

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Perilaku

##### 1. Pengertian Perilaku

Menurut Purwanto yang dikutip oleh Zakiyah dan Bintang Wirawan, perilaku adalah segala tindakan atau perbuatan manusia yang kelihatan atau tidak kelihatan yang didasari maupun tidak didasari termasuk didalamnya cara berbicara, cara melakukan sesuatu dan bereaksi terhadap segala sesuatu yang datangnya dari luar maupun dari dalam dirinya.<sup>1</sup> Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu yang terwujud dalam gerakan (sikap), tidak saja badan atau ucapan.<sup>2</sup> Pengertian perilaku pedagang tersusun dari dua kata, yaitu kata perilaku dan pedagang. Perilaku adalah suatu sifat yang ada dalam diri manusia.

Para ahli memiliki pandangan masing-masing tentang Pengertian perilaku ini, berikut daftar pengertian menurut para ahli di bidangnya.

- a. Menurut Ensiklopedi Amerika, perilaku diartikan sebagai suatu aksi dan reaksi organisme terhadap lingkungannya, hal ini berarti bahwa perilaku baru akan terwujud bila ada sesuatu yang diperlukan untuk

---

<sup>1</sup> Zakiyah dan Bintang Wirawan, *“Pemahaman Nilai-Nilai Syari’ah Terhadap Perilaku Berdagang(Studi pada Pedagang di Pasar Bambu Kuning Bandar Lampung)”*, Jurnal Sociologie, Vol.1, No.4,331.

<sup>2</sup> Departemen Pendidikan Nasional RI- Organizational Body, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Balai Pustaka , 2001), 671.

menimbulkan tanggapan yang disebut rangsangan dengan demikian maka suatu rangsangan tertentu akan menghasilkan perilaku tertentu pula.

- b. Menurut Heri Purwanto, perilaku adalah pandangan-pandangan atau perasaan yang disertai kecenderungan untuk bertindak sesuai sikap objek tersebut.
- c. Menurut Chief, Bogardus, Lapierre, Mead dan Gordon Allport, menurut kelompok pemikiran ini sikap merupakan semacam kesiapan untuk bereaksi terhadap suatu objek dengan cara-cara tertentu. Dapat dikatakan bahwa kesiapan yang dimaksudkan merupakan kecenderungan yang potensial untuk bereaksi dengan cara tertentu apabila individu dihadapkan pada suatu stimulus yang menghendaki adanya respon.<sup>3</sup>
- d. Menurut Louis Thurstone, Rensis Likert dan Charles Osgood, menurut mereka perilaku adalah suatu bentuk evaluasi atau reaksi perasaan. Berarti sikap seseorang terhadap suatu objek adalah perasaan mendukung atau memihak (favorable) maupun perasaan tidak mendukung atau tidak memihak (unfavorable) pada objek tersebut.<sup>13</sup>
- e. Skinner seorang ahli psikologi, merumuskan bahwa perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap rangsangan dari luar. Skinner membedakan perilaku tersebut menjadi dua jenis proses

---

<sup>3</sup> Info seputar skripsi, *Konsep Perilaku: Pengertian Perilaku, Bentuk Perilaku dan Domain Perilaku*, [http://www.infoskripsi.com/Free-Resource/Konsep-Perilaku-Pengertian Perilaku Bentuk dan Domain-Perilaku.html](http://www.infoskripsi.com/Free-Resource/Konsep-Perilaku-Pengertian%20Perilaku%20Bentuk%20dan%20Domain-Perilaku.html) diakses 30 Mei 2017.

yang diantaranya ialah *Respondent Respon* atau *Reflexive*, Stimulus semacam ini disebut *electing stimulator* karena menimbulkan respon-respon yang relatif tetap. Sedangkan proses yang kedua ialah *Operant Respon* atau *Instrumental Respon*, yakni respon yang timbul dan berkembang kemudian diikuti oleh stimulus atau perangsang tertentu. Perangsang ini disebut *reinforcing stimulus* atau *reinforce* karena dapat memperkuat respon.<sup>4</sup> yakni respon yang ditimbulkan oleh rangsangan (stimulus) tertentu.

Dalam kehidupan sehari-hari istilah perilaku disamakan dengan tingkah laku. Menurut Koentjaraningrat dikutip oleh Rokhmad Prastowo yang dimaksud tingkah laku adalah perilaku manusia yang prosesnya tidak terencana dalam gennya atau yang tidak timbul secara naluri saja, tetapi sebagai suatu hal yang harus dijadikan milik dirinya dengan belajar.<sup>5</sup> Perilaku memiliki pengertian yang cukup luas, sehingga mencakup segenap pernyataan atau ungkapan, artinya bukan hanya sekedar perbuatan melainkan juga kata-kata, ungkapan tertulis dan gerak gerik.<sup>6</sup>

## 2. Faktor-faktor dalam perilaku

### a. Faktor internal

Tingkah laku manusia adalah corak kegiatan yang sangat dipengaruhi oleh faktor yang ada dalam dirinya, faktor-faktor intern

---

<sup>4</sup> Anies, *Waspada Ancaman Penyakit Tidak Menular Solusi Pencegahan Dari Aspek Perilaku & Lingkungan*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2006),11-12.

<sup>5</sup> Rokmad Prastowo, *Karakteristik Sosial Ekonomi dan Perilaku Kerja Perempuan Pedagang Asongan*, *Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret*, 2008,30.

<sup>6</sup> Devos, *Pengantar Etika*, (Yogyakarta: Tiara Wacana, 1987),27.

yang dimaksud antara lain, jenis ras/keturunan, jenis kelamin, sifat fisik, kepribadian, bakat dan intelegensia.

b. Faktor eksternal

Lingkungan adalah segala sesuatu yang ada di sekitar individu, baik lingkungan fisik, biologis maupun sosial. Lingkungan berpengaruh untuk merubah sifat dan perilaku individu karena lingkungan itu dapat merupakan lawan atau tantangan bagi individu untuk mengatasinya. Hal-hal yang mempengaruhi perilaku eksternal antara lain, pendidikan, agama, kebudayaan, sosial ekonomi dan lingkungan itu sendiri.

## **B. Makelar**

### 1. Pengertian Makelar

Makelar berasal dari bahasa Arab yaitu *samsarah* yang berarti perantara perdagangan atau perantara penjual dan pembeli untuk memudahkan dalam jual-beli.<sup>7</sup>

Sedangkan makelar dalam kamus bahasa Indonesia adalah perantara dalam bidang jual-beli. Jadi dapat disimpulkan bahwa makelar adalah pedagang perantara yang berfungsi menjualkan barang orang lain dengan mengambil upah atau mencari keuntungan sendiri tanpa menanggung resiko. Dengan kata lain, makelar itu ialah penghubung antara penjual dan pembeli untuk memudahkan terlaksananya jual-beli

---

<sup>7</sup> Ika Yunia Fauzia, *Akad Wakalah dan Samsarah Sebagai Solusi atas Klaim Kehadiran Dropship dalam Jual Beli*, Islamica, Vol.9, No.2, 2015, 339.

tersebut. Jelaslah, bahwa makelar merupakan profesi yang banyak manfaatnya untuk masyarakat terutama bagi para produsen, konsumen dan makelar itu sendiri. Profesi ini dibutuhkan oleh masyarakat sebagaimana profesi-profesi lain.

## 2. Rukun dan Syarat makelar (*Samsarah*)

Untuk sahnya aqad *samsarah* harus memenuhi beberapa rukun, yaitu:

### a. *Al-Muta'qidini* (makelar dan pemilik harta)

Untuk melakukan hubungan kerja sama ini, maka harus ada makelar (penengah) dan pemilik harta supaya kerjasama tersebut berjalan lancar.

### b. *Mahall al-ta'qud* (jenis transaksi yang dilakukan dan kompensasi)

Jenis transaksi yang dilakukan harus diketahui dan bukan barang yang mengandung maksiat dan haram, dan juga nilai kompensasi harus diketahui terlebih dahulu supaya tidak terjadi salah paham.

### c. *Al-shigat* (lafadz atau sesuatu yang menunjukkan keridhoan atas transaksi pemakelaran tersebut)

Supaya kerjasama tersebut sah maka, kedua belah pihak tersebut harus membuat sebuah aqad kerjasama (perjanjian) yang memuat hak-hak dan kewajiban kedua belah pihak.<sup>8</sup>

Secara praktis, pemakelaran terealisasi dalam bentuk transaksi dengan kompensasi upah '*aqdu ijarah* atau dengan komisi *aqdu ij'alah*.

---

<sup>8</sup> Masifuk Zuhdi, *Masail Fiqhiyah*, (Jakarta: Haji Masagung, 1993), 122.

Maka syarat-syarat dalam pemakelaran mengacu pada syarat-syarat umum *'aqad* atau transaksi menurut aturan fiki Islam. Syarat-syarat umum transaksi dapat diterapkan pada *al-aqidani* (penjual dan pembeli) dan *al-sighat*. Sedangkan seorang makelar hanya dibebankan syarat *al-tamyiz* tanpa *al-aqlu wal bulugh* seperti yang disyaratkan pada *al-aqidani*, sebab seorang makelar hanya sebagai penengah dan tidak bertanggung jawab.

Adapun syarat-syarat mengenai *mahall al-ta'aqud* (objek transaksi dan kompensasi), para ulama mensyaratkan objek transaksi yang legal dan kompensasi yang telah ditentukan.<sup>9</sup>

Menurut Hamzah Ya'qub bahwa antara pemilik barang dan makelar dapat mengatur suatu syarat tertentu mengenai jumlah keuntungan yang di peroleh pihak makelar.<sup>10</sup> Boleh dalam bentuk presentase dari penjualan, dan juga boleh mengambil dari kelebihan harga yang di tentukan oleh pemilik barang. Jadi, jumlah imbalan yang harus diberikan kepada makelar adalah menurut perjanjian. Apabila jumlah imbalan tidak ditentukan dalam perjanjian, maka hal ini dikembalikan kepada hukum adat yang berlaku di masyarakat setempat.

### 3. Fungsi makelar

Makelar mempunyai fungsi penunjukan jalan dan sebab antara penjual dan pembeli, sehingga banyak membantu dalam proses penjualan barang suatu perusahaan atau milik perorangan.<sup>11</sup>

<sup>9</sup> Abdullah Abdulkarim, *Op. Cit.*, 2009/07/07.

<sup>10</sup> Hamzah Ya'qub, *Kode Etik Dagang Menurut Islam: Pola Pembinaan Hidup Dalam Perekonomian*, (Bandung: CV. Diponegoro, 1992). 269.

<sup>11</sup> Yusuf Qardawi, *Halal dan Haram dalam Islam*, (Bangil: PT. Bina Ilmu, 1993), 357.

Fungsi makelar di sini dapat memberi dorongan positif bagi terciptanya transaksi perdagangan dan perekonomian masyarakat. Fungsi mereka bukan hanya sebagai perantara untuk melaksanakan proses transaksi barang dan jasa. Makelar kini telah merambah fungsi lain sebagai perantara swasta atau pihak lain untuk mempengaruhi keputusan dan kebijakan aparat negara.

Makelar akhirnya bertindak menawarkan sesuatu kepada aparat publik untuk memberikan layanan prima dan selanjutnya menerapkan ongkos pada pihak swasta yang memerlukan layanan tersebut.

Dalam persoalan ini, kedua belah pihak mendapat manfaat. Bagi makelar (perantara) mendapat lapangan pekerjaan dan uang jasa dari hasil pekerjaannya itu. Demikian juga orang yang memerlukan jasa mereka, mendapat kemudahan, karena ditangani oleh orang yang mengerti betul dalam bidangnya. Pekerjaan semacam ini, mengandung unsur tolong menolong.<sup>12</sup>

### **C. Perilaku Makelar**

Perilaku makelar adalah suatu tanggapan atau reaksi makelar terhadap rangsangan atau lingkungan yang ada di sekitar. Perilaku makelar juga merupakan sebuah sifat yang dimiliki oleh setiap orang yang berprofesi menjadi makelar, untuk menangkap reaksi yang telah diberikan oleh lingkungan terhadap keadaan yang telah terjadi sekarang.

---

<sup>12</sup> Yitna Yuono, *Transaksi Jual Beli Hewan Ternak Melalui Makelar Ditinjau Dari Hukum Islam (Studi Kasus di Pasar Hewan Muntilan Kabupaten Magelang 2016)*. Skripsi. (Salatiga: IAIN Fakultas Syari'ah, 2016), 42-47.

Pada dasarnya makelar mempunyai beberapa perilaku-perilaku yang hampir sama dengan seorang yang berprofesi sebagai pedagang, tetapi yang membedakannya adalah makelar sebagai pedagang yang tidak menanggung resiko karena hanya sebagai perantara dalam jual-beli, beda halnya dengan pedagang yang segala resiko akan ditanggung semua dengan apa yang terjadi.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku pedagang yang bisa diadopsi sebagai perilaku makelar dalam jual-beli:

1. Kualitas Produk

Kualitas barang/produk yaitu tingkat baik buruknya atau taraf dari suatu produk. Kualitas produk adalah sejumlah atribut atau sifat yang dideskripsikan di dalam produk dan yang digunakan untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan.<sup>13</sup>

2. Interaksi Sosial

Interaksi sosial adalah suatu hubungan antara dua orang atau lebih, sehingga kelakuan individu yang satu mempengaruhi, mengubah atau memperbaiki kelakuan individu yang lain, dan sebaliknya.<sup>14</sup>

3. Penepatan Janji

Seseorang akan dipercaya karena kebenaran ucapannya. Seorang pembeli akan percaya kepada penjual apabila pedagang mampu merealisasikan apa yang beliau ucapkan. Salah satunya dengan menepati janji. Penjual yang memiliki integritas yang tinggi berarti ia

---

<sup>13</sup> Nirma Kurriawati, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen", *Jurnal* (Bangkalan: Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo, 2015), 22.

<sup>14</sup> Ary H. Gunawan, "Sosiologi Pendidikan: Suatu Analisis Sosiologi Tentang Pelbagai Pendidikan", (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), 31.

mampu memenuhi janji-janji yang diucapkannya kepada pelanggan. Ia tidak *over-promised under-delivered* terhadap janji-janjinya.<sup>15</sup>

#### 4. Pelayanan

Pelayanan yaitu menolong dengan menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain seperti tamu atau pembeli. Melayani pembeli secara baik adalah sebuah keharusan agar pelanggan merasa puas. Seorang penjual perlu mendengarkan perasaan pembeli. Biarkan pelanggan berbicara dan dengarkanlah dengan seksama. Jangan sekali-sekali menginterupsi pembicaraannya.<sup>16</sup>

#### 5. Empati pada pelanggan

Yaitu perhatian secara individual yang diberikan pedagang kepada pelanggan seperti kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan usaha pedagang untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggannya.<sup>17</sup>

#### 6. Persaingan

Persaingan pedagang adalah persetujuan atau rivalitas antar pedagang yang secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa baik pula, agar para konsumen membelanjakan atau membeli suatu barang dagangan.<sup>18</sup>

---

<sup>15</sup> Jenu Widjadja Tandjung, *Spiritual Selling How To Get And Keep Your Customers*, (Jakarta : Elex Media Komputindo 2008), 44.

<sup>16</sup> Ibid., 45.

<sup>17</sup> Ibid., 47.

<sup>18</sup> Al Bara, *Analisis Pengaruh Perilaku Pedagang terhadap Inflasi*. Tesis. (Medan: UIN Sumatera Utara Medan, 2016), 48.

Pengaruh persaingan, apabila perusahaan tidak menghadapi persaingan, prosedur menentukan harga jual produk tidaklah begitu sulit. Produsen hanya mempertimbangkan biaya pengadaan produk, elastisitas harga dan tujuan strategi harga yang ingin dituju.<sup>19</sup> Dan faktor-faktor yang biasanya turut dipertimbangkan menyangkut manfaat produk tersebut, situasi persaingan yang harus dihadapi, ada tidaknya produk substitusi, pasaran yang akan menjadi target, kemudahan bagi konsumen memperoleh produk dimaksud.<sup>20</sup>

#### **D. Sosiologi Ekonomi Islam**

##### 1. Definisi Sosiologi Ekonomi Islam

###### a. Definisi Sosiologi

Menurut David B Brinkerhof dan Lyan K White, sosiologi merupakan studi sistematis tentang interaksi sosial manusia. Titik fokus perhatiannya terletak pada hubungan-hubungan dan pola-pola interaksi, yaitu bagaimana pola-pola tersebut tumbuh kembang, bagaimana mereka dipertahankan dan juga bagaimana mereka berubah. Sedangkan menurut Hosrton dan Hunt sosiologi diartikan sebagai ilmu pengetahuan yang mempelajari masyarakat.<sup>21</sup>

###### b. Ekonomi Islam

Menurut beberapa ahli ekonomi Islam bahwa ekonomi Islam adalah sebuah usaha sistematis untuk memahami masalah-masalah

---

<sup>19</sup>Siswanto Sutojo, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Damar Mulia Pustaka, 2009), 213.

<sup>20</sup> Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategik* (Jakarta: Bumi Aksara, 1998), 217-218.

<sup>21</sup> Damas dan Insdrayani, *Pengantar Sosiologi Ekonomi* (Jakarta: Kencana:2009), 2-5.

ekonomi, dan tingkah laku manusia secara relasional dalam perspektif Islam.<sup>22</sup> Sedangkan menurut Muhammad Abdul Manan, ekonomi islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.<sup>23</sup>

Pengembangan ekonomi dan bisnis Islam dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya mengamati dan mengkaji sistem ekonomi dan bisnis konvensional yang berkembang dengan mengkaitkannya dengan sumber ajaran Islam yaitu Al-Qur'an dan As-Sunnah. Apabila sistem ekonomi dan bisnis tersebut dapat diakomodasikan ke dalam ekonomi dan bisnis Islam. Cara ini lebih mudah dilakukan karena hanya mencari praktik ekonomi dan bisnis di masyarakat yang tidak berkembang dengan ajaran Islam, tetapi memiliki kelemahan yang fundamental karena sangat tergantung pada praktik yang sudah ada tanpa adanya motivasi untuk merumuskan sendiri.

Penerapan perilaku-perilaku Islam dalam bisnis, di dalam ajaran Islam terdapat berbagai macam nilai yang dapat digali untuk dipergunakan dalam kehidupan sehari-hari. Nilai-nilai tersebut mulai dari nilai yang berkaitan dengan hubungan dengan Tuhan, hubungan dengan sesama makhluk, hingga nilai-nilai dalam berperilaku.<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup> Damas dan Insdrayani, *Pengantar Sosiologi Ekonomi* (Jakarta: Kencana:2009),5.

<sup>23</sup> Muhammad Abdul Manan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: PT.Dana Bakti Prima Yas:1997),19.

<sup>24</sup> Fordebi, Adesy, *Ekonomi Dan Bisnis Islam* (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada,2016),92-97.

### c. Sosiologi Ekonomi

Sosiologi ekonomi dapat didefinisikan dengan dua cara. Pertama, sosiologi ekonomi sebagai sebuah kajian yang mempelajari hubungan antara masyarakat, yang didalamnya terjadi interaksi sosial dengan ekonomi. Dalam hubungan tersebut dapat dilihat bagaimana masyarakat mempengaruhi ekonomi. Juga sebaliknya, bagaimana ekonomi mempengaruhi masyarakat.

Dengan pemahaman konsep masyarakat seperti diatas, maka sosiologi ekonomi mengkaji masyarakat, yang di dalamnya terdapat proses dan pola interaksi sosial, dalam huubunganya dengan ekonomi. Hubungan dilihat dari sisi saling pengaruh mempengaruhi. Masyarakat sebagai realitas eksternal objektif akan menuntun individu dalam melakukan kegiatan ekonomi perniagaan seperti apa yang boleh di jual, bagaimana cara menjualnya, dan dimana menjualnya. Tuntunan tersebut biasanya berasal dari budaya, termasuk didalamnya hukum dan agama.<sup>25</sup>

### d. Sosiologi Ekonomi Islam

Sebagai sebuah konsep, sosiologi ekonomi islam dapat dipahami dalam dua arti: pertama, ekonomi islam dalam perspektif sosiologi, dan kedua, sosiologi ekonomi dalam perspektif islam. Dalam arti yang pertama, sosiologi ekonomi islam dipahami sebagai suatu kajian sosiologis yang mempelajari fenomena ekonomi, yakni gejala-gejala tentang bagaimana cara manusia memenuhi kebutuhan

---

<sup>25</sup> Damsar, *Pengantar Sosiologi Ekonomi*, (Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2009), 11.

dan mempertahankan kelangsungan hidupnya. Sosiologi menyangkut kerangka acuan, variable –variabel dan model – model yang digunakan para sosiolog dalam memahami dan menjelaskan realitas sosial, dalam hal ini adalah fenomena ekonomi, yang terjadi dalam masyarakat. Tulisan ini mengacu pada pengertian yang pertama, tetapi perspektif sosiologi yang dimaksud adalah sosiologi sebagai ilmu pengetahuan yang tidak bebas nilai, melainkan yang seras dengan muatan nilai, yakni nilai – nilai islam. Suatu gagasan tentang ekonomi islam yang dilihat dalam perspektif sosiologi yang seras nilai.<sup>26</sup>

Ilmu sosial yang seras nilai, termasuk didalamnya sosiologi, oleh kuntowijoyo disebut ilmu sosial profetik, yakni ilmu yang mengandung nilai-nilai Islam dan memiliki keberpihakan. Kuntowijoyo menilai, hal yang demikian sah disebut ilmu pengetahuan. Ilmu sosial profetik merupakan merupakan kritik terhadap ilmu sosial akademis yang bebas nilai, empiris, analitis, dan liberal. Ilmu sosial profetik adalah gagasan yang dilontarkan kuntowijoyo dari analisis interpretasi terhadap ayat “kamu adalah umat terbaik yang dilahirkan untuk umat manusia, menyuruh pada yang *ma'ruf* dan mencegah dari yang *munkar*, dan beriman kepada allah SWT” QS.3:110.

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ

---

<sup>26</sup> Muhammad Fachrur Rozi, *Sosiologi Ekonomi Islam* (Purworejo:STIEF-IPMAFA ,2016),15-17.

بِاللَّهِ وَلَوْ ءَامَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ ۚ مِنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ ۝

“Artinya: *Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma’ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik. (QS. Ali Imran: 110)*”

Dalam Ayat tersebut terdapat konsep-konsep penting: konsep tentang umat terbaik, aktivisme sejarah, pentingnya kesadaran, dan etika profetik. Karenanya, ilmu sosial profetik dibangun di atas pilar-pilar. Pertama, *Amar Ma’ruf* (emansipasi). Kedua, *Nahi Munkar* (Liberasi). Ketiga, *Tu’minuna Billah* (Transendasi).<sup>27</sup>

Atas dasar itu setidaknya dijumpai dua hal pokok: pertama sebagai suatu realitas sosial, fenomena ekonomi yang hendak dipahami atau dijelaskan adalah bukan atau fenomena yang terjadi sembarang tipe atau masyarakat melainkan masyarakat yang memiliki ciri –ciri tertentu yang dikaitkan dengan islam baik sebagai ajaran maupun fenomena keberagaman (keislaman) di kalangan muslim, atau keterkaitan antara keduanya. Dalam konteks ini, ekonomi islam pada dasarnya adalah sosiologi ekonomi jika

---

<sup>27</sup> Muhammad Fachrur Rozi, *Sosiologi Ekonomi Islam* (Purworejo:STIEF-IPMAFA ,2016), 17.

dikaitkan dengan pokok perhatian sosiologi ekonomi yang menganalisis hubungan antara ekonomi dan institusi lain dalam masyarakat, misalnya hubungan ekonomi dan agama, atau dikaitkan dengan analisis tentang perubahan institusi dalam parameter budaya yang melatar belakangi landasan ekonomi masyarakat, misalnya semangat kewirausahaan dikalangan komunitas muslim. Adam smith misalnya, berpandangan bahwa dalam kegiatan ekonomi komersil keadilan disokong oleh lembaga agama yang berasal dari rasa takut manusia akan ketidakpastian-ketidakpastian kehidupan dan spekulasi-spekulasi metafisisnya mengenai penyebab alam semesta tetapi, dengan membayangkan terror-teror hukuman abadi, memberikan motif-motif lebih lanjut untuk mengekang kecenderungan manusia untuk ketidakadilan.<sup>28</sup> Hal ini mengacu pada makna budaya sebagai salah satu definisi ekonomi Islam yang diartikan sebagai “perekonomian dalam masyarakat Islami (masyarakat yang memeluk agama Islam)”. Kedua adalah terkait perspektif Islam mengenai sosiologi ekonomi. Perspektif Islam di sini memberi penekanan pada pandangan kritis dari agama, yakni kritik atau pandangan sosial Islam mengenai gagasan sosiologi yang bebas nilai sebagaimana dipaparkan oleh Max Weber, salah seorang peletak dasar sosiologi yang menyarankan agar sosiologi bebas nilai.<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> Tom Campbell, *Teori Sosial*, (Yogyakarta: Kanisius,1994),123.

<sup>29</sup> Muhammad Fachrur Rozi, *Sosiologi Ekonomi Islam* (Purworejo:STIEF-IPMAFA,2016), 18-19.

## 2. Etika Sosiologi dalam Ekonomi

Dalam melakukan interaksi sosial harus ada etika yang dibangun sehingga interaksi itu tetap harmonis, kondusif dan tidak terputus. Berkaitan dengan hal tersebut, Islam mengajarkan beberapa etika tersebut, yakni: tidak boleh saling memfitnah dan tidak boleh menghina atau menghujat satu sama lain. Dewasa ini kedua perilaku tersebut cukup mudah ditemukan dalam kehidupan sosial apalagi berhubungan dengan perekonomian yang mempunyai daya saing tinggi.

## 3. Hubungan etika dalam kegiatan ekonomi Islam

Menurut Dawam, memahami ilmu ekonomi adalah suatu ilmu yang mempelajari perilaku manusia sebagai hubungan antara berbagai tujuan dan alat-alat (untuk mencapai tujuan) yang langkah adanya dan karena itu mengandung alternatif dalam penggunaannya. Maka tujuan maupun cara-cara penggunaan alat untuk mencapainya itu perlu disesuaikan dengan ciri-ciri Islam sebagai suatu cara dan pandangan hidup.<sup>30</sup>

Dalam melakukan interaksi sosial harus ada etika yang dibangun sehingga interaksi itu tetap harmonis, kondusif, dan tidak terputus. Berkaitan dengan hal tersebut, Islam menjelaskan beberapa etika tersebut diantaranya:

- a. Tidak boleh saling memfitnah. Perbuatan fitnah itu dilarang dalam ajaran Islam karena bertentangan dengan kenyataannya. Dalam kehidupan sosial ditemukan beberapa bentuk fitnah yaitu fitnah

---

<sup>30</sup> M.Dawam Kahardjo, *Etika Ekonomi dan Manajemen* (Yogyakarta: Tiara Wacana, 1990), 2.

terhadap harta, anak, keluarga, dan jabatan bahkan perilaku tersebut cukup sulit dihindari oleh sebagian masyarakat. Dari segi pergaulan sosial fitnah itu cukup merugikan orang lain dan dampaknya dapat menimbulkan permusuhan, kebencian, dendam dan terputusnya hubungan silaturahmi. Dari segi ekonomi fitnah biasanya berhubungan dengan persaingan dalam usaha sehingga nantinya dapat menimbulkan kerugian dari lawan usahanya.

- b. Tidak boleh menghina atau menghujat sesama muslim. Perilaku tersebut dewasa ini cukup mudah ditemukan dalam kehidupan sosial. Orang begitu mudah tersinggung, menghina, menghujat tanpa alasan yang jelas. Dampaknya, yakni sering terjadi permusuhan, kebencian, bahkan juga pertengkaran sesama muslim yang pada akhirnya mengganggu ukhwah Islamiyah.
- c. Tidak dibenarkan berburuk sangka kepada orang lain (*suudzan*). Dalam Islam, sifat buruk sangka tidak dibenarkan dan termasuk kedalam kategori akhlak *al-mazmumah* (akhlak tercela).
- d. Bersikap jujur dan adil. Dalam kehidupan sosial tidak dibenarkan penuh dengan kebohongan dan ketiadaadilan karena dapat merugikan pribadi, keluarga, masyarakat bahkan merugikan negara. Pemimpin yang jujur dan adil akan dihormati, dicintai oleh rakyat dan diteladani kepemimpinannya. Tetapi apabila pemimpin tidak jujur dan tidak adil maka akan dihina masyarakat, dan tidak dihormati.

- e. Bersifat *tawaduk* atau merendah diri. salah satu sikap yang dibangun dalam interaksi sosial tidak dibenarkan bersifat sombong karena haratnya, jabatan dan status sosial.
- f. Berakhlak mulia. Bustanuddin Agus mengatakan bahwa seseorang yang berakhlak mulia akan mengantarkan bangsa itu menjadi baik dan dihormati dalam hubungan internasional. Tetapi apabila masyarakat dan bangsanya tidak berakhlak mulia maka bangsa itu tidak dihormati dan mengalami kehancuran. Perilaku atau berakhlak tidaklah cukup sebatas ungkapan tetapi harus dalam perilaku nyata. Berkaitan dengan soal akhlak itu, Asmaran mengatakan berakhlak mulia merupakan azas kebahagiaan, keselarasan, keserasian dan keseimbangan hubungan anantara sesama manusia, baik pribadi maupun dengan lingkungannya.<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> Sahrul, *Sosiologi Islam* (Medan: IAIN Press, 2001),79.