# BAB I

# PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Kegiatan bisnis tingkat global membutuhkan kesadaran moral yang semakin tinggi, tidak hanya untuk kepentingan pihak-pihak yang langsung terlibat dalam kegiatan bisnis, tetapi bagi kesejahteraan dan keadilan antar bangsa, untuk generasi sekarang maupun masa mendatang, atau pembangunan berkelanjutan bagi seluruh bangsa dan Negara.[1]

Etika adalah suatu persoalan yang sangat penting dalam aktivitas bisnis sekarang ini. Dalam bahasa yunani dikenal juga dengan *ethos* yang berarti adat. Sementara dalam bahasa arab etika dikenal juga sebagai *akhlak* yang berarti budi pekerti, perangai, dan tingkah laku. Secara sederhana etika bisnis itu berarti ilmu yang mempelajari tentang baik/buruk. Benar/salah, dalam dunia bisnis berdasarkan

[1]. Panji Ardiansyah, Etika Bisnis,(Yogyakarta:Quadrant, 2017), h. 179

kepada prinsip-prinsip moralitas. Sedangkan etika bisnis Islam adalah sejumlah perilaku etis bisnis yang dibungkus dengan batasan syariah. Perilaku yang etis adalah perilaku yang mengikuti perintah Allah dan menjauhi larangan-Nya.[2]

Menurut Franz Magnis Suseno, etika berkaitan dengan sifat-sifat ideal atau cita-cita yang ingin dicapai dan diwujudkan dalam disiplin pribadi. Etika juga berarti filsafat mengenai bidang moral. Jadi etika merupakan ilmu atau refleksi sistematis mengenai pendapat-pendapat, norma-norma, dan adat istiadat moral.[3] Franz Magnis Suseno memberi arti etika dalam arti yang luas, yaitu: keseluruhan norma dan penilaian yang dipergunakan oleh masyarakat yang bersangkutan untuk mengetahui bagaimana manusia seharusnya menjalankan kehidupannya, Jadi dimana mereka menemukan jawaban atas pertanyaan bagaimana saya harus membawakan diri, sikap-sikap, dan tindakan-tindakan mana yang harus saya kembangkan agar hidup saya sebagai

---

[2]Ivana Anggraini, *"Pengaruh Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen"*,2018 h. 2

[3] Panji Ardiansyah, *Etika Bisnis…h. 207*

manusia berhasil. Keberhasilan suatu bisnis bagi seorang muslim tidak diukur dari besarnya laba yang diperoleh, dibangunnya gedung bisnis bertingkat nan megah, tetapi bagaimana bisnis itu bermanfaat untuk kepentingan umat dan diridhoi oleh Allah SWT.[4]

Islam membolehkan seseorang untuk berbisnis seperti jual beli. Namun bagaimana seharusnya seorang muslim berusaha dalam dunia bisnis agar mendapatkan berkah dari Allah SWT di dunia maupun di akhirat. Dalam Islam terdapat aturan bisnis Islam menjelaskan berbagai hal yang harus dilakukan oleh para pebisnis muslim diharapkan bisnis tersebut akan maju dan berkembang serta mendapatkan berkah dari Allah SWT. Etika bisnis Islam menjamin, baik pebisnis dan konsumen masing-masing akan mendapat keuntungan, karena Islam tidak membiarkan begitu saja seseorang bekerja sesuka hati untuk mencapai keinginannya dengan cara menghalalkan segala cara seperti melakukan kecurangan, sumpah palsu, riba, menyuap, dan perbuatan

---

[4] Buchari Alma, *Dasar-dasar Etika Bisnis Islam* (Bandung:CV Alfabeta,2003), Cetakan ketiga, h. 98

batil lainnya. Perilaku seperti ini dapat menyebabkan terjadinya kedzaliman dalam masyarakat. Kesadaran terhadap pentingnya etika dalam bisnis merupakan kesadaran tentang diri sendiri dalam melihat dirinya sendiri ketika berhadapan dengan hal yang baik dan buruk. Manusia dihadapkan apa itu halal dan haram, yang boleh dilakukan dan yang tidak boleh dilakukan. [5]

Islam diberikan suatu batasan pemisah antara yang boleh dan yang tidak boleh, yang benar dan yang salah serta halal dan haram. Batasan inilah yang dikatakan dengan etika. Perilaku berbisnis atau berdagang tidak juga luput dari adanya nilai etika bisnis. Etika bisnis sebenarnya telah diajarkan oleh Rasulallah SAW, selain memiliki sifat ulet dan berdedikasi dalam berdagang, beliau juga memiliki sifat *siddiq, amanah, tabligh, fathanah.* Dalam Islam nilai-nilai moralitas yang meliputi kejujuran, keadilan dan keterbukaan sangat diperlukan dan menjadi tanggung jawab bagi setiap pelaku

---

[5] Faisal Yusuf Saputra, *Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Keuntungan UsahaPengusaha Laundry Di Kecamatan Tembalang"* h. 19

bisnis.[6] Nilai-nilai tersebut merupakan cerminan dari keimanan seorang muslim kepada Allah. Artiya setiap pebisnis boleh berdagang dengan tujuan mencari keuntungan sebesar-besarnya, tapi dalam Islam bukan hanya mencari keuntungan tapi juga mencari keberkahan.

Dedy Jamaluddin berpendapat bahwa masalah etika bisnis muncul sejak seseorang atau unit ekonomi menentukan jenis usaha yang dipilihnya, melaksanakan usaha bisnisnya, termasuk memperlakukan karyawan dan melayani konsumennya, serta tanggung jawabnya terhadap lingkungan dan masyarakat.[7] Dari pernyataan di atas dapat kita ambil kesimpulan bahwasanya apabila seseorang sudah memulai untuk usaha atau berbisnis maka disitu pula masalah-masalah etika berbisnis sudah mulai bermunculan. Kita sebagai pelaku bisnis harus bijak dalam menyikapi permasalahan tersebut sehingga bisnis bisa berjalan dengan lancar, memperoleh

---

[6] Mustofa Kamal Rokan, *Bisnis ala nabi: Teladan Rasulallah SAW dalam berbisnis*, (Yogyakarta: PT bentang Pustaka. 2013), h. 110

[7] Panji Ardiansyah, *Etika Bisnis…h.208*

keuntungan dan yang tidak kalah penting adalah bisa meraih keberkahan dan keridhoan dari sang maha kuasa.

Dalam konteks bisnis, etika bisnis Islam merupakan suatu etika yang bersumber pada kehendak pencipta. Maknanya adalah manusia akan menuai keberhasilan jika ia mengikuti petunjuk sang pencipta agar dapat berjalan pada norma-norma agama.[8] Prinsip-prinsip itu mencakup: jujur dalam takaran, menjual barang yang mutunya baik, dilarang menggunakan sumpah palsu, bermurah hati, membangun hubungan baik, tertib administrasi, dan menetapkan harga secara transparan.

Berpijak pada prinsip-prinsip di atas, terlihat bahwa begitu indahnya Islam mengatur semua sisi kehidupan manusia dalam rangka bermuamalah dengan lingkungan sekitarnya. Prinsip ini hendaknya bisa menjadi pedoman bagi para pelaku bisnis, yang tentunya mereka akan memberi yang terbaik bagi para pembeli atau konsumen mereka. Di dalam

---

[8] Wazin, *Etika Bisnis Islam*, (Banten: Pusat Penelitian dan Penerbitan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M), 2013), h. 124

era globalisasi dari pasar bebas, konsumen bebas memilih barang yang ingin di belinya. Konsumen kini memiliki tuntutan nilai yang jauh lebih besar dan beragam karena dihadapkan pada berbagai pilihan berupa barang maupun jasa yang akan mereka beli. Minat beli juga merupakan suatu bagian dari perilaku konsumen dengan tujuan untuk mengkonsumsi suatu barang atau kecenderungan suatu konsumen untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.[9] Sedangkan konsumen yaitu seseorang individu atau rumah tangga yang membeli suatu barang dengan tujuan untuk dikonsumsi guna memenuhi kebutuhan hidupnya.

Konsumen merupakan prioritas terpenting dalam sebuah bisnis. Suatu bisnis tidak akan berjalan tanpa ada konsumen, sebagai seorang muslim kita harus mengetahui bahwa kita melakukan bisnis harus memperhatikan *utilitarian*, *utilitarian* adalah dimana suatu bisnis dianggap

[9] Satria Adhi Wicaksono, *"Pengaruh Merek dan Desain terhadap Minat Beli Konsumen"* (26 Agustus 2015) h. 13

baik jika memberi manfaat kepada orang lain.[10] Oleh sebab itu, kita harus memperhatikan apakah dagangan yang kita jual mengandung manfaat untuk orang lain atau justru mendatangkan *mudharat*. Dan tentunya juga tidak melakukan kecurangan dalam berbisnis.

Dengan demikian menjadi jelas bahwa tanpa suatu etika yang menjadi acuan, para pebisnis akan lepas tidak terkendali, mengupayakan segala cara yang tidak baik untuk meyakinkan konsumen. Jadi, makna etika di dalam bisnis sangatlah penting. Ini tidak hanya berlaku dalam bisnis Islam tetapi juga bisnis pada umumnya. Karena dengan adanya etika, Efektivitas bisnis dalam Ekonomi Islam berjalan rapi, seimbang dan tentunya dengan hasil yang memuaskan.

Dengan adanya etika, maka aturan-aturan dalam dunia bisnis dapat terbentuk. Tentunya akan lebih utama, apabila aturan-aturan dalam bisnis dapat menerapkan etika yang Islami yang sesuai dengan ajaran *syar'i*. begitu pula dengan

---

[10] Ivana Anggraini, *"Pengaruh Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen"*, 2018 h. 4

adanya etika, akan semakin menurun adanya praktik-praktik bisnis yang kejam serta bisnis yang membuat orang lain semakin miskin.[11] Apalagi dengan tingkat persaingan sekarang ini yang semakin tinggi, kepuasan konsumenlah yang menjadi faktor utama agar pebisnis dapat dipercaya. Konsumen juga memperhatikan perilaku pebisnis yang memproduksi barang yang akan mereka konsumsi.

Untuk dapat mengembangkan skripsi ini agar menjadi sebuah karya ilmiyah yang baik penulis mempedomani beberapa penelitian yang sudah pernah dilakukan terkait dengan etika bisnis tersebut. Penelitiannya antara lain:*Pengaruh Merek dan Desain terhadap Minat Beli Konsumen* oleh Satria Adhi Wicaksono Tahun 2015, *Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Keuntungan Usaha Pengusaha Laundry di kecamatan Tembalang* oleh Faisal Yusuf Saputra Tahun 2016, *Pengaruh Keragaman Produk dan Etika Bisnis Islam terhadap Minat*

---

[11] Desy Astrid Anindya, *"Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha pada Wirausaha di Desa Delitua Kecamatan Delitua"* Dalam At-Tawassuth, Vol.11, No. 2, 2017 h 390

*Pembelian Konsumen* oleh Ardian Cahyono Tahun 2015, *Etika Bisnis Islam dalam meningkatkan Minat Beli Konsumen di Pasar Rukoh Banda Aceh* oleh Ivana Anggraini tahun 2018. Dan *Etika JualBeli di Pasar Tradisional Celancang di Pasar Tradisional Celancang dalam Perspektif Ekonomi Islam* oleh Azizah tahun 2016.

Dari hasil penelitian di atas dapat kita lihat terdapat beberapa variabel yang mempengaruhi minat beli, seperti pengaruh merek, desain dan keragaman produk, akan tetapi berbeda dengan penelitian ini yang menggunakan variabel etika bisnis Islam dalam meningkatkan minat beli konsumen di pasar tradisional Tirtayasa.

Islam menempatkan pasar sebagai tempat perniagaan yang sah dan halal, sehingga secara umum merupakan mekanisme perdagangan yang ideal. Rasulallah SAW adalah seorang pelaku pasar yang aktif, demikian juga kebanyakan para sahabat[12]. Pasar secara sederhana dapat diartikan sebagai

[12] Mustofa Kamal Rokan, *Bisnis ala nabi…* h. 37

tempat bertemunya para penjual dan pembeli.[13] Pasar tradisional merupakan pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik Negara dan badan usaha milik daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, yang dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat dengan proses jual beli barang melalui tawar menawar.

Pasar tradisional yang menjadi lokasi penelitian adalah pasar Tirtayasa yang berlokasi di jalan Sultan Ageng Tirtayasa, Kecamatan Tirtayasa, Kabupaten Serang. Pasar Tirtayasa memiliki tempat yang sangat strategis dan mudah dijangkau bagi masyarakat. Pasar Tirtayasa menjual segala jenis kebutuhan sehari-hari seperti bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, dan kebutuhan rumah tangga lainnya. Pasar ini beroperasi dari pagi pukul 06:30 hingga dzuhur sekitar pukul 12.00 WIB.

---

[13] Ivana Anggraini, *"Pengaruh Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen"*, 2018 h. 6

Pada dasarnya para konsumen mengharapkan seorang penjual yang memiliki etika bisnis dan pelayanan terbaik supaya konsumen tersebut membeli produknya dan mendapatkan kepuasan ketika pembeli produk tersebut. Ketika konsumen telah mendapatkan kepuasan, maka ia pun akan berminat untuk membeli produk itu kembali. Bahkan terkadang seorang konsumen akan bercerita kepada keluarga, rekan, sahabat dan tetangganya tentang kepuasannya terhadap pelayanan tersebut yang tanpa disadari hal itu juga bisa menjadi sarana promosi gratis bagi penjual (tanpa biaya promosi).

Berdasarkan hasil wawancara sederhana pada penjual dan pembeli pasar tradisional tirtayasa, diketahui bahwa penjual kurang beretika sehingga produknya juga jarang dibeli. Bahkan ada juga penjual yang tidak jujur dalam takarannya serta bersikap kurang sopan terhadap konsumennya. Hal ini diungkapkan oleh salah seorang konsumen (pembeli) di pasar tersebut. Peristiwa tersebut menunjukan bahwa terjadi praktek ketidakjujuran,

ketidaktanggung jawaban dan ketidakadilan dari pihak penjual. Hal itulah yang menjadi penyebab konsumen tidak minat membeli produknya.

Berawal dari masalah tersebut, penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan ini dalam bentuk penelitian dengan judul: "PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN" (Studi Pada Penjual dan Pembeli Pasar Tradisisonal Tirtayasa).

## B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah adalah masalah-masalah yang terdapat di objek penelitian. Berdasarkan latar belakang yang telah penulis uraikan diatas, maka yang menjadi identifikasi masalah dari penelitian ini adalah:

1. Kegiatan bisnis tingkat global membutuhkan kesadaran moral yang semakin tinggi, tidak hanya untuk kepentingan pihak-pihak yang langsung terlibat dalam kegiatan bisnis, tetapi bagi kesejahteraan dan keadilan antar bangsa, untuk generasi sekarang maupun masa

mendatang, atau pembangunan berkelanjutan bagi seluruh bangsa dan Negara.

2. Masyarakat muslim saat ini sedang menghadapi masalah yang sangat dramatis, meskipun berpartisipasi aktif di dalam dunia bisnis, namun dalam pikirannya juga ada semacam ketidakpastian apakah praktek-praktek bisnisnya benar menurut pandangan Islam, meskipun itu menghasilkan profit yang cukup besar, sehingga terkadang menimbulkan ketidakyakinan dikalangan umat Islam.
3. Bisnis saat ini terdapat kecenderungan yang mengabaikan nilai-nilai etika. Padahal etika sangat penting diterapkan dalam dunia bisnis, karena bisnis tanpa etika hanya akan membawa kerugian. Islam mengajarkan kepada manusia agar dalam melakukan jual beli atau berbisnis tetap dalam koridor Islam
4. Keberhasilan suatu bisnis bagi seorang muslim tidak diukur dari besarnya laba yang diperoleh, dibangunnya gedung bisnis bertingkat nan megah, tetapi bagaimana

bisnis itu bermanfaat untuk kepentingan umat dan diridhoi oleh Allah SWT.

5. Islam membolehkan seseorang untuk berbisnis seperti jual beli. Namun bagaimana seharusnya seorang muslim berusaha dalam dunia bisnis agar mendapatkan berkah dari Allah SWT di dunia maupun di akhirat.

## C. Batasan Masalah

Dalam menghindari peluasan subjek serta objek penelitian , maka perlu untuk dibuat suatu pembatasan masalah. Tujuannya adalah untuk membatasi arah dan peluasan yang terjadi didalam penelitian. Oleh karena itu dalam penelitian ini peneliti membatasi variabel-variabel yang akan dijadikan objek penelitian. Untuk variabel *dependent* atau terikat adalah minat beli konsumen. Dan untuk variabel *independent*nya adalah etika bisnis islam (Studi: Pasar Tradisional Tirtayasa).

## D. Perumusan Masalah

Perumusan masalah merupakan suatu langkah yang sangat penting dalam sebuah penelitian, karena perumusan masalah merupakan langkah awal untuk mengarahkan kemana suatu penelitian akan menuju. Pada hakikatnya perumusan masalah berisi tentang pertanyaan-pertanyaan yang jawabannya akan ditemukan didalam sebuah penelitian. Berdasarkan uraian diatas, maka permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh etika bisnis Islam terhadap minat beli konsumen?
2. Seberapa besar pengaruh etika bisnis Islam terhadap minat beli konsumen?

## E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan yang hendak dicapai peneliti adalah untuk menganalisis dan mengetahui mengenai:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh etika bisnis Islam terhadap minat beli konsumen.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruhetika bisnis terhadap minat beli konsumen.

## F. Manfaat /Signifikansi Penelitian

Manfaat yang akan diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

**1. Bagi penulis**

Dengan adanya penelitian ini banyak sekali harapan manfaat yang ingin penulis dapatkan terutama dari sudut ilmu pengetahuan mengenai pengaruh etika bisnis islam terhadap minat beli konsumen. Manfaat lainnya yang ingin penulis peroleh adalah kesempatan untuk membahas segala teori yang didapat selama perkuliahan kedalam penelitian ini dan mampu untuk menerapkannya di dunia ekonomi bisnis dan sehari-hari.

**2. Bagi para praktisi**

Semoga hasil penelitian ini bisa dijadikan sebagai tolak ukur oleh masyarakat khususnya para praktisi (penjual dan pembeli). Hasil penelitian ini juga diharapkan akan memberikan masukan serta gambaran mengenai bagaimana cara menerapkan nila-nilai etika bisnis islam agar dapat meningkatkan minat pembelian konsumen yang pada akhirnya akan membawa dampak positif dan sebagai bahan pertimbangan dalam hal perbaikan kemajuan kedepannya.

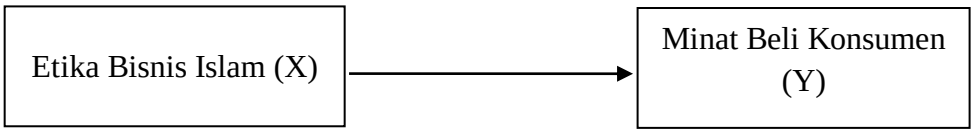
**3. Bagi perguruan tinggi**

Semoga penelitian ini bisa dijadikan sebagai bahan acuan,referensi,atau bahan perbandingan penelitian yang dapat menyumbangkan pemikiran-pemikiran mengenai ekonomi bisnis islam di Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

## G. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan suatu model konsep dari suatu teori atau pemikiran yang terangkai dalam tinjauan pustaka. Pada dasarnya kerangka pemikiran merupakan tuangan teoritis dari tinjauan pustaka yang akan dibahas dalam penelitian. Kerangka pemikiran dapat berupa bagan, deskriptif kualitatif, atau bahkan gabungan keduanya. Kerangka pemikiran dalam susunan penelitian akan menghasilkan suatu kerangka berfikir yang baik.

Dalam penelitian ini, diketahui ada satu variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen (X) adalah etika bisnis Islam, sedangkan variabel dependen (Y) adalah minat beli konsumen. Model konseptual penelitian dapat dijelaskan melalui kerangka pemikiran teoritis pada gambar dibawah ini:




**Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran**

## H. Sistematika Pembahasan

Hasil penelitian ini akan disajikan dalam bentuk laporan penelitian yang terdiri dari lima bab dimana semua bab mempunyai keterkaitan cara manfaat. Penempatan setiap bab diatur dalam sistematika yang memungkinkan keterkaitan yang dapat dimengerti dengan lebih mudah bagi orang yang membaca laporan penelitian.

**BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab pendahuluan membahas tentang bagaimana latar belakang masalah yang menjadi alasan dibuatnya penelitian ini. Perumusan masalah berisi pertanyaan tentang keadaan, fenomena, yang memerlukan jawaban melalui penelitian.Tujuan dan kegunaan penelitian merupakan hal yang diharapkan dapat dicapai mengacu pada latar belakang, rumusan masalah dan hipotesis yang diajukan. Bagian terakhir dari bab ini yaitu sistematika penulisan yang mana diuraikan mengenai ringkasan materi yang akan dibahas pada setiap bab yang ada dalam penelitian

**BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Bab ini membahas tentang teori yang berisis kesimpulan tentang penelitian terdahulu. Kerangka teori yang berisis konsep-konsep yang terkait dan penting untuk dikaji sebagai landasan dalam menulis bab analisis dan mengambil kesimpulan. Kerangka penelitian berisi telaah kritis untuk menghasilkan hipotesis dan model penelitian yang akan diuji disajikan dalam bentuk gambar dan atau persamaan. Serta hipotesis yaitu sub bab ini berisi tentang hipotesis yang diajukan.

**BAB III METODE PENELITIAN**

Bab metode penelitian membahas rencana dan prosedur penelitian yang dilakukan penulis untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan serta menguji hipotesis yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya. Hal-hal yang diperlukan dalam bab ini adalah penjelasan tentang jenis penelitian, data dan teknik pemerolehannya, jenis data yang digunakan, teknik pengumpulan dalam skala pengukuran,metode analisis data serta pengujian hipotesis.

**BAB IV HASIL PENELITIAN**

Bab ini memuat deskripsi objek penelitian, hasil analisis serta pembahasan yang mendalam tentang hasil temuan dan menjelaskan implikasinya. Pada hasil penelitian dikemukakan pada bab III, serta hasil pengujian hipotesisnya. Penyajian hasil penelitian dapat berupa teks, table, gambar dan grafik. Hasil penelitian memuat data utama, data penunjang dan pelengkap yang diperlukan dalam penelitian, yang disertai penjelasan tentang makna data yang terdapat dalam tabel, grafik yang dicantumkan.

**BAB V PENUTUP**

Bab V merupakan penutup dari pembahasan skripsi yang memuat kesimpulan atas pengujian hipotesis atas hasil yang diperoleh dan saran yang menjelaskan keterbatasan penelitian yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya.