

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Perilaku Pedagang

1. Pengertian Perilaku Pedagang

Kata perilaku pedagang terdiri dari dua kata yakni perilaku dan pedagang. Perilaku merupakan kepribadian dan sifat pada seorang manusia yang muncul dalam sebuah perbuatan. Perilaku seseorang pada dasarnya dipengaruhi oleh beberapa faktor tertentu.¹⁰ Faktor-faktor tersebut antara lain :

a. Faktor Internal

Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari dalam individu itu sendiri. Faktor ini merupakan faktor bawaan atau keturunan (genetis). Setiap individu akan memperlihatkan tingkah laku yang berbeda, karena berasal dari keturunan yang beda.¹¹ Faktor ini merupakan faktor bawaan sejak lahir dan merupakan pengaruh keturunan dari salah satu pihak yang dimiliki oleh salah satu pihak atau gabungan dari kedua belah pihak dalam satu keluarga.

Keluarga merupakan suatu kesatuan norma dan tata cara yang diterima sebagai tempat untuk menyelesaikan suatu masalah.¹²

¹⁰Al Bara, *Pengaruh Perilaku Pedagang*, 247.

¹¹ Gusyara Hima, "*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Individu Dalam Organisasi*" Dalam Kompasiana.Com. Diunduh Pada 11 Januari 2017.

¹² Idianto Muin, *Sosiologi*, (Jakarta: Erlangga, 2006), 52.

Keluarga berpengaruh terhadap perilaku dan perkembangan seseorang, terutama dari cara orang tua untuk mendidik anaknya.

Syamsu Yusuf mengutip pendapat F.I Brown yang mengatakan bahwa keluarga adalah semua pihak yang ada hubungan darah atau keturunan.¹³ Sedangkan menurut Murdock yang dikutip oleh Sri Lestari mendefinisikan bahwa keluarga merupakan kelompok sosial yang memiliki karakteristik tinggal bersama, terdapat kerjasama ekonomi, dan terjadi proses reproduksi.¹⁴ Tidak sedikit dari orang tua yang membesarkan anaknya tanpa adanya pemberian pemahaman mendalam tentang kepribadian akibatnya, tidak sedikit dari orang tua yang mengatakan bahwa yang salah adalah anaknya ketika terjadi hal-hal negative mengenai perilaku keseharian anaknya.¹⁵

b. Faktor eksternal

Faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar orang tersebut. Faktor ini biasanya merupakan pengaruh yang berasal dari lingkungan seseorang seperti kelompok, tetangga sampai dengan pengaruh dari berbagai media. Perilaku manusia tidak akan pernah lengkap jika melupakan konteks sosial, dimana pada dasarnya manusia merupakan makhluk sosial.¹⁶ Pengaruh lingkungan pada individu meliputi dua sasaran yaitu: lingkungan yang membuat individu sebagai

¹³ Syamsu Yusuf, *Psikologi Perkembangan Anak Dan Remaja*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000), 35.

¹⁴ Sri Lestari, *Psikologi Keluarga Penanaman Nilai dan Penanganan Konflik Dalam Keluarga*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2012), 3.

¹⁵ Sarjakawi, *Pembentukan Kepribadian Anak*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006), 19.

¹⁶ Frits, *Perilaku Manusia Pengantar Singkat Tentang Psikologi*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2006), 110.

mahluk sosial dan lingkungan yang dapat membuat budaya. Individu akan menjadi pusat dari lingkungan, sehingga kenyataannya akan menuntut suatu keharusan sebagai mahluk sosial untuk melakukan tindakan tersebut.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mendefinisikan perilaku sebagai sebuah tanggapan maupun reaksi seseorang yang dinyatakan dalam bentuk sikap maupun ucapan.¹⁷ Perilaku dalam pandangan para ahli memiliki maknanya masing-masing antara lain:

- a. Heri Purwanto mendefinisikan bahwa perilaku merupakan rasa dan juga pandangan yang memiliki kecenderungan untuk melakukan sesuatu berdasarkan sikap dari objek tersebut.
- b. Chief Bogardus, Mead, Lapierre dan Gordon Allport memaknai perilaku sebagai persiapan dalam melakukan aksi pada sebuah objek melalui cara-cara yang telah ditentukan. Kesiapan yang dimaksudkan berupa potensi untuk melakukan sebuah aksi menggunakan cara-cara tertentu ketika seseorang diberikan stimulus agar ia memunculkan respon.
- c. Charles Osgood, Rensis Likert dan Louis Thurstone mengartikan perilaku sebagai sebuah evaluasi atau respon perasaan. Perilaku merupakan perasaan untuk memihak (favorable) dan tidak memihak (unfavorable) pada suatu objek.¹⁸

¹⁷ Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 2001), 671.

¹⁸ 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>.

d. Skinner juga memiliki pengertian terkait perilaku. Ahli psikologi tersebut mendefinisikan perilaku sebagai sebuah reaksi atau respon dari rangsangan yang muncul dari luar diri seseorang. Skinner membagi perilaku menjadi dua macam yaitu *respondent respon* dan *operant respon*. *Respondent respon* merupakan reaksi yang muncul akibat rangsangan-rangsangan tertentu. Adapun *operant respon* merupakan reaksi yang muncul disertai stimulus tertentu untuk memperkuat reaksi tersebut.¹⁹

Secara etimologi pedagang merupakan seseorang yang berdagang. Pedagang ialah pelaku perdagangan dan melakukan proses jual beli pada suatu barang atau produk dimana produk tersebut tidak dibuat sendiri dengan tujuan memperoleh keuntungan.²⁰ Pedagang merupakan orang-orang yang melaksanakan perniagaan untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Perniagaan pada dasarnya adalah perilaku untuk membeli sebuah barang dan kemudian dijual kembali.²¹ Pedagang dikelompokkan menjadi beberapa bagian antara lain:

a. Pedagang Grosir/ Menengah/ Agen, merupakan kelompok pedagang yang memperoleh barang melalui distributor tunggal untuk kemudian dijual kembali kepada pedagang yang memiliki jangkauan lebih kecil.

¹⁹ Anies, *Waspada Ancaman Penyakit Tidak Menular Solusi Pencegahan Dari Aspek Perilaku & Lingkungan*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2006), 11-12.

²⁰ Eko Sujatmiko, *Kamus IPS*, (Surakarta: Aksara Sinergi media Cet. I, 2014), 231.

²¹ C.S.T. Kansil dan Christine S.T. Kansil, *Pokok-pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), 15.

b. Pengecer/ Pedagang Eceran, merupakan pedagang yang menjual produk atau barang kepada konsumen secara langsung dalam jumlah satuan.²²

Berdasarkan beberapa pengertian terkait perilaku yang telah dijelaskan di atas, dapat disimpulkan bahwasannya perilaku pedagang merupakan sebuah reaksi atau respon seorang pedagang terhadap stimulus yang muncul dalam lingkungan sekitar pedagang. Perilaku pedagang dapat diartikan juga sebagai sifat atau kepribadian seorang pedagang guna merespon rangsangan yang dimunculkan dalam lingkungan pedagang atas keadaan yang sedang dihadapi.²³

Perilaku pedagang dapat memberikan pengaruh pada harga suatu produk yang ada di pasar dan berkaitan dengan harga yang disajikan dan ditentukan pemerintah maupun harga yang umum digunakan. Contohnya semisal adanya isu terhadap kenaikan harga cabe rawit yang pada mulanya hanyalah isu yang berkembang. Hal ini menjadi pendorong atau stimulus bagi pedagang untuk meresponnya yakni dengan menaikkan harga barang sebelum harga barang tersebut diresmikan oleh pemerintah. Sesuatu seperti inilah yang dinamakan dengan respon, reaksi dan perilaku pedagang.²⁴

Sejumlah pedoman umum menuntun kode etik Islam dalam hubungannya dengan kehidupan sehari-hari maupun dalam bisnis. Kaum muslim dituntut untuk bertindak secara Islami dalam bisnis mereka karena Allah SWT akan menjadi saksi dalam setiap transaksi yang mereka

²² Jenu Widjadja Tandjung, *Spiritual Selling How To Get And Keep Your Customers*, (Jakarta : Elex Media Komputindo 2008), 44.

²³ Jenu Widjadja Tandjung, *Spiritual Selling How To Get And Keep Your Customers*, 45.

²⁴ Al Bara, *Pengaruh Perilaku Pedagang*, 248.

lakukan. Islam telah mengajarkan prinsip-prinsip perdagangan yang terkandung dalam Al-Qur'an sebagai berikut :

- 1) Setiap perdagangan harus didasari sikap ridha diantara dua pihak
- 2) Penegakan prinsip keadilan, baik dalam takaran, timbangan, ukuran mata uang, dan pembagian dalam keuntungan
- 3) Prinsip larangan riba
- 4) Kasih sayang, tolong-menolong, dan persaudaraan universal
- 5) Dalam kegiatan perdagangan tidak melakukan investasi pada usaha yang haram, seperti usaha-usaha yang merusak mental, misalnya narkoba.²⁵

2. Faktor yang mempengaruhi perilaku pedagang

Perilaku pedagang bermacam-macam sesuai faktor yang mempengaruhinya. Faktor-faktor tersebut antara lain:²⁶

a. Pelayanan

Pelayanan yang baik juga menjadi faktor yang penting dalam berdagang agar konsumen merasa puas. Penjual hendaknya mendengarkan apa yang dikatakan oleh konsumen dan tidak menyelanya.

b. Keramahan

Pedagang dalam menjual barangnya kepada pembeli hendaknya memperhatikan faktor ini. Keramahan dapat dibuktikan dengan

²⁵ Mustafa Edwin Nasution, dkk., *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana, 2006), 173.

²⁶ YI Falucky, *Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pedagang*, <http://www.repo.iain-tulungagung.ac.id>, diakses tanggal 8 januari 2022

perkataan yang baik dan sopan, menyenangkan dalam pergaulan serta baik perilakunya kepada semua orang.

c. Penepatan Janji

Pedagang yang selalu menepati janjinya maka akan banyak mendapat kepercayaan dari konsumen. Pedagang yang berintegritas tinggi selalu memenuhi janji yang ia buat kepada konsumennya. Pedagang tersebut hendaknya tidak *over-promised under-delivered* pada janji yang dibuatnya.

d. Persaingan Sesama Pedagang

Persaingan selalu muncul dalam setiap segi kehidupan. Salah satunya persaingan antar pedagang. Persaingan dalam perdagangan ialah persaingan antar pedagang untuk memperoleh konsumen sebanyak-banyaknya dengan menawarkan harga barang yang sesuai dengan kualitas barang kepada konsumen.

e. Pembukuan Transaksi

Pembukuan transaksi berupa suatu catatan yang memuat data terkait keuangan selama proses perdagangan dilakukan. Data tersebut dapat berupa modal, kekayaan, biaya, dan penghasilan yang didapatkan. Data pembukuan digunakan untuk menentukan laba atau ruginya sebuah usaha. Setiap pedagang harus mencatat setiap transaksi yang dilakukannya.

B. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Kata etika dapat didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dari yang buruk. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan oleh seorang individu. Pengertian secara terminologi kata etika berasal dari bahasa Yunani “*ethos*”. Artinya: “*custom*” atau kebiasaan yang berkaitan dengan tindakan atau tingkah laku manusia. Pada dasarnya, etika sangat berpengaruh terhadap para pelaku bisnis terutama dalam hal kepribadian, tindakan dan perilakunya.²⁷

Etika yang tergolong baik itu meliputi:²⁸

- a. Kejujuran (*Honesty*) : Berkata sesuai kebenaran yang ada.
- b. Ketetapan (*Reliability*) : Selalu menepati janji.
- c. Loyalitas: Kesetiaan terhadap dirinya sendiri, organisasi, pimpinan, teman atau rekan kerja, bawahan, pelanggan, anggaran dasar serta anggaran rumah tangga, dan semua orang yang ia telah berjanji kepadanya.
- d. Disiplin: Selalu taat kepada aturan, prosedur, sistem dan waktu yang telah ditentukan tanpa harus memaksanya.

Pengertian bisnis dalam KBBI adalah usaha dalam bentuk perdagangan, usaha komersial dan bidang usaha. Adapun pengertian bisnis secara etimologi yaitu sebuah keadaan dari suatu perorangan atau kelompok yang bekerja guna menghasilkan keuntungan.²⁹

²⁷ Agus Arjianto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), 5.

²⁸ Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011), 133.

²⁹ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung : Alfabeta, 2013), 28.

Etika bisnis merupakan sejumlah nilai-nilai yang berkaitan dengan baik, buruk, salah, benar dalam bidang bisnis. Nilai-nilai tersebut didasarkan pada prinsip-prinsip tentang moral dan norma yang ada dalam masyarakat. Dengan kata lain, etika bisnis dapat diartikan sebagai kumpulan prinsip tentang moralitas dan norma yang ada dimasyarakat dimana pelaku bisnis harus mematuhi dalam pelaksanaan bisnis guna mencapai tujuan dari bisnis itu dengan baik dan selamat.³⁰

Mendasarkan pada pengertian yang telah dijelaskan diatas dapat disimpulkan bahwasannya etika bisnis merupakan studi yang difokuskan pada standar penggunaan moral yang baik maupun yang tidak baik dalam pelaku bisnis.

Etika bisnis Islam adalah suatu konsep nilai yang melandaskan pada Al-Qur'an dan Hadits dalam setiap aktifitas produksi dan distribusinya.³¹ Penerapan Etika bisnis islam menjadi sangat penting dalam keberlangsungan suatu bisnis, karena berkembang atau tidaknya suatu bisnis berantung pada etika yang diterapkan.³²

2. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam memiliki lima prinsip yaitu kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggungjawab dan kebenaran. Berikut penjelasannya:³³

³⁰ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta : Prenada Media Group, 2006), 5.

³¹ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis* (Jakarta: Penebar Plus, 2012), 29.

³² Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 171.

³³ Muhammad, *Etika Bisnis Iislam* (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004), 21.

a. *Unity* (kesatuan/ keesaan)

Manifestasi dari konsep ketauhidan pada semua aspek kehidupan antara manusia dengan manusia dan manusia dengan Tuhan. Output dari prinsip kesatuan yaitu selalu taat pada perintah Allah dan RasulNya, tercipta hubungan yang harmonis, saling rela dan tidak pemanfaatan yang berlebih (QS. An-nisa: 29), pelaku bisnis menjunjung etika dalam setiap kegiatan bisnisnya dan percaya bahwa semua adalah titipan karena hak milik hanya pada Allah sedangkan manusia hanya punya hak guna dan pemanfaatan (QS. Al-Kahfi: 46)

b. *Equilibrium* (keseimbangan)

Prinsip keseimbangan sesuai dengan perintah Allah dalam QS. Al-Isra' ayat 35 dan Al-Furqon ayat 67. Sedangkan output dari prinsip ini diharapkan tidak ada kecurangan dalam timbangan, penentuan harga, keuntungan, jual beli barang dll.

c. *Free will* (kehendak bebas)

Islam memberikan kebebasan kepada pebisnis untuk menentukan visi misi, strategi dan segala yang mendukung kemajuan suatu bisnis sesuai dengan rambu-rambu etika untuk mendapatkan ridho Allah dan menyerahkan semua pada kehendak Allah (QS. Al-Kahfi:29). Penerapan pada bisnis berupa adanya kerjasama antar pebisnis sehingga tidak ada persaingan tidak sehat kecuali persaingan dalam hal kebaikan, menepati kesepakatan yang sudah dibuat dengan semua mitra usaha (QS. Al-Maidah: 1) .

d. *Responsibility* (tanggungjawab)

Kesadaran manusia akan semua tindakan yang dilakukan dengan menerima segala konsekuensi secara seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkungannya. Perwujudan dari prinsip ini adalah pemberian gaji sesuai UMR, menggunakan konsep bagi hasil untuk transaksi pinjaman, menghindari *gharar*, *maisir*, dan *riba*.

e. *Benevolence* (kebenaran)

Maksud dari prinsip ini adalah semua proses produksi, distribusi dan semua kegiatan usaha harus diniatkan, dieksekusi dengan benar, jujur dan *ihsan*. *Ihsan* juga berarti membawa kemanfaatan untuk sekitar, kemurahan hati, motif pelayanan, kesadaran akan adanya Allah.³⁴ Selain itu mementingkan penghargaan akhirat daripada duniawi.³⁵ Praktinya dalam bisnis berupa memberikan zakat dan sedekah, pelonggaran waktu untuk pihak penerima utang saat ada kesulitan bayar, membayar hutang tepat waktu, menerima return, adanya sikap rela, ramah, toleran dan menepati janji.

3. Fungsi Etika Bisnis Islam

Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis Islam diantaranya adalah:

- a. Etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.
- b. Etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan

³⁴ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis.*, 102.

³⁵ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis.*, 103.

perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis Islami. Dan caranya biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang pentingnya bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk yang bernama etika bisnis.

- c. Etika bisnis terutama etika bisnis Islami juga bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang kian jauh dari nilai-nilai etika. Dalam arti bahwa bisnis yang beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al-Qur'an dan sunah.³⁶

4. Teori Etika

Ilmu yang berfungsi guna memahami etika bisnis salah satunya ialah teori tentang etika. Adapun teori-teori tersebut sebagai berikut:³⁷

- a. Etika Deontologi

Teori etika deontologi mengandung nilai-nilai dan prinsip-prinsip moral dan norma dalam masyarakat yang bersifat mengikat. Teori ini menfokuskan pada kewajiban manusia dalam bertindak kebaikan. Baik dan buruknya tersebut dinilai berdasarkan tindakan yang dipandang baik berdasarkan dirinya sendiri. Kewajiban merupakan tolak ukur untuk menjadi penilaian dalam teori etika ini. Teori ini mengesampingkan faktor-faktor lain seperti belas kasihan ataupun rasa cinta.

³⁶ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), 76.

³⁷ Erni R. Ernawan, *Business Ethics*, (Bandung : Alfabeta, 2011), 12-14.

b. Etika Teleologi

Dalam teori etika teleologi, baik atau buruknya sesuatu diukur melalui indikator pada tujuan-tujuan yang ingin dicapai. Tindakan yang dinilai baik dalam teori ini merupakan tindakan yang mampu mencapai tujuan yang baik serta akibat yang dimunculkan adalah akibat baik. Tantangan yang akan dialami dalam penerapan teori ini berupa kesulitan dalam mengevaluasi informasi-informasi terkait akibat ataupun konsekuensi dari ketentuan-ketentuan yang diambil dan akan dilaksanakan.

c. Etika Hak

Dalam teori ini baik dan buruk diukur melalui pemenuhan hak seseorang. Hak setiap orang tidak bisa direlakan demi orang lain maupun kedudukannya. Hak dalam teori ini memiliki 3 sifat yang menjadi dasar dari pembentukan hak, yakni: tidak bisa dihilangkan dikarenakan hak tersebut sudah muncul ketika manusia lahir, hak tidak tergantung pada persetujuan dari seseorang, hak menjadi eksistensi atas manusia yang hidup di dunia.

d. Etika Keutamaan

Pada teori ini, etika dilihat pada suatu pembentukan karakter yang berdasarkan pada moral seseorang. Moral dalam hal ini ialah moral yang dicontohkan dan dipraktikkan tokoh-tokoh masyarakat dan tokoh agama. Teori etika keutamaan memiliki

keunggulan pada kemudahan pengambilan keputusan dimana keputusan tersebut disesuaikan dengan standar moral yang ada di lingkungan tertentu guna menentukan baik, buruk, benar dan salah dari suatu perilaku.