

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi sekarang bisnis 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 merupakan suatu hal yang penting tentunya didalam suatu aktivitas bisnis. Secara etimologi etika dalam bahasa arab berarti suatu akhlak yang berarti budi pekerti, perangai, dan tingkah laku. dalam bahasa Yunani, etika disebut dengan kata ethos yang berarti suatu adat. Jadi pengertian etika bisnis secara sederhana adalah suatu ilmu yang membahas berkaitan tentang sesuatu nilai baik atau buruk, benar atau salah, didalam suatu bisnis yang didasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. pengertian etika bisnis islam secara umum yaitu sejumlah perilaku bisnis yang didasari pada syariaat atau ajaran isalm. Suatu nilai atau amalan yang baik adalah apabila seseorang mengikuti dan sesuatu yang diajarkan oleh Allah dan menjauhi larangan Allah.²

Etika berkaitan dengan sifat-sifat ideal atau cita-cita yang ingin dicapai dan diwujudkan dalam disiplin pribadi. Etika juga berarti filsafat

¹ Rujiansyah, "Etika Bisnis Islam," *Jurnal Ekonomika : Manajemen, Akuntansi, dan Perbankan Syari'ah* 4, no. 1 (2017).

² Isma Nursyamsiah and Nila Nopianti, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Rofi Collection Ciamis," *Jurnal Ekonomi Rabbani* (2021).

mengenai bidang moral.³ Jadi etika merupakan ilmu atau refleksi sistematis mengenai pendapat-pendapat, norma-norma, dan adat istiadat moral. 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 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

Rausulullah mengajarkan kepada kita untuk melakukan bisnis seperti jual beli, tetapi, bisnis harus diusahakan agar sesuai dengan syariaat atau aturan pada agama islam guna untuk mendapat keridhoan dan keberkahan dari Allah SWT di dunia maupun diakhirat kelak. Tentunya didalam islam ada aturan-aturan yang harus dijalani, begitu juga dengan berbisnis. Terdapat aturan-aturan berbisnis yang telah Allah atur guna untuk mencapai perkembangan bagi pelaku bisnis dan demi mendapat keridhoan disisih Allah SWT semata.⁵

³ Farid Hidayat, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Bisnis Syariah Pada Pengurus Hipsi Kota Semarang," *Procedia Computer Science* 2, no. 1 (2018): 1–5.

⁴ Azhari Akmal Tarigan, "Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam," *Skripsi* (2016).

⁵ Irfan Bahar Nurdin, "Siatem Etika Bisnis Berlandaskan Ekonomi Islam," *Ad Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 1 (2018): 11–21.

Didalam Etika bisnis Islam juga sudah pasti menjamin, karena pebisnis dan masing-masing konsumen akan mendapatkan suatu keuntungan yang sama, karena didalam Islam tidak akan membiarkan atau mengabaikan begitu saja seorang muslim dalam mencari nafkah dengan cara berkerja sesuka hati hanya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dengan melakukan segala cara-cara yang dilakukan tetapi tidak memperhatikan batasan-batasan atau aturan-aturan yang sudah Allah atur atau pun Allah larang, dalam artian mencari nafkah dengan melakukan segala cara demi memenuhi kebutuhan hidup.⁶

Perbuatan tersebut menimbulkan terjadinya kedzaliman pada masyarakat. Tentunya Kesadaran akan pentingnya etika bisnis adalah suatu kesadaran yang berkaitan tentang diri sendiri untuk melihat diri sendiri saat menjumpai suatu hal yang baik dan buruk. Sebagai seorang manusia, kita dituntut untuk mengetahui dan mampu membedakan mana yang halal dan mana yang haram.

Syariat islam mengajarkan tentang batasan atau pemisah sesuatu yang boleh dan yang tidak boleh untuk dilakukan, yang benar dan yang salah, serta halal dan haram. Sekat ini lah yang disebut dengan etika. Jadi sudah sepantasnya kegiatan bisnis atau dagang ini tidak bisa pisah dari nilai suatu etika bisnis. Etika bisnis sudah diajarkan oleh Rasulullah SAW, Beliau memiliki tekad yang ulet dan sangat berdedikasi dalam hal perdagangan tetapi tidak pernah meninggalkan nilai-nilai etika bisnis yang ada, beliau juga

⁶ Sriayu Aritha Panggabean and Kaharuddin K, "Etika Bisnis Dalam Prespektif Ilmu Hukum Islam," *Citra Justicia : Majalah Hukum dan Dinamika Masyarakat* (2021).

memiliki sifat jujur, dapat dipercaya, adil serta terbuka dalam bersikap, yang mana sifat-sifat tersebut sangat diperlukan dalam hal berbisnis dan berdagang. Yang harus dimiliki oleh setiap pelaku bisnis.

Nilai-nilai yang sudah disebutkan diatas adalah suatu cerminan dari keimanan seorang muslim kepada Allah. Artinya masing-masing pelaku bisnis diperbolehkan melakukan kegiatan bisnis untuk tujuan mencari laba atau keuntungan sebanyak-banyaknya, tetapi hal tersebut tidak benarkan dalam ajaran islam, karena didalam ajaran islam dibenarkan mencari keuntungan boleh tetapi dengan keberkahan yang diselingin. 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 bisnis sudah mulai bermunculan. Kita sebagai pelaku bisnis harus bijak dalam menyikapi permasalahan tersebut sehingga bisnis bisa berjalan dengan lancar, memperoleh keuntungan dan yang tidak kalah penting adalah bisa meraih keberkahan dan keridhoan dari sang maha kuasa.

Dalam bagan bisnis, etika bisnis Islam adalah merupakan suatu hal yang berasal dari kehendak Allah. Yang berarti bahwa manusia pasti akan menjumpai keberhasilan dengan syarat manusia tersebut mengikuti petunjuk

⁷ yuke rahmawati, "Manajemen Public Relations Dalam Bisnis Islam *," *Jurnal filsafat dan budaya hukum* (2014).

dengan menjalankan dan menjahui segala perintah dan larangan-larangan Allah supaya dapat berjalan pada nilai-nilai agama.⁸ Prinsip-prinsip tersebut antara lain mencakup: jujur dalam hal takar-menakar, menjual barang yang bermutu baik, tidak dibenarkan dalam penggunaan sumpah palsu, murah hati, membangun network atau hubungan yang baik, tertib dalam hal administrasi, dan menrapkan harga secara jelas atau transparan. Melihat dari prinsip-prinsip yang ada, jelas bahwa begitu sangat indahny Islam dalam mengatur segala hal dari kehidupan manusia didalam dalam rangka menjalin hubungan atau bermuamalah dengan lingkungan disekitarnya. Diharapkan Prinsip ini selayaknya dapat menjadi sebuah acuan atau pedoman khususnya bagi para pelaku bisnis itu sendiri, yang pastinya mereka akan memberikan pelayanan terbaik untuk para pembeli atau konsumen mereka yang datang.

Pada era atau masa globalisasi pasar bebas sekarang ini, pelanggan bebas untuk memilih barang yang akan mereka beli. Sekarang pelanggan mempunyai tuntutan nilai yang lebih besar serta beragam, sebab dihadapkan dengan berbagai pilihan yang ada, seperti contoh barang atau jasa yang ingin konsumen beli. Minat beli termasuk suatu bagan dari perilaku konsumen yang dengan tujuan untuk mengkonsumsi atau menghabiskan barang atau kecenderungan konsumen guna bertindak sebelum memutuskan untuk benar-benar membeli.⁹

⁸ Nur Manna Silvyah and Novieati Dwi Lestari, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM," *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2022): 96–112.

⁹ Silvyah and Lestari, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM."

Lalu konsumen adalah seseorang individu atau rumah tangga yang membeli atau menggunakan suatu barang atau jasa dengan maksud untuk digunakan atau dikonsumsi dengan tujuan pemenuhan kebutuhan hidup. Konsumen termasuk hal terpenting bagi suatu bisnis. Karena Suatu bisnis tidak akan pernah bisa berjalan jika tanpa adanya suatu konsumen, terwujudnya bisnis disebabkan karena adanya sebuah permintaan dipasar yang dijalankan oleh konsumen, sebagai seorang muslim, sudah sepantasnya kita harus mengetahui bahwasanya kita menjalankan suatu bisnis harus memperhatikan utilitarian, utilitarian merupakan suatu kondisi dimana bisnis akan dianggap baik jika memberikan sebuah manfaat kepada orang lain.¹⁰

Maka, kita diwajibkan untuk selalau memperhatikan barang atau jasa yang dijual apakah mengandung kemanfaatan untuk orang lain atau justru malah menimbulkan kemudharatan. Tentu apabila tidak melakukan sebuah kecurangan didalam 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

¹⁰ Disfa Lidian Handayani, "Etika Bisnis Islam: Sebuah Kajian Komparatif," *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi dan Perbankan Syariah* 4, no. 1 (2019): 36.

dapat menerapkan etika yang Islami yang sesuai dengan ajaran syar'i. begitu pula dengan 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 konsumen lah 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 ilmiah yang baik penulis mepedomani beberapa penelitian yang sudah pernah dilakukan terkait dengan etika bisnis tersebut.¹²

Labelisasi halal adalah tanda atau label yang diterapkan pada produk makanan atau non-makanan yang memenuhi syarat-syarat Islam dalam hal bahan-bahan, proses produksi, dan cara pengolahannya. Labelisasi halal menunjukkan bahwa produk tersebut diakui sebagai produk yang sesuai dengan syarat-syarat agama Islam dan dapat dikonsumsi oleh umat Muslim. Labelisasi halal ini biasanya diterbitkan oleh lembaga-lembaga pengawas halal yang terakreditasi.¹³

Labelisasi halal memiliki pengaruh positif terhadap minat beli konsumen Muslim, karena mereka menganggap produk yang memiliki label halal lebih aman dan sesuai dengan nilai-nilai agama mereka. Labelisasi halal

¹¹ Handayani, "Etika Bisnis Islam: *Sebuah Kajian Komparatif*."

¹² Silviyah and Lestari, "*Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM*."

¹³ Desi. Ratnasari, "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen (Pusat Oleh-Oleh Kampoeng Kopi Banaran/ Banaran 9 Mart)," *Skripsi . Institut Agama Islam Negeri Salatiga* (2019).

juga menimbulkan kepercayaan pada produk tersebut dan memastikan bahwa produk tersebut memenuhi syarat-syarat halal.¹⁴

Di sisi lain, bagi konsumen non-Muslim, labelisasi halal mungkin tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli mereka, meskipun mereka mungkin memperhatikan faktor-faktor lain seperti harga, kualitas, dan lainnya. Secara umum, labelisasi halal dapat mempengaruhi minat beli konsumen dengan memperkuat keyakinan mereka terhadap produk yang memenuhi syarat-syarat Islam dan membuat mereka lebih memilih produk tersebut.¹⁵

Islam menempatkan pasar sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli yang sah dan halal, sehingga secara umum terbentuk suatu mekanisme perdagangan yang ideal. Rasulullah SAW adalah seorang pelaku pasar yang aktif, demikian juga kebanyakan para sahabat. Pasar secara sederhana dapat diartikan sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk suatu tujuan yang jelas, yaitu menjual dan membeli.

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 Dinoyo Kota Malang

¹⁴ Aminuddin, "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli," *Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma (JRAM)* (2018).

¹⁵ Ratnasari, "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen (Pusat Oleh-Oleh Kampoeng Kopi Banaran/ Banaran 9 Mart)." hlm. 20-31

yang berlokasi di jalan MT. Haryono No.195-197, Dinoyo, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65144.

Pasar Dinoyo Kota Malang memiliki tempat yang sangat strategis dan mudah dijangkau bagi masyarakat. Pasar Dinoyo Kota Malang 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 05:30 hingga dzuhur sekitar pukul 12.00 WIB.

Pada dasarnya para konsumen mengharapkan seorang penjual yang memiliki etika bisnis dan pelayanan terbaik supaya konsumen tersebut membeli produknya dan mendapatkan kepuasan ketika membeli 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).¹⁶

Berdasarkan hasil wawancara sederhana pada penjual dan pembeli pasar tradisional Dinoyo, 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 menunjukkan bahwa terjadi praktek ketidakjujuran, ketidak

¹⁶ Aji Tirta Sundawa et al., "Rancang Bangun Media Promosi Dan Pemesanan Pasar Tradisional Berbasis Mobile Device Pada Platform Android (Studi Kasus : Lokasi Binaan Usaha Kecil Palmerah)," *Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Esa Unggul* (2018).hlm. 30-35.

tanggungjawaban dan ketidakadilan dari pihak penjual. Hal itu lah 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 Dan Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pasar Tradisional Dinoyo Kota Malang.”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas, maka penulis merumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah Etika Bisnis Islam berpengaruh terhadap minat beli konsumen di pasar tradisional Dinoyo Kota Malang?
2. Apakah Labelisasi Halal berpengaruh terhadap minat beli konsumen di pasar tradisional Dinoyo Kota Malang?
3. Apakah Etika Bisnis Islam dan Labelisasi Halal berpengaruh terhadap minat beli konsumen di pasar tradisional Dinoyo Kota Malang?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dari rumusan masalah di atas yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah etika bisnis Islam berpengaruh terhadap minat beli konsumen di pasar tradisional Dinoyo Kota Malang?
2. Untuk mengetahui apakah labelisasi halal berpengaruh terhadap minat beli konsumen di pasar tradisional Dinoyo Kota Malang?
3. Untuk mengetahui apakah Etika Bisnis Islam dan Labelisasi Halal berpengaruh terhadap minat beli konsumen di pasar tradisional Dinoyo Kota Malang?

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

Sedangkan manfaat penelitian ini untuk penulis pribadi adalah diharapkan mampu memahami dan dapat menularkan wawasan secara luas serta sebuah pengalaman baru yang akan menambah pengetahuan penulis berkaitan tentang etika bisnis Islam dan labelisasi halal dalam transaksi jual beli.

2. Bagi Masyarakat

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi rujukan atau referensi untuk masyarakat dalam mengambil sebuah keputusan terhadap penerapan etika bisnis dan labelisasi halal khususnya dalam transaksi jual beli yang mana sesuai dengan ajaran agama Islam.

3. Bagi Akademisi

Bagi peneliti baru, diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber informasi atau referensi untuk kemungkinan diteliti kembali mengenai topik-topik yang berkaitan dengan Etika Bisnis Islam dan labelisasi halal yang mana bersifat melengkapi ataupun keperluan lanjutan lainnya.

E. Definisi Istilah

1. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. dan untuk Etika Islam yaitu Menentukan kebebasan manusia untuk berupaya

bertindak dan bertanggung jawab Karena Kepercayaannya terhadap Tuhan.

2. Labelisasi Halal

Labelisasi halal yaitu logo yang terdapat dikemasan guna memberikan suatu informasi pada pembelian bahwa produk yang akan dikeluarkan benar-benar halal. Serta nutrisi yang ada tidak terdapat unsur yang mengharamkan dalam syariah. Maka dari itu produknya layak dikonsumsi.¹⁷

3. Jual Beli

Secara etimologi jual beli terdiri dari dua suku kata, yaitu: jual dan beli. Jual menunjukkan bahwa terjadinya kejadian menjual, Sedangkan untuk beli adalah adanya kejadian membeli. Dari kedua hal tersebut maka terdapat dua kejadian dalam satu peristiwa yaitu salah satu pihak yang menjual dan satu pihak lainnya membeli.¹⁸

4. Ekonomi Syariah

Ekonomi syariah adalah ilmu yang mempelajari usaha manusia untuk mengalokasikan dan mengelola sumber daya untuk mencapai falah berdasarkan pada prinsip-prinsip dan nilai-nilai Al-Qur'an dan Sunnah.¹⁹

5. Minat Beli

¹⁷ Meiliana Nurnaningtias, "Pengaruh Labelisasi Halal Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instant Pada Generasi Z Di Kabupaten Tulungagung," *jurnal manajemen dan ekonomi* 5 (22AD): 30.

¹⁸ Saprida Saprida, "Akad Salam Dalam Transaksi Jual Beli," *Mizan: Journal of Islamic Law* (2018).

¹⁹ Pusat Pengkajian dan Pengembangan, *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015).hlm. 94-95.

Minat beli adalah tingkat keinginan atau kebutuhan seseorang untuk membeli suatu produk atau jasa. Ini mencerminkan tingkat kepentingan seseorang terhadap produk tersebut dan berpengaruh pada keputusan pembelian mereka. Minat beli dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti harga, kualitas, tren, kepercayaan, dan lainnya.²⁰

F. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup pada penelitian meliputi:

1. Objek pada penelitian ini adalah etika bisnis Islam, labelisasi halal, dan minat beli konsumen.
2. Subjek dalam penelitian ini yaitu konsumen di Pasar Tradisional Dinoyo Kota Malang.
3. Waktu pelaksanaan penelitian yaitu tahun 2023.

G. Asumsi Penelitian

1. Asumsi Penelitian

Asumsi dapat dikatakan sebagai anggapan dasar yaitu suatu hal yang diyakini oleh peneliti yang harus dirumuskan secara jelas. Di dalam penelitian, anggapan-anggapan semacam ini sangatlah perlu dirumuskan secara jelas sebelum melangkah mengumpulkan data. Menurut Suharsimi Arikunto, merumuskan asumsi adalah penting dengan tujuan sebagai berikut:

- a. Agar ada dasar pijakan yang kukuh bagi masalah yang sedang diteliti.
- b. Untuk mempertegas variabel yang menjadi pusat perhatian.

²⁰ Ogy Irvanto and Sujana, "Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger," *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* (2020).

c. Guna menentukan dan merumuskan hipotesis.

Asumsi ini mengatakan bahwa Etika Bisnis Islam dan Labelisasi Halal, mempengaruhi terhadap keputusan pembelian konsumen di Pasar Tradisional Dinoyo Kota Malang.