolok ukur untuk menghindari praktik-praktik mal bisnis dan pada sisi lain pengembangan bisnis dilandasi oleh cara pandang bisnis di atas yang berisi kelima aksiomatikanya.¹⁸

C. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan kumpulan hasil-hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu dan mempunyai kaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh penulis akan mencantumkan beberapa penelitian yang pernah dilakukan oleh pihak peneliti lain sebagai bahan rujukan dalam mengembangkan materi penelitian yang dibuat oleh penulis. Beberapa penelitian yang memiliki korelasi dengan penelitian ini yakni sebagai berikut :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Fauzan, "Pengaruh Religiusitas terhadap Etika Berbisnis pada RM. Padang di	Dari hasil pengujian diperoleh nilai probabilitas hitung $0,000 < 0,05$. Hal ini	Menggunakan variabel bebas yang sama yakni religiusitas yang diprosikan dengan	Pada penelitian Fauzan hanya berfokus pada variabel bebas

¹⁸ Muhammad dan R. Lukman Fauoni, *Visi Al-Qur'an tentang Etika dan Bisnis*, (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), 10-22.

	Kota Malang” ¹⁹ .	berarti variabel religiusitas yang diproksikan dengan ritual (X_1), ideologi (X_2), intelektual (X_3), dan konsekuensi (X_4) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap etika berbisnis (Y). Secara parsial variabel bebas yakni religiusitas yang diproksikan dengan ritual (X_1) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,259 dengan taraf	ritual (X_1), ideologi (X_2), intelektual (X_3), dan konsekuensi (X_4). Menggunakan variabel terikat yang sama yakni etika bisnis. Menggunakan pendekatan penelitian yang sama yakni pendekatan kuantitatif.	ritual, ideologi, intelektual, dan konsekuensi, sedangkan pada peneliti terdapat lima variabel bebas yakni keyakinan, peribadatan, pengamalan, pengetahuan, dan penghayatan. Obyek penelitian Fauzan pada pengusaha atau pemilik RM Padang di Kota Malang, sedangkan peneliti pada pedagang <i>cosmetic</i> di
--	------------------------------	---	--	--

¹⁹ Fauzan, “Pengaruh Religiusitas terhadap Etika Berbisnis: Studi Kasus pada RM. Padang di Kota Malang”, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan 15, no. 1 (2013), 53-64.

		<p>signifikan $0,029 < 0,05$ dengan demikian berpengaruh positif dengan etika berbisnis, sedangkan ideologi (X_2) diperoleh $t_{hitung} -0,520$ dengan taraf signifikan $0,606 > 0,05$ yang membuktikan ideologi tidak berpengaruh negatif terhadap etika berbisnis, kemudian intelektual (X_3) diperoleh $t_{hitung} 1,354$ dengan taraf signifikan $0,182 > 0,05$ sehingga intelektual tidak berpengaruh positif terhadap</p>	<p>Pasar Bitingan Kota Kudus. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian sebanyak 89 responden, sedangkan dalam peneliti sebanyak 40 responden.</p>
--	--	---	---

		etika berbisnis, dan konsekuensi al (X_4) diperoleh t_{hitung} sebesar 3,055 dengan taraf signifikan $0,004 < 0,05$ dengan demikian berpengaruh positif terhadap etika berbisnis.		
2.	Ahmad Faiz, “Pengaruh Tingkat Keagamaan terhadap Perilaku Pedagang pada anggota BMT al-Mu’awanah Bogor.” ²⁰	Berdasarkan hasil pengujian statistik dengan uji z (sampel > 30) secara parsial yang berpengaruh terhadap perilaku pedagang dari dimensi-dimensi religiusitas adalah dimensi	Menggunakan variabel bebas yang sama yakni religiusitas atau tingkat keagamaan yang diprosikan dengan aqidah, ibadah, akhlak, ilmu, dan penghayatan. Pendekatan penelitian	Pada penelitian Ahmad Faiz berfokus pada variabel terikat perilaku pedagang, sedangkan pada peneliti menggunakan variabel bebas etika bisnis. Obyek

²⁰ Ahmad Faiz, “Pengaruh Tingkat Keagamaan terhadap Perilaku Pedagang”, Al-Iqtishad 2, no. 1 (2010), 181-208.

		<p>akhlak dan ilmu. Sedangkan dimensi aqidah, ibadah, dan penghayatan tidak berpengaruh terhadap variabel perilaku pedagang. Berdasarkan pengujian dengan uji F mengidentifikasi bahwa dari dimensi religiusitas, variabel dimensi aqidah, ibadah, akhlak, ilmu, dan penghayatan tidak berpengaruh terhadap perilaku pedagang secara simultan. Variabel tingkat keagamaan berpengaruh</p>	<p>yang digunakan sama yakni pendekatan kuantitatif. Sumber data yang digunakan sama yakni sumber data primer melalui penyebaran angket secara langsung kepada responden.</p>	<p>penelitian ini pada pedagang yang menjadi anggota BMT al-Mu'awanah Bogor, sedangkan pada peneliti respondenya adalah pedagang <i>cosmetic</i> Pasar bitingan Kota Kudus yang tidak terikat dengan lembaga keuangan. Jumlah responden sebanyak 30 pedagang, sedangkan pada peneliti sebanyak 40 pedagang.</p>
--	--	---	---	---

		<p>h secara parsial terhadap perilaku pedagang. Dilihat dari nilai koefisien determinasi (r^2_{X1Y}) diperoleh hasil sebesar $0,518^2 = 0,268$ artinya keragaman yang terjadi pada variabel perilaku pedagang sebesar 26,8% sedangkan sisanya 73,2% perilaku pedagang dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam model regresi tersebut.</p>		
3.	Akrim Ashal	Hasil penelitian	Menggunakan salah	Penelitian ini hanya

	<p>Lubis, “Analisis Aspek Religiusitas terhadap Etika Bisnis Pedagang Pasar Muslim Pusat Pasar Kota Medan”.²¹</p>	<p>yang penulis lakukan sebelumnya meletakkan indikator etika bisnis berupa kejujuran, keadilan, disiplin, dan tanggungjawab. Pengamalan ibadah (shalat, zakat, puasa, dan haji) berpengaruh positif terhadap praktik dagang bagi para pedagang pasar Kota Medan yang mencakup nilai kejujuran, keadilan, disiplin, dan</p>	<p>satu variabel bebas yang sama yakni pengamalan ibadah yang meliputi ibadah shalat, puasa, zakat, dan haji. Menggunakan variabel terikat yang sama yakni etika bisnis pedagang pasar. Menggunakan pendekatan penelitian yang sama yakni pendekatan kuantitatif. Menggunakan jenis penelitian yang sama yakni penelitian lapangan (<i>field</i></p>	<p>menggunakan satu variabel bebas yakni pengamalan ibadah, dengankan pada peneliti menggunakan lima variabel bebas yakni keyakinan, peribadatan, pengamalan, pengetahuan, dan penghayatan. Jumlah responden pada peneliian ini sebanyak 97 pedagang, sedangkan pada peneliti sebanyak 40 pedagang.</p>
--	--	---	--	---

²¹ Akrim Ashal Lubis, “Analisis Aspek Religiusitas terhadap Etika Bisnis Pedagang Pasar Muslim Pusat Pasar Kota Medan”, *Dusturiyah Jurnal Hukum Islam* 7, no. 1 (2017), 1-12.

		<p>tanggungjawab. Hasil analisis yang diperoleh bahwa nilai koefisien hitung hubungan pengamalan ibadah shalat terhadap kejujuran sebesar 3,3; puasa terhadap kejujuran sebesar 2,7; zakat terhadap kejujuran sebesar 2,3; dan haji terhadap kejujuran sebesar 4,5. Adapun nilai koefisien hubungan shalat terhadap keadilan sebesar 3,5; puasa 4,9; zakat 2,3; dan haji 2,2. Sementara</p>	<p><i>research</i>).</p>	<p>Pada penelitian ini variabel bebas pengamalan ibadah yang meliputi ibadah shalat, puasa, zakat, dan haji berpengaruh terhadap etika bisnis pedagang pasar, sedangkan pada peneliti dalam variabel bebas peribadatan tidak berpengaruh terhadap etika bisnis pedagang pasar.</p>
--	--	---	--------------------------	--

		<p>nilai koefisien hubungan sahalat berada 5%. Dengan demikian terdapat hubungan yang signifikan antara variabel dependen dengan variabel independen . Hasil Analisa regresi diperoleh bahwa pengamala n ibadah shalat, puasa, zakat, dan haji memberika n kontribusi positif terhadap kejujuran sebesar 79,6%, terhadap keadilan sebesar 92,9%, terhadap</p>		
--	--	---	--	--

		<p>disiplin sebesar 69,4%, dan terhadap tanggungjawab sebesar 85,2%. Melalui pengujian Uji F-Statistik diperoleh bahwa pengalaman ibadah shalat, puasa, zakat, dan haji secara bersama-sama memberikan pengaruh positif terhadap nilai kejujuran, keadilan, disiplin, dan tanggungjawab.</p>		
4.	Roni Muhammad dan Mustofa, "Pengaruh Tingkat Pemahaman	Berdasarkan hasil analisis diperoleh t_{hitung} untuk variabel Iman	Menggunakan pendekatan penelitian yang sama yakni pendekatan	Penelitian ini menggunakan variabel bebas pemahaman agama

	<p>Agama terhadap Perilaku Bisnis Pedagang Pasar Minggu Telaga Kabupaten Gorontalo”²².</p>	<p>sebesar 2,084 dengan p value = 0,044 < 0,05 berarti bahwa H_0 yang menyatakan ada pengaruh tingkat pemahaman agama secara parsial tentang Iman diterima. Berdasarkan hasil analisis diperoleh t_{hitung} untuk variabel Islam sebesar - 0,836 dengan p value = 0,408 > 0,05 yang menyatakan H_0 diterima berarti</p>	<p>kuantitatif. Sama-sama menggunakan data primer dan data sekunder yaitu observasi, dokumentasi, dan angket. Obyek penelitian sama-sama dilakukan di pasar tradisional. Sampel yang digunakan sama yakni sebanyak 40 responden pedagang pasar.</p>	<p>atau religiusitas yang diproksikan dengan Iman, Islam, dan Ihsan, sedangkan pada penelitian menggunakan variabel bebas religiusitas yang diproksikan dengan keyakinan, peribadatan, pengalaman, pengetahuan, dan penghayatan.</p>
--	---	--	---	--

²² Roni Muhammad, dan Mustofa, “Pengaruh Tingkat Pemahaman Agama terhadap Perilaku Bisnis Pedagang Pasar Minggu Telaga Kabupaten Gorontalo”, 1-25.

		<p>tidak ada pengaruh tingkat pemahaman agama secara parsial tentang Islam terhadap perilaku pedagang pasar. Berdasarkan hasil analisis diperoleh t_{hitung} untuk variabel Ihsan sebesar 2,800 dengan p value = 0,008 < 0,05 yang menyatakan H_0 ditolak berarti ada pengaruh tingkat pemahaman agama secara parsial tentang Ihsan.</p>		
5.	Ma'zumi, Taswiyah & Najmudin,	Hasil penelitian ini	Sama-sama meneliti variabel	Penelitian ini menggunak

	<p>“Pengaruh Religiusitas terhadap Perilaku Ekonomi Masyarakat Pasar Tradisional (Studi Empiris pada Masyarakat Pasar Tradisional di Kota Serang Provinsi Banten)”.²³</p>	<p>menunjukk an bahwa pengaruh religiusitas terhadap perilaku ekonomi pada masyarakat pasar tradisional Kota Serang Provinsi Banten berdasarka n nilai <i>r-square</i> sebesar 81,17 dan nilai <i>result for inner weights</i> 48,095. Berdasarka n analisis pengaruh tersebut dapat disimpulka n bahwa religiusitas mempunyai pengaruh yang tinggi</p>	<p>bebas religiusitas yang diproksikan dengan ibadah, pengamala n, pengetahua n, dan penghayata n. Menggunak an teknik pengumpul an data yang sama yakni data primer berupa kuesioner. Menggunak an metode penelitian yang sama yakni <i>casual relationshi p</i> yang merupakan penentuan pada tingkat pengaruh.</p>	<p>an analisis <i>Smart PLS</i> 2017, sedangkan peneliti menggunak an anlisis <i>SPSS</i> versi 17. Variabel terikat pada penelitian ini berfokus pada perilaku ekonomi masyarakat pasar tradisional, sedangkan peneliti menggunak an variabel terikat yang berfokus pada etika bisnis pedagang Muslim.</p>
--	--	---	---	---

²³ Ma’zumi, dkk., “Pengaruh Religiusitas terhadap Perilaku Ekonomi Masyarakat Pasar Tradisional: Studi Empiris pada Masyarakat Pasar Tradisional di Kota Serang Provinsi Banten”, *AL-QALAM* 34, no. 2 (2017), 25-40.

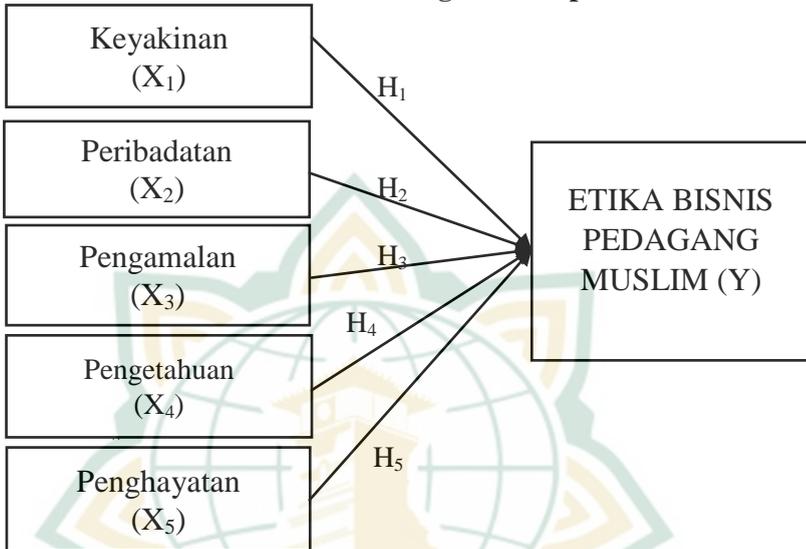
		terhadap perilaku ekonomi (distributor dan konsumen) dibandingkan dengan aspek yang lain.		
--	--	---	--	--

Sumber : data yang diolah dari beberapa sumber, 2019.

D. Kerangka Berpikir

Kerangka pemikiran merupakan sebuah alur yang menggambarkan proses riset secara keseluruhan atau miniatur keseluruhan proses riset. Penyusunan kerangka pemikiran harus dilakukan secara lengkap namun ringkas. Dengan demikian, pembaca langsung dapat memperoleh gambaran menyeluruh tentang riset tersebut hanya dengan melihat kerangka pemikiran.²⁴ Model konseptual yang didasarkan pada tinjauan pustaka, maka kerangka pemikiran teoritik penelitian dijelaskan pada gambar berikut :

²⁴ Suliyanto, Metode Riset Bisnis, (Yogyakarta: ANDI, 2006), 48.

Gambar 2.1 Kerangka Konsep Penelitian

Sumber : Teori Glock & Stark.²⁵

E. Hipotesis

Kata hipotesis berasal dari kata *hipo* yang berarti lemah dan *tesis* yang berarti pernyataan. Dengan demikian, hipotesis berarti pernyataan yang lemah atau berupa dugaan yang belum diuji. Hipotesis merupakan jawaban sementara yang hendak diuji kebenarannya melalui riset. Dikatakan jawaban sementara karena hipotesis pada dasarnya merupakan jawaban dari permasalahan yang telah dirumuskan dalam perumusan masalah, sedangkan kebenaran dari hipotesis perlu diuji terlebih dahulu melalui analisis data.²⁶ Berdasarkan kerangka pemikiran teoritis penelitian di atas dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Pengaruh Keyakinan terhadap Etika Bisnis Pedagang Muslim di Pasar Bitingan Kota Kudus.

Keyakinan adalah pengharapan-pengharapan di mana orang religius berpegang teguh pada pandangan teologis

²⁵ Fauzan, "Pengaruh Religiusitas terhadap Etika Berbisnis: Studi pada RM. Padang di Kota Malang", 57.

²⁶ Suliyanto, Metode Riset Bisnis, 53.

tertentu dan mengakui kebenaran doktrin-doktrin tersebut.²⁷ Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Roni Muhammad dan Mustofa, keyakinan berpengaruh pada etika bisnis. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa pemahaman agama yang terdiri dari Iman, Islam, dan Ihsan berpengaruh terhadap perilaku bisnis pedagang Pasar Minggu Telaga Kabupaten Gorontalo. Maka, hipotesis pada penelitian ini ialah:

H_1 : Keyakinan berpengaruh terhadap etika bisnis pedagang Muslim di Pasar Bitingan Kota Kudus.

2. Pengaruh Peribadatan terhadap Etika Bisnis Pedagang Muslim di Pasar Bitingan Kota Kudus.

Peribadatan ialah mencakup perilaku pemujaan, ketaatan, dan hal-hal yang dilakukan orang untuk menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianutnya.²⁸ Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Akrim Ashal Lubis, peribadatan berpengaruh pada etika bisnis. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa peribadatan yang terdiri dari ibadah shalat, puasa, zakat dan haji berpengaruh signifikan terhadap etika bisnis pedagang pasar Muslim pusat pasar Kota Medan. Maka, hipotesis pada penelitian ini ialah:

H_2 : Peribadatan berpengaruh terhadap etika bisnis pedagang Muslim di Pasar Bitingan Kota Kudus.

3. Pengaruh Pengamalan terhadap Etika Bisnis Pedagang Muslim di Pasar Bitingan Kota kudus.

Pengamalan ialah identifikasi akibat-akibat keyakinan keagamaan, praktik, pengalaman, dan pengetahuan seseorang dari hari ke hari.²⁹ Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fauzan, pengamalan berpengaruh pada etika bisnis. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa pengamalan berpengaruh positif dan signifikan serta

²⁷ Djamaludin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, Psikologi Islami: Solusi Islam atas Problem-problem Psikologi, 77.

²⁸ Djamaludin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, Psikologi Islami: Solusi Islam atas Problem-problem Psikologi, 77.

²⁹ Djamaludin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, Psikologi Islami: Solusi Islam atas Problem-problem Psikologi, 78.

merupakan dimensi yang paling dominan dalam mempengaruhi etika berbisnis pada bisnis RM. Padang di Kota Malang. Maka, hipotesis pada penelitian ini ialah:

H_3 : Pengalaman berpengaruh terhadap etika bisnis pedagang Muslim di Pasar Bitingan Kota Kudus.

4. Pengaruh Pengetahuan terhadap Etika Bisnis Pedagang Muslim di Pasar Bitingan Kota Kudus.

Pengetahuan ialah pemahaman Muslim terhadap ajaran-ajaran agamanya, terutama mengenai ajaran-ajaran pokok dari agamanya, sebagaimana termuat dalam kitab sucinya.³⁰ Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Faiz, pengetahuan berpengaruh pada etika bisnis. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang. Maka, hipotesis pada penelitian ini ialah:

H_4 : Pengetahuan berpengaruh terhadap etika bisnis pedagang Muslim di Pasar Bitingan Kota Kudus.

5. Pengaruh Penghayatan terhadap Etika Bisnis Pedagang Muslim di Pasar Bitingan Kota Kudus.

Penghayatan ialah tingkat Muslim dalam merasakan dan mengalami perasaan-perasaan dan pengalaman-pengalaman religius.³¹ Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ma'zumi, dkk., penghayatan berpengaruh pada etika bisnis. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa penghayatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku ekonomi masyarakat pasar tradisional melalui studi empiris pada masyarakat pasar tradisional di Kota Serang Provinsi Banten. Maka, hipotesis pada penelitian ini ialah:

H_5 : Penghayatan berpengaruh terhadap etika bisnis pedagang Muslim di Pasar Bitingan Kota Kudus.

³⁰ Djamaludin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, Psikologi Islami: Solusi Islam atas Problem-problem Psikologi, 81.

³¹ Djamaludin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, Psikologi Islami: Solusi Islam atas Problem-problem Psikologi, 82.