

BAB II LANDASAN TEORI

A. Jual Beli

1 Pengertian Jual Beli

Jual beli atau perdagangan dalam istilah *fiqh* disebut *al-ba'i* yang menurut etimologi berarti menjual atau mengganti. Wahbah al-Zuhaily mengartikannya secara bahasa dengan “menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain”. Kata *al-ba'i* dalam Arab terkadang digunakan untuk pengertian lawannya, yaitu kata *al-syira'* (beli). Dengan demikian, kata *al-ba'i* berarti jual, tetapi sekaligus juga berarti beli.

Secara terminologi, terdapat beberapa definisi jual beli yang dikemukakan para ulama *fiqh*, sekali pun substansi dan tujuan masing-masing definisi sama. Sayyid Sabiq, mendefinisikannya dengan “Jual beli ialah pertukaran harta dengan harta atas dasar saling merelakan”. Atau, “memindahkan milik dengan ganti yang dapat dibenarkan”.¹ Menurut Wirjono Prodjodikoro jual beli adalah suatu persetujuan dimana suatu pihak mengikat diri untuk wajib menyerahkan suatu barang dan pihak lain wajib membayar harga yang dimufakati mereka berdua.²

Dalam pengertian istilah *syara'* terdapat beberapa definisi yang dikemukakan oleh ulama mazhab, yakni:

¹Abdul Rahman Ghazali, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Kencana, 2010), 67.

²Wirjono Prodjodikoro, *Hukum Perdata Tentang Persetujuan-Persetujuan Tertentu* (Bandung: Sumur, 1991), 17.

- a. Hanafiah, sebagaimana dikemukakan oleh Ali Fikri, dalam buku Ahmad Wardi Muslich yang berjudul Fiqh Muamalat menyatakan bahwa jual beli memiliki dua arti, pertama arti khusus: jual beli adalah menukar benda dengan dua mata uang (emas dan perak) dan semacamnya, atau tukar-menukar barang dengan uang atau semacamnya menurut cara yang khusus. Kedua, arti umum: jual beli adalah tukar menukar harta dengan harta menurut cara yang khusus, harta mencakup zat (barang) atau uang.
- b. Malikiyah, seperti halnya Hanfiah menyatakan bahwa jual beli mempunyai dua arti, yaitu arti umum dan arti khusus. Pengertian jual beli yang umum adalah akad *mu'awadhah* (timbang balik) atau selain manfaat dan bukan pula untuk menikmati kesenangan. Dari definisi tersebut dapat dipahami bahwa jual beli adalah akad *mu'awadhah*, yakni akad yang dilakukan oleh dua pihak yaitu penjual dan pembeli yang objeknya bukan manfaat, yakni benda, dan bukan untuk kenikmatan seksual. Sedangkan jual beli dalam arti khusus adalah akad *mu'awadhah* (timbang balik) atas selain manfaat dan bukan pula untuk menikmati kesenangan, bersifat mengalahkan salah satu imbalannya bukan emas dan bukan perak, objeknya jelas dan bukan utang.
- c. Syafi'iyah memberikan definisi, jual beli menurut syara' adalah suatu akad yang mengandung tukar menukar harta dengan harta dengan syarat yang akan diuraikan nanti untuk memperoleh

kepemilikan atas benda-benda atau manfaat untuk waktu selamanya.

- d. Hanabilah memberikan definisi, pengertian jual beli menurut syara' adalah tukar menukar harta dengan harta, atau tukar menukar manfaat yang mubah dengan manfaat yang mubah untuk waktu selamanya, bukan riba dan bukan utang.³

Dari beberapa pemaparan diatas yang dikemukakan oleh para ulama mazhab tersebut dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Jual beli adalah akad *mu'awadhah*, yakni akad yang dilakukan oleh kedua belah pihak. Dimana pihak pertama memberikan barang dan pihak kedua memberikan imbalan yang dapat berupa uang ataupun barang sesuai akad yang telah disetujui.
- b. Syafi'iyah dan Hanabilah mengemukakan bahwa objek pada peristiwa jual beli tidak hanya berupa barang (benda), tetapi juga manfaat. Dengan syarat tukar menukar berlaku untuk selamanya, bukan hanya sementara.

2 Dasar Hukum Jual Beli

Jual beli sebagai sarana tolong-menolong antara sesama umat manusia mempunyai landasan yang kuat dalam al-Qur'an dan sunah Rasulullah saw. Terdapat beberapa ayat al-Qur'an dan sunah

³Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*(Jakarta: AMZAH, 2015), 175-177.

Rasulullah saw. yang berbicara tentang jual beli, antara lain Surat al-Baqarah ayat 275:

وَأَحْلَلَّ اللَّهُ لَهَا الْبَيْعَ حَرَمَ الرِّبَا ۗ

“Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...”.

Hadis yang diriwayatkan oleh Rifa’ah ibn Rafi’: “Rasulullah saw. ditanya salah seorang sahabat mengenai pekerjaan (profesi) apa yang paling baik. Rasulullah saw. menjawab: Usaha tangan manusia sendiri dan setiap jual beli yang berkati” (HR. Al-Bazzar dan Al-Hakim).⁴

3 Rukun dan Syarat Jual Beli

Dalam surah an-Nisa ayat 29 dijelaskan bahwa manusia di larang memiliki barang yang tidak halal sebagaimana penambahan kekayaan dengan jalan yang batil atau yang tidak benar oleh syara’, akan tetapi hendaknya dilakukan dengan jalan memberi, dan menerima pemberian dengan penuh kerelaan. Karena itu ditetapkan rukun dan syarat jual beli yang harus dipenuhi sebelum melakukan transaksi jual beli yaitu sebagai berikut:

a. Rukun jual beli

Rukun jual beli menurut Hanafi adalah ijab qabul, ijab dan qabul adalah perbuatan yang menunjukkan kesediaan dua pihak untuk menyerahkan milik masing-masing kepada pihak lain, dengan menggunakan perkataan dan perbuatan.⁵

⁴Abdul Rahman Ghazali, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Kencana, 2010), 68-69.

⁵Wahbah az-Zuuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu, jilid V* (Jakarta: Gema Insani, 2011), 28.

Akan tetapi menurut jumhur ulama rukun jual beli ada empat yaitu:

- a Adanya orang yang berakad *al-muta'qidain* (penjual dan pembeli)
 - b Adanya *shighat* (lafal ijab dan qabul)
 - c Adanya barang yang di beli
 - d Adanya nilai tukar pengganti barang
- b. Syarat jual beli

Adapun syarat-syarat jual beli yang sah adalah sebagai berikut:

- a Syarat-syarat orang yang berakad

Para ulama fiqih sepakat bahwa orang yang melakukan akad jual beli harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

- 1) Berakal. Oleh sebab itu tidak sah apabila orang gila dan anak kecil yang belum *mumayyiz* melakukan akad.
- 2) Yang melakukan akad itu ialah orang yang berbeda. Tidak sah hukumnya seseorang yang melakukan akad dalam waktu yang bersamaan maksudnya seseorang sebagai penjual sekaligus pembeli.

- b Syarat yang berkaitan dengan ijab qabul

Syarat ijab qabul adalah sebagai berikut:

- 1) Orang yang mengucapkan ijab qabul telah baligh dan berakal.

2) Qabul sesuai dengan ijab. Misalnya penjual mengatakan: “saya jual buah ini dengan harga sekian”, kemudian pembeli menjawab “saya beli buah ini dengan harga sekian”.

3) Ijab dan qabul dilakukan dalam satu majelis. Artinya kedua belah pihak saling bertatap muka dalam transaksi jual beli.

c Syarat-syarat barang yang diperjual belikan (*Ma'qud 'Alaih*)

Syarat-syarat yang berkaitan terhadap barang yang diperjual belikan adalah sebagai berikut:

1) Barang yang diperjual belikan ada. Dan jika ternyata barang yang diperjual belikan tidak ada, maka harus ada kesanggupan dari pihak penjual untuk mengadakan barang tersebut.

2) Dapat dimanfaatkan dan bermanfaat bagi manusia.

3) Hak milik sendiri atau milik orang lain dengan kuasa atasnya.

4) Boleh diserahkan saat akad berlangsung atau pada waktu yang disepakati bersama ketika transaksi berlangsung.

d Syarat-syarat nilai tukar (harga barang)

1) Harga yang disepakati kedua belah pihak harus jelas jumlahnya.

2) Boleh diserahkan waktu akad.

- 3) Apabila jual beli yang dilakukan dengan saling mempertukarkan (barter), maka barang yang dijadikan nilai tukar bukan barang haram.⁶

Adapun syarat-syarat sahnya jual beli menurut para ulama mazhab di antaranya sebagai berikut:

- 1) Menurut mazhab Hanafi syarat jual beli itu ada empat kategori yaitu pertama, Orang yang berakad harus *mumayyiz* dan berbilang. Kedua, Sighatnya harus dilakukan di satu tempat, harus sesuai, dan harus didengar oleh kedua belah pihak. Ketiga, Objeknya dapat dimanfaatkan, suci, milik sendiri, dapat diserahkan. Keempat, Harga harus jelas.
- 2) Menurut mazhab Maliki syarat jual beli adalah pertama, Orang yang melakukan akad harus *mumayyiz*, cakap hukum, berakal sehat dan pemilik barang. Kedua, Pengucapan lafadz harus dilaksanakan dalam satu majelis, antara ijab dan qabul tidak terputus. Ketiga, Barang yang diperjual belikan harus suci, bermanfaat, diketahui oleh penjual dan pembeli, serta dapat diserahkan.
- 3) Menurut mazhab Syafi'iyah syarat jual beli adalah Pertama, Orang yang berakad harus *mumayyiz*, berakal, kehendak sendiri, beragama Islam. Kedua, Objek yang

⁶Ibid., 71-76.

diperjual belikan harus suci, dapat diserahterimakan, dapat dimanfaatkan secara syara', hak milik sendiri, berupa materi dan sifat-sifatnya dapat dinyatakan secara jelas. Ketiga, Ijab qabul tidak terputus dengan percakapan lainnya, harus jelas, tidak dibatasi periode tertentu.

- 4) Menurut mazhab Hanbali syarat jual beli adalah pertama, Orang yang berakad harus mubaligh dan berakal sehat (kecuali barang-barang yang ringan), adanya kerelaan. Kedua, sighatnya harus berlangsung dalam satu majelis, tidak terputus, dan akadnya tidak dibatasi dengan periode waktu. Ketiga, Objeknya berupa harta, milik para pihak, dapat diserahterimakan, dinyatakan secara jelas, harga dinyatakan secara jelas, tidak ada halangan syara'.⁷

B. Jual Beli Online

1. Pengertian Jual Beli Online

Jual beli online adalah transaksi yang dilakukan oleh dua belah pihak tanpa adanya pertemuan secara langsung, untuk melakukan negosiasi dan transaksi jual beli yang dilakukan melalui alat komunikasi seperti chat, telfon, sms, web dan sebagainya.

Jual beli online bisa dikategorikan jual beli yang tidak tunai. Karena biasanya dalam sistem jual beli online ini, ketika terjadi kesepakatan antara

⁷Wahbah az-Zuahaili, *Fiqih Islam Wa Adillatuhu, jilid V* (Jakarta: Gema Insani, 2011), 58-71.

kedua belah pihak, penjual dan pembeli, maka penjual meminta pembeli untuk melakukan pembayaran, setelah itu barulah barang yang dipesan akan dikirimkan.

2. Manfaat Jual Beli Online

Setiap kegiatan jual beli pasti terdapat suatu manfaat yang akan didapatkan baik itu untuk penjual maupun untuk pembeli. Begitu juga pada kegiatan jual beli online. Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari kegiatan jual beli online sebagai berikut:

- a. Dapat memperluas pangsa pasar.
- b. Dapat menghemat biaya untuk kegiatan promosi.
- c. Barang dagangan bisa dipajang selama 24 jam.
- d. Semua orang dapat bertransaksi tanpa mengenal waktu.
- e. Meningkatkan customer loyalty dengan adanya informasi yang lengkap dan bisa diakses setiap saat.

C. Perilaku Distributor

1. Pengertian Perilaku

Perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan perilaku dapat dibatasi sebagai keadaan jiwa untuk berpendapat, berfikir dan bersikap. Perilaku juga diartikan sebagai suatu reaksi psikis seseorang terhadap lingkungannya.⁸

⁸Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi ke Tiga* (Jakarta : Balai Pustaka, 2009), 859.

Terdapat sistem penilaian atas perbuatan atau perilaku yang dilakukan oleh manusia yaitu dengan kategori perilaku baik atau buruk.

- a. Perilaku baik, adalah semua perilaku atau aktivitas yang dilakukan manusia didorong atau dimotivasi oleh kehendak akal fikiran dan hati nurani dalam rangka menjalankan perintah Allah SWT. Secara kronologis didorong dan disadari serta dimengerti setelah ada ketentuan yang tertuang dalam perintah yang berstatus hukum wajib dan anjuran berstatus sunnah. Orang yang melakukan tindakan ini akan mendapatkan pahala. Perilaku baik dalam konteks wajib adalah hubungan dengan sang Pencipta dengan menjalankan apa yang telah diperintahkan-Nya. Sedangkan perilaku dalam konteks sunnah seperti menjalankan amalan menolong orang yang membutuhkan, membangun ekonomi supaya semakin baik, tidak melakukan penipuan dan lain sebagainya.
- b. Perilaku buruk, difahami sebagai semua aktifitas yang dilarang oleh Allah SWT, dimana manusia dalam melakukan perbuatan buruk ini didorong oleh keinginan nafsu, godaan syetan untuk melakukan perbuatan atau perilaku buruk atau jahat. Perilaku seperti ini dapat merugikan diri sendiri dan berdampak buruk bagi masyarakat sekitar. Dalam berekonomi, perilaku buruk misalnya mendzalimi terhadap sesama manusia misal melakukan penipuan pada saat berdagang dan lain sebagainya.⁹

⁹Muslich, *Bisnis Syariah Perspektif Muamalah dan Manajemen* (Yogyakarta: UPP-

2. Pengertian Distributor

Distributor adalah perorangan atau badan usaha bertindak atas namanya sendiri yang ditunjuk oleh pabrik atau pemasok untuk melakukan pembelian, penjualan, penyimpanan, barang dalam partai besar secara tidak langsung kepada konsumen dan akhirnya dimiliki/dikuasai oleh orang lain yang menunjuknya.¹⁰ Menurut Frans M. Royan, distributor merupakan usaha yang didirikan dengan tujuan untuk mendistribusikan barang dari gudang miliknya ke para penyalur berikutnya yang terdiri dari grosir maupun pengecer, barang berada di gudang distributor diperoleh dari berbagai principal yang berkeja sama dengannya.¹¹

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa distributor adalah badan usaha atau perorangan yang bertugas dalam penyaluran baik barang maupun jasa supaya barang atau jasa sampai kepada konsumen terakhir.

3. Perilaku Distributor

Dalam hal bisnis, terutama seorang harus menghindari praktek yang mengandung unsur rijsun (haram, riba, pasar gelap, dan spikulasi).¹² Berikut ini merupakan perilaku yang harus dimiliki oleh pedagang muslim dalam menjalankan aktivitas perdagangannya dengan:

a. Taqwa

STIMYKPN, 2007), 74-75.

¹⁰Richard Burton Simatupang, *Aspek Hukum Dalam Bisnis* (Jakarta : PT Rineka Cipta, 2013), 53.

¹¹ Nanang Tegar, *Panduan Lengkap Manajemen Distribusi* (Yogyakarta : Anak Hebat Indonesia, 2019), 15.

¹² Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah* (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2009), 138.

Seorang muslim diperintahkan untuk selalu mengingat Allah SWT dalam aktifitas mereka. Kesadaran akan Allah ini hendaknya menjadi sebuah kekuatan pemicu dalam segala tindakan. Semua kegiatan transaksi bisnis hendaknya ditunjukkan untuk tujuan hidup yang lebih mulia. Dalam berbisnis, nilai-nilai religius hadir saat melakukan transaksi bisnis, selalu mengingat kebesaraan Allah SWT dan karenanya terbebas dari sifat-sifat kecurangan, kebohongan, kelicikan, dan penipuan dalam melakukan bisnis.

b. Aqshid

Aqshid adalah sederhana, rendah hati, lemah lembut dan santun. Perilaku sopan dalam bisnis dengan siapapun tetap harus diterapkan, berbicara dengan ucapan ungkapan yang baik. Dalam bisnis seorang muslim diharuskan untuk berlaku manis dan dermwan terhadap orang-orang yang miskin, dan alasan tertentu ia tidak mampu memberikan sesuatu kepada mereka, setidaknya perlakukanlah dengan sopan dan kata-kata yang baik.

c. Khidmad

Khidmad adalah melayani dengan baik. Sikap melayani merupakan sikap utama dari pembisnis, tanpa sikap melayani jangan menjadi pembisnis, dan bagian penting dari sikap melayani ini adalah sopan santun, dan rendah hati. Orang beriman diperintahkan bermurah hati, sopan dan bersahabat dengan mitra bisnis.

d. Amanah

Islam mengingatkan agar pembisnis mempunyai hati yang hidup sehingga bisa menjaga hak Allah SWT, hak orang lain, hak diri sendiri, dapat memproteksi perilaku yang merusak amanah yang diberikan kepadanya, mampu menjaga dan mempertanggung jawabkan dihadapan Allah SWT. Sifat amanah harus dimiliki oleh pembisnis muslim sebab tidak hanya untuk kepentingan muamalah semata tetapi berkaitan dengan status iman seseorang sebagaimana Rasulullah SAW.¹³

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa dalam berbisnis hendaknya pelaku bisnis menghindari hal yang dilarang oleh Allah SWT, serta menjadikan *taqwa*, *aqshid*, *khidmad*, dan *amanah* sebagai pedoman dalam melakukan kegiatan bisnis dan batasan dalam bermuamalah. Dalam melakukan suatu bisnis, berperilaku baik yang sesuai dengan syariat Islam merupakan hal yang harus dimiliki oleh setiap pembisnis muslim dan dilakukan oleh setiap pembisnis dengan *taqwa*, *aqshid*, *khidmad* dan *amanah* kepada siapapun terutama dalam melayani konsumen. Bersifat amanah dengan memenuhi hak-hak Allah SWT dan orang lain serta tepat janji dalam setiap akad dan hal-hal yang menjadi kesepakatan bersama merupakan hal yang dapat menjaga hubungan, selain itu juga dapat menumbuhkan dan meningkatkan kepercayaan orang lain kepada pelaku bisnis.

¹³Ibid., 183-189.

Dalam dunia bisnis terdapat beberapa indikator yang dapat mempengaruhi perilaku pedagang saat berbisnis dan bisa mempengaruhi ketertarikan pelanggan atau konsumen:

1) Produk (*Product*)

Produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sementara itu, pengertian produk menurut Philip Kotler adalah: “sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar, untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan, atau dikonsumsi sehingga dapat memenuhi kebutuhan”.¹⁴

Produk atau jasa yang dibuat dalam Islam harus memperhatikan nilai kehalalan, bermutu, bermanfaat, dan berhubungan dengan kebutuhan manusia. Melakukan jual beli yang mengandung unsur ketidakjelasan (*gharar*) terhadap suatu produk akan menimbulkan potensi terjadinya penipuan dan ketidakadilan terhadap salah satu pihak.

2) Harga (*Price*)

Dalam “Marketing Mix”, harga merupakan satu-satunya komponen yang menghasilkan pendapatan, sedangkan unsur lainnya dalam “Marketing Mix” menunjukkan biaya. Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Bagi perusahaan industri, penetapan harga

¹⁴Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), 173-174.

bukan merupakan pekerjaan yang mudah. Seringkali perusahaan menetapkan harga terlalu berorientasi pada biaya dan kurang meninjau perubahan pasar.¹⁵

Para pedagang harus bisa bermain dalam penetapan harga, mereka harus bisa mendapatkan barang dengan harga yang murah dan agar bisa mendapatkan keuntungan saat mereka menjual kembali, untuk mensiasati dalam permainan harga tersebut, biasanya para pedagang mengambil stock barang langsung ke pusatnya atau langsung kepetaninya serta harus pandai melakukan tawar menawar dengan pihak grosir atau petaninya.

3) Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan kegiatan aktif yang dilakukan seseorang dalam memasarkan sebuah produk. Promosi ini dilakukan untuk mempengaruhi konsumen agar tertarik dengan produk yang kita tawarkan. Adapun kegiatan-kegiatan yang termasuk dalam promosi antara lain: periklanan, personal selling, promosi penjualan, publisitas, dan hubungan masyarakat. Promosi dalam sistem ekonomi syari'ah harus memperhatikan nilai-nilai kejujuran dan menjauhi penipuan. Media dan sarana dan metode yang digunakan harus sesuai dengan syari'ah.¹⁶

¹⁵Murti Sumarmi dan John Soeprihanto, *Penghantar Bisnis* (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 1995), 247.

¹⁶Rozalinda, *Ekonomi Islam teoridan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), 82.

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 perlu mendengarkan perasaan pembeli. Biarkan pelanggan berbicara dan dengarkanlah dengan saksama. Jangan sekali kali mengintrtopeksi pembicaraannya. Penjual harus bersedia bertanggung jawab jika ada konsumen yang merasa tidak puas terhadap apa yang mereka peroleh dari penjual.¹⁷

5) Sistem penjualan

Sistem merupakan suatu kumpulan dari komponen-komponen yang membentuk satu kesatuan.¹⁸ Penjualan sebagai salah satu fungsi pemasaran yang menentukan dalam usaha mencapai tujuan perusahaan. Philip Kotler memberikan pengertian penjualan sebagai suatu kegiatan yang ditunjukkan untuk mencari pembeli, memengaruhi, dan memberikan petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produk yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan bagi kedua belah pihak.¹⁹

¹⁷Siti Halimah Assa'diyah, Skripsi: *Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Di Kedawung Mojo Kediri* (Tulungagung: UIN Tulungagung, 2019), 23-24.

¹⁸Jaluanto Sunu Punjul Tyoso, *Sistem Informasi Manajemen* (Yogyakarta: CV BUDI TAMA, 2012), 1.

¹⁹Johnson Alvonco, *Practical Communication Skill* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2014), 235.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa sistem penjualan adalah sekumpulan komponen yang terintegrasi dan didalamnya terjadi sebuah interaksi antara penjual dan pembeli serta terjadi pertukaran barang atau jasa didalamnya.

D. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Menurut Sony Keraf dalam Iwan Aprianto dkk. Etika berasal dari kata Yunani ethos, yang dalam bentuk jamaknya (ta etha) berarti “adat istiadat” atau kebiasaan. Dalam pengertian ini etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun pada suatu masyarakat atau kelompok masyarakat.²⁰ Etika adalah perbuatan dan perjumpaan yang dilakukan secara sadae (implosit) merupakan ilmu yang membahas tentang tingkah laku manusia. Ahmad Amin mengartikan sebagai ilmu yang menjelaskan baik dan buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan, menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia dan pa yang seharusnya diperbuat. Kata Etika menurut William Benton, 1972 berasal dari bahasa Yunani Ethos berarti karakter yang mempelajari konsep-konsep baik-buruk, benar-salah yang membenarkan seseorang untuk bertindak dimana penerapannya bedasar pada filsafat Moral atau mores yang berarti Adat Istiadat.²¹

²⁰Iwan Aprianto dkk, *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam* (Yogyakarta : CV Budi Utama, 2020), 4-5.

²¹Aselina Endang Trihastuti, *Etika Bisnis Islam* (Sleman : CV Budi Utama, 2021), 11.

Kata bisnis dalam Al-Qur'an yang berarti altijarah, berasal dari kata bahasa arab t-j-r, tajaa, tajran wa tajarata berkna berdagang atau berniaga. Membahas bisnis dalam kegiatan sehari-hariya tidak lepas dari perilaku organisasi di tengah kehidupan masyarakat, memasarkan produk, memproduksi, interaksi pelanggan dan membangun hubungan dengan mitra usaha dimana dalam proses kegiatan melibatkan individu dan kelompok serta lingkungan kerja yang membutuhkan penerapan etika, moral, norma, etiket dan kaidah yang berfungsi menolong pebisnis memecahkan masalah moral dalam kegiatan perdagangannya untuk kelangsungan bisnisnya.²²

Menurut Muhammad Saifullah, etika bisnis adalah seperangkat prinsip-prinsip etika yang membedakan yang baik dan yang buruk, harus, benar, salah, dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan seseorang untuk mengaplikasikannya atas apa saja dalam dunia bisnis. Dalam arti lain, etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma yang mana para pelaku bisnis harus menjunjungnya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnis dengan selamat.²³

Dapat disimpulkan etika dalam bisnis bermakna mempelajari tentang baik atau buruknya dalam berbisnis, dan benar atau salah dalam bertindak di dunia bisnis. Selain itu etika bisnis juga berguna sebagai

²² Ibid., 1.

²³ Fakhry Zamzam & Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*(Sleman : CV Budi Utama, 2020), 2.

prinsip-prinsip dan norma yang musti dijalankan dalam bisnis agar tidak menimbulkan kerugian baik bagi diri sendiri maupun orang lain.

2. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

Dalam Al-Qur'an dan sunnah banyak sekali membahas tentang bagaimana seharusnya kaum muslimin berperilaku sebagai konsumen, produsen dan pemilik modal. Ada beberapa prinsip-prinsip dalam etika bisnis Islam yaitu prinsip tauhid, keadilan, kebebasan, dan tanggung jawab.

a. Tauhid

Tauhid adalah konsep yang mendasari segala aktifitas manusia, termasuk dalam kegiatan bisnis. Tauhid menyadarkan manusia sebagai makhluk ilahiyah, sosok makhluk yang memiliki Tuhan sehingga manusia mempunyai keyakinan yang dianutnya. Dengan demikian kegiatan bisnis manusia tidak akan terlepas dari pengawasan Tuhan.²⁴ Mengenai hal ini, Allah berfirman:

وَمَا أُمِرُوا إِلَّا لِيَعْبُدُوا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ حُنَفَاءَ وَيُقِيمُوا الصَّلَاةَ وَيُؤْتُوا الزَّكَاةَ وَذَلِكَ دِينُ الْقَيِّمَةِ

Artinya: Padahal mereka hanya diperintah menyembah Allah dengan ikhlas menaati-Nya semata-mata karena (menjalankan) agama, dan juga agar melaksanakan salat dan menunaikan zakat; dan yang demikian itulah agama yang lurus (benar). (Al Bayyinah: 5).²⁵

b. Keadilan

²⁴Veithzal Rivai, dkk, *Islamic Business and Economic Ethic* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), 52.

²⁵Kementerian Urusan Agama Islam, *Al-Qur'an dan Terjemah...*, 475.

Dalam dunia berbisnis keadilan sangat berguna untuk menentukan perilaku kebijakan seseorang dalam kegiatan bisnisnya dimana prinsip keadilan sendiri harus diciptakan dalam bentuk penyajian produk-produk yang bermutu dan berkualitas. Produk yang berkualitas dan bermutu disini adalah ukuran, kuantitas, takaran yang tidak diubah seperti dikurangi sehingga harus benar-benar sesuai dengan prinsip kebenaran.²⁶

وَيَلْلُمُ طَقْفِينَا لَدِينَا إِذَا كُنَّا لَوَاعِلَنَا سَيِّئُونَ وَإِذَا كَالُوهُمْ وَأَوْرَثُوهُمْ مِيْحَ
سِرُونَ ط

Artinya : celakalah bagi orang-orang yang curang dalam (menakar dan menimbang) ! Yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dicukupkan, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain), mereka mengurangi. (Q.S Al Mutaffifin 1-3).²⁷

c. Kebebasan

Kebebasan dalam agama Islam memiliki keistimewaan karena potensi kebebasan itu sudah ada sejak manusia diciptakan dimuka bumi ini. Pada tingkat tertentu, manusia diberikan kehendak bebas untuk mengendalikan kehidupan sendiri manakala Allah SWT menurunkan ke bumi. Dengan tanpa mengabaikan kenyataan bahwa ia sepenuhnya dituntun oleh hukum yang diciptakan Allah SWT, ia diberikan kemampuan untuk berfikir dan membuat keputusan, untuk memilih apapun jalan hidup yang ia inginkan, yang lain di alam

²⁶Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami* (Semarang : Walisongo Press, 2019), 138.

²⁷Kementerian Urusan Agama Islam, *Al-Qur'an dan Terjemah...*, 585.

semesta, ia dapat memilih perilaku etis ataupun tidak etis yang ia jalankan.²⁸

Kebebasan dalam kegiatan perdagangan dapat diartikan bahwa manusia bebas melakukan kegiatan perdagangan selama tidak melanggar ketentuan Allah SWT. kebebasan ini dapat ditunjukkan melalui inovasi dan kreatifitas ekonomi dalam kegiatan perdagangan.

d. Tanggung Jawab

Segala aktifitas dalam berbisnis dengan berbagai bentuk kebebasan, bukan berarti semuanya selesai saat tujuan yang diinginkan sudah tercapai atau ketika sudah mendapatkan keuntungan yang dirasa pada titik kepuasan. Maka dari itu, tanggung jawab yang dilakukan seperti pertanggung jawaban ketika melakukan transaksi, memproduksi barang, mendistribusikan barang, melakukan perjanjian dalam kegiatan jual beli dan lain sebagainya yang masih berhubungan dengan kegiatan berbisnis.²⁹

²⁸Muhammad, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2014), 56.

²⁹Veithzal Rivai, dkk, *Islamic Business and Economic Ethic* (Jakarta: Bumi Aksara, 2018), 278.