

**PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM GUNA MEMBANGUN BISNIS  
YANG ISLAMI**

**(Studi Kasus pada Pelaku Usaha Budidaya Ikan Air Tawar di Desa  
Gendingan, Kabupaten Tulungagung)**

**SKRIPSI**

Disusun Oleh :

**MOCH. ADAM AMRI HANAFI**

**145020501111044**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Derajat Sarjana**

**Ekonomi**



**JURUSAN ILMU EKONOMI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA**

**2021**

**LEMBAR PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul :

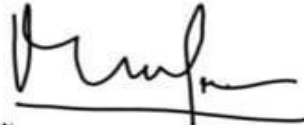
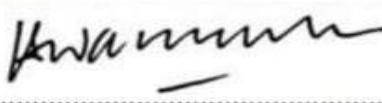

"Penerapan Etika Bisnis Islam Guna Membangun Bisnis yang Islami  
(Studi Kasus pada Pelaku Usaha Budidaya Ikan Air Tawar di Desa  
Gendingan, Kabupaten Tulungagung)

Yang disusun oleh :

Nama : Moch. Adam Amri Hanafi  
 NIM : 14020501111044  
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya  
 Jurusan : S-1 Ilmu Ekonomi  
 Konsentrasi : Ekonomi Islam

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal **27 Juli 2021** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

**SUSUNAN DEWAN PENGUJI**

- 1. Prof. Dr. M. Umar Burhan, SE., MS.  
 NIP. 1946081019741210002  
 (Dosen Pembimbing) 
- 2. Dr. Iswan Noor, SE., ME.  
 NIP. 195907101983031004  
 (Dosen Penguji I) 
- 3. Ika Khusnia Anggraini, S.HI., M.H.I.  
 NIP. 198711152019032012  
 (Dosen Penguji II) 

Malang, 28 Juli 2021  
 Ketua Program Studi  
 Ekonomi Islam  
  
 Dr. Sri Muljaningsih, SE., MSP  
 NIP. 196104111986012001





**LEMBAR PERSETUJUAN**

Skripsi dengan judul :

**Penerapan Etika Bisnis Islam Guna Membangun Bisnis Yang Islami  
(Studi Kasus Pada Pelaku Usaha Budidaya Ikan Air Tawar  
di Desa Gendingan, Kabupaten Tulungagung)**

Yang disusun oleh :

Nama : Moch. Adam Amri Hanafi  
NIM : 145020501111044  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya  
Jurusan : S-1 Ilmu Ekonomi  
Konsentrasi : Ekonomi Islam

Disetujui untuk diajukan dalam Ujian Komprehensif.

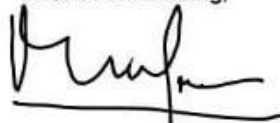
**Ketua Program Studi  
Ekonomi Islam**



**Dr. Sri Muliyaningsih, SE., MSP  
NIP. 196104111986012001**

**Malang, 19 April 2021  
Mengetahui,**

**Dosen Pembimbing,**



**Prof. Dr. M. Umar Burhan, SE., MS.  
NIP. 1946081019741210002**

**SURAT PERNYATAAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : **Moch. Adam Amri Hanafi**  
 Tempat, tanggal lahir : **Tulungagung, 03 Maret 1996**  
 NIM : **145020501111044**  
 Jurusan : **S1 Ilmu Ekonomi**  
 Konsentrasi : **Ekonomi Islam**  
 Alamat : **Jl. Simbar Menjangan no.33 RT005 RW003 Lowokwaru**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa SKRIPSI yang berjudul :  
**Penerapan Etika Bisnis Islam Guna Membangun Bisnis yang Islami**  
**(Studi Kasus Pada Pelaku Usaha Budidaya Ikan Air Tawar**  
**di Desa Gendingan, Kabupaten Tulungagung)**

yang saya tulis adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat atau saduran dari Skripsi orang lain.

Apabila dikemudian hari ternyata pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabutnya predikat kelulusan dan gelar keserjanaannya)

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Mengetahui,  
 Dosen Pembimbing,



Prof. Dr. M. Umar Burhan, SE., MS.  
 NIP. 1946081019741210002

Malang, 19 Juli 2021

Yang membuat pernyataan



Moch. Adam Amri Hanafi  
 NIM. 145020501111044

Mengetahui,  
 Ketua Program Studi



Dr. Sri Mulaningsih, SE., MSP  
 NIP. 196104111986012001





## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa berkat rahmat dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul "**Penerapan Etika Bisnis Islam Guna Membangun Bisnis Yang Islami (Studi Kasus Pada Pelaku Usaha Budidaya Ikan Air Tawar di Desa Gendingan, Kabupaten Tulungagung)**" ini bisa terselesaikan dengan usaha yang sebaik-baiknya.

Penelitian ini dilaksanakan di desa Gendingan, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung yang telah terlaksana atas kerjasama dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan terimakasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa. Berkat limpahan rahmat dan kemudahan jalan-Nya lah semua pencapaian ini dapat terwujud
2. Kedua orangtua khususnya ibunda tercinta dan keluarga yang selalu memberi motivasi, materi dan doa sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini
3. Bapak Prof. Dr. M. Umar Burhan, SE., MS. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak saran dan arahan serta meluangkan waktunya untuk membimbing peneliti dalam menyusun skripsi ini hingga selesai
4. Bapak Abdul Ghofar. SE., Msi., DBA., Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
5. Bapak Dr.rer.pol. Wildan Syafitri, SE., ME. selaku Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
6. Ibu Dr. Nurul Badriyah, SE., ME. selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya



7. Ibu Dr. Sri Muljaningsih, SE., MSP selaku ketua program studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
8. Bapak Dr. Iswan Noor, SE., ME. selaku dosen pembahas pada seminar proposal penelitian sekaligus dosen penguji I pada ujian komprehensif yang telah membantu serta memberi saran pada skripsi ini
9. Ibu Ika Khusnia Anggraini, S.HI., M.H.I selaku dosen penguji II pada ujian komprehensif yang telah memberikan saran dan kerjasamanya pada penyelesaian skripsi ini
10. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, khususnya program studi Ekonomi Islam yang telah membantu menyelesaikan penelitian ini
11. Bapak Ali, Bapak Hasyim dan Bapak Sunanto yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk melakukan wawancara dan diskusi mengenai penelitian ini
12. Seluruh responden dalam penelitian ini yang sudah memberikan waktunya untuk berpartisipasi dalam penyusunan data penelitian
13. Teman-teman seperjuangan Abdul, Agatha, Faruq, Irfan, Shabrina, Sumaryono, dan Thoriq yang memberi saran-saran dan motivasi serta menjadi teman-teman yang sering mengisi waktu kebersamaan
14. Sahabat-sahabat dekat Monica, Langgo, Fain, Afrida dan Dhea yang juga turut memberi semangat, dukungan dan motivasi kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini
15. Asisten penelitian Ahmad Sidiq yang telah membantu proses penelitian hingga selesai
16. Teman-teman homeband FEB UB yang telah menghibur dan memberi semangat



ix

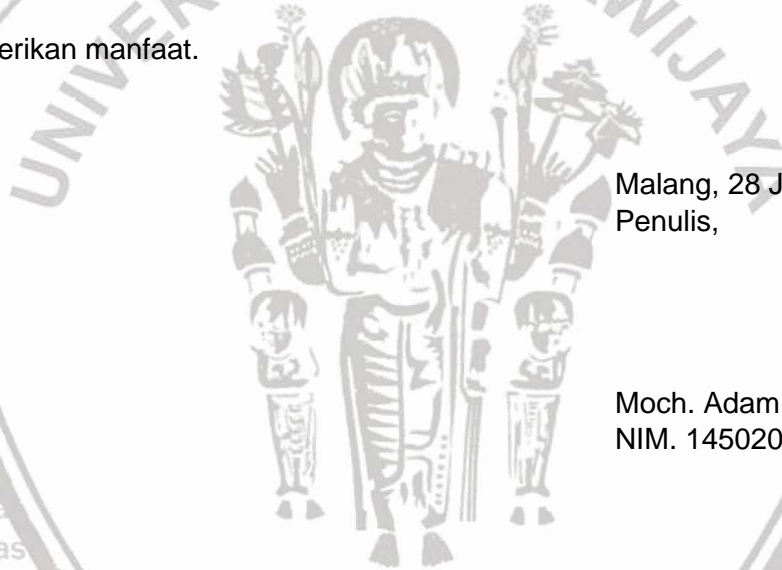
17. Mahasiswa program studi ekonomi islam tahun Angkatan 2014 yang telah menjadi teman, sahabat dan saudara dalam satu ikatan keluarga dengan berbagai kesan yang telah dilalui bersama

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memenuhi tugas akhir persyaratan kelulusan sebagai mahasiswa yang telah ditentukan oleh Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.

Semoga segala bantuan dan motivasi yang telah diberikan oleh semua pihak kepada peneliti akan senantiasa diberikan balasan oleh Tuhan Yang Maha Esa. Peneliti menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran agar skripsi ini bisa memberikan lebih banyak dampak positif dan juga memberikan manfaat.

Malang, 28 Juli 2021  
Penulis,

Moch. Adam Amri Hanafi  
NIM. 145020501111044





## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mengenai aspek dalam etika bisnis islam yang meliputi dua indikator yaitu pemahaman sekaligus implementasi tentang aksioma etika bisnis islam dan penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam oleh para pelaku usaha yang bergerak di bidang budidaya ikan air tawar yang berlokasi di desa Gendingan, kecamatan Kedungwaru, kabupaten Tulungagung. Untuk dapat menjadikan sebuah bisnis yang berlandaskan etika dan serasi dengan ajaran-ajaran agama, kedua indikator tersebut harus diwujudkan melalui praktek dan manajemen bisnis para pelaku usaha. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode skala likert. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan observasi serta menggunakan teknik analisis data regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 37 orang yaitu para pelaku usaha budidaya ikan air tawar di desa Gendingan. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek aksioma etika bisnis islam yang meliputi tauhid (unity), keseimbangan (equilibrium), kehendak bebas (free will), dan tanggung jawab (responsibility) mampu dipahami oleh para pelaku usaha budidaya ikan air tawar di desa Gendingan dan dinilai cukup baik dalam implementasi melalui praktek dan manajemen bisnisnya. Sedangkan penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam yang meliputi jujur dalam takaran, menjual barang yang bermutu baik, ramah dan bermurah hati, membangun hubungan yang baik, tertib administrasi dan menetapkan harga dengan transparan juga dinilai cukup baik implementasinya pada praktek dan manajemen bisnis. Hasil penelitian menunjukkan kedua aspek etika bisnis dapat diterima, dipahami dan diimplementasikan oleh para pelaku usaha budidaya ikan air tawar di desa Gendingan, meskipun demikian tantangan dalam mempertahankan implementasi aspek-aspek etika bisnis islam akan semakin sulit ke depan mengingat semakin kerasnya persaingan usaha yang semakin diperkuat oleh aspek-aspek praktek dan manajemen bisnis yang berorientasi pada keuntungan semata dan mengabaikan etika serta aspek-aspek moral ajaran agama khususnya dalam hal berbisnis.

**Kata kunci:** Etika Bisnis Islam, Praktek dan Manajemen Bisnis, Budidaya Perikanan



**DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>ABSTRAK</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.1.1 Aspek Agama Terhadap Kegiatan Ekonomi.....	1
1.1.2 Terpadunya antara Islam dan Ekonomi.....	3
1.1.3 Pentingnya Etika dalam Membangun Bisnis Yang Islami.....	6
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b>	
2.1 Etika Bisnis Berlandaskan Ajaran-ajaran Islam.....	15
2.2 Aksioma-aksioma dalam Etika Bisnis Islam.....	25
2.3 Prinsip-prinsip dalam Etika Bisnis Islam.....	29
2.4 Studi Terdahulu.....	35
2.5 Kerangka Pemikiran.....	38
2.6 Hipotesis Penelitian.....	39
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian.....	40
3.2 Lokasi Penelitian.....	41
3.3 Populasi dan Sampel.....	42
3.3.1 Populasi.....	42
3.3.2 Sampel.....	42





3.3.2.1 Teknik Penentuan Sampel.....	44
3.4 Variabel dan Operasionalisasi Variabel.....	44
3.4.1 Variabel.....	44
3.4.2 Operasionalisasi Variabel.....	46
3.5 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.5.1 Sumber Data.....	48
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.6 Instrumen Penelitian.....	50
3.6.1 Instrumen Skala <i>Likert</i> .....	50
3.6.2 Penggunaan MSI (Metode Suksesif Interval) pada Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	54
3.7.1 Uji Validitas.....	54
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	54
3.8 Metode Analisis Data.....	55
3.9 Uji Hipotesis.....	58
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Pelaku Usaha Budidaya Ikan Air Tawar di desa Gendingan, Kabupaten Tulungagung.....	61
4.2 Karakteristik Responden Penelitian.....	63
4.2.1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
4.2.2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....	63
4.2.3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	64
4.2.4 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan.....	64
4.2.5 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Lamanya Usaha.....	65
4.3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	65
4.4 Analisis Data.....	67
4.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	68
4.4.1.1 Uji Validitas.....	68



4.4.1.2 Uji Reliabilitas .....	70
4.5 Distribusi Pernyataan Responden .....	71
4.5.1 Distribusi Pernyataan Responden terhadap Variabel Aksioma Etika Bisnis Islam ( $X_1$ ) .....	71
4.5.2 Distribusi Pernyataan Responden terhadap Variabel Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam ( $X_2$ ) .....	76
4.5.3 Distribusi Pernyataan Responden terhadap Variabel Praktek dan Manajemen Bisnis yang Sesuai Ajaran Agama (Y) .....	79
4.6 Uji Asumsi Klasik .....	81
4.6.1 Uji Normalitas .....	82
4.6.2 Uji Multikolinieraritas .....	83
4.6.3 Uji Heteroskedastisitas .....	84
4.7 Analisis Regresi Linier Berganda .....	86
4.8 Uji Hipotesis .....	87
4.8.1 Uji t atau Uji Parsial .....	88
4.8.2 Uji F atau Uji Simultan .....	89
4.8.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	90
4.9 Pembahasan .....	90
4.9.1 Aksioma Etika Bisnis Islam ( $X_1$ ) Berpengaruh terhadap Praktek dan Manajemen Bisnis yang Sesuai Ajaran Agama (Y) .....	91
4.9.2 Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam ( $X_2$ ) Berpengaruh terhadap Praktek dan Manajemen Bisnis yang Sesuai Ajaran Agama (Y) .....	92
4.9.3 Praktek dan Manajemen Bisnis Para Pelaku Usaha Budidaya Ikan Air Tawar di Desa Gendingan Ditinjau dari Aksioma Etika Bisnis Islam dan Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam .....	94
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	96
5.2 Saran .....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	99



**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Luas Kolam dan Petani Ikan menurut Tahun di Kabupaten Tulungagung ..... 11

Tabel 1.2 Penghasilan Rata-rata Nelayan dan Petani Ikan per Tahun (Rp) ..... 12

Tabel 2.1 Ciri-ciri Etika Bisnis dan Bisnis Islam ..... 20

Tabel 2.2 Studi Terdahulu ..... 35

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel ..... 46

Tabel 3.2 Ukuran Alternatif Jawaban Kuesioner ..... 51

Tabel 3.3 Interpretasi Deskriptif Berdasarkan Skor ..... 52

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... 63

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia ..... 63

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir ..... 64

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan ..... 65

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Usaha ..... 65

Tabel 4.6 Statistik Deskriptif ..... 66

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Aksioma Etika Bisnis Islam ( $X_1$ ) ..... 68

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam ( $X_2$ ) ..... 69

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Praktek dan Manajemen Bisnis yang Sesuai Ajaran Agama (Y) ..... 70

Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas ..... 70

Tabel 4.11 Distribusi Pernyataan Responden terhadap Variabel Aksioma Etika Bisnis Islam ( $X_1$ ) ..... 72

Tabel 4.12 Distribusi Pernyataan Responden terhadap Variabel Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam ( $X_2$ ) ..... 76

Tabel 4.13 Distribusi Pernyataan Responden terhadap Variabel Praktek dan Manajemen Bisnis yang Sesuai Ajaran Agama (Y) ..... 79

Tabel 4.14 Hasil Statistik Uji Normalitas ..... 83





Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	84
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	85
Tabel 4.17 Regresi Linier Berganda.....	86
Tabel 4.18 Hasil Uji t atau Uji Parsial.....	88
Tabel 4.19 Hasil Uji F atau Uji Simultan.....	89
Tabel 4.20 Hasil Koeffisien Determinasi ( $R^2$ ).....	90



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian .....	38
Gambar 3.1 Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Praktek Bisnis Pelaku Usaha Budidaya Perikanan.....	45
Gambar 4.1 Hasil Grafik Uji Normalitas .....	82
Gambar 4.2 Scatterplot Hasil Uji Multikolinearitas.....	85





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Hasil Pengolahan SPSS.....	103
Lampiran II Kuesioner Penelitian.....	106
Lampiran III Tabulasi Data Kuesioner.....	111
Lampiran IV Dokumentasi Penelitian.....	114



## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

#### 1.1.1 Aspek Agama Terhadap Kegiatan Ekonomi

Dalam perkembangan dunia bisnis saat ini, menarik bahwa melihat beberapa penelitian yang berusaha menemukan keterkaitan antara aspek agama atau aspek moral terhadap kegiatan ekonomi atau lebih spesifiknya bisnis. Bisnis dimaknai sebagai usaha manusia dalam menjalankan kegiatan ekonomi demi mendapatkan keuntungan dalam bentuk laba dan juga sebuah upaya dalam kegiatan ekonomi yang berusaha meminimumkan pengeluaran di dalam menjalankannya. Hanafi & Sobirin (2002) menjelaskan bahwa agama yang menjadi landasan pola pikir manusia dalam menjalani hidup, secara imperatif akan menjadi dorongan teologis untuk melakukan berbagai aktivitas termasuk dalam kegiatan ekonomi. Di sisi lain, Fauzan (2014) meneliti dalam konteks kewirausahaan dan menjelaskan bahwa agama mempengaruhi sikap dan perilaku wirausaha melalui penciptaan nilai-nilai kewirausahaan dalam ajaran agama dengan lebih menekankan pada aspek moral dan etika bisnis. Ballantyne dalam Hanafi dan Sobirin (2002) juga mengatakan bahwa islam merepresentasikan kedudukan bisnis yang dinilai sangat penting. Hal ini tercermin dari ayat-ayat Al-Qur'an dan hadis-hadis yang memberi pengetahuan yang luas tentang tata cara berbisnis. Banyak prinsip-prinsip dalam bidang ekonomi yang dijadikan sebagai referensi dalam pembahasan kegiatan-kegiatan ekonomi lainnya dalam islam. Aspek ekonomi dalam islam dinilai dapat menjadi sebuah usaha manusia untuk senantiasa menyembah kepada Allah, hal ini diungkapkan oleh Rivai dan Buchari





dalam Akmal dan Abidin (2015) yang menegaskan bahwa dalam islam, aktivitas ekonomi termasuk bisnis yang diniatkan dan ditujukan untuk kemaslahatan dinilai sebagai ibadah.

Hanafi dan Sobirin (2002) yang melakukan penelitian tentang bagaimana ajaran agama yakni islam dan Kristen menunjukkan keterkaitannya terhadap kegiatan ekonomi menjelaskan bahwa agama baik islam maupun kristen memiliki ajaran tentang ekonomi yang berbeda, ajaran agama kristen lebih menekankan pada aspek individualisme yang mempengaruhi sikap kebebasan dan lebih luas dalam hak kepemilikan, penggunaan dan konsumsi suatu modal dalam aktivitas perekonomian. Sedangkan ajaran islam lebih mengajarkan pada kegiatan-kegiatan ekonomi yang cenderung sosialis, yang mana prinsip kepemilikan, penggunaan dan konsumsi suatu benda atau modal yang memiliki batas-batas tertentu dalam suatu kesatuan sosial yang kuat. Hal ini menunjukkan bahwa ajaran-ajaran agama adalah salah satu pemikiran untuk menjalankan kegiatan ekonomi yang fundamental dan bersifat kuat pengaruhnya dalam membawa dampak ekonomi yang akan ditimbulkan.

Islam dimaknai sebagai sebuah agama yang lahir dengan ajaran-ajaran yang mampu mencangkup segala aspek kehidupan umatnya, sehingga islam dimaknai sebagai pola pikir yang sangat fundamental dalam diri manusia demi mewujudkan tujuan hidupnya. Aspek-aspek di dalam kehidupan mempunyai sifat yang sangat kompleks baik aspek sosial, aspek politik maupun aspek ekonomi, sehingga dengan adanya agama diharapkan mampu untuk mewujudkan nilai-nilai kehidupan di semua bidang termasuk ekonomi. Sejalan dengan itu, maka sampai saat ini pun, ajaran-ajaran islam masih melekat di berbagai cabang ilmu pengetahuan dan dapat menjadi landasan pola pikir dalam menjalankannya.

Secara historis, islam juga mempengaruhi banyak para ekonom kapitalis dalam



mewujudkan pencapaian dalam ekonomi dengan teori-teori ekonomi. Hal ini ditunjukkan dengan pendapat dari Rodinson dalam Hanafi dan Sobirin (2002) yang mengungkapkan bahwa sejak munculnya islam, banyak para pemimpin muslim seperti nabi Muhammad SAW, para khalifah islam hingga cendekiawan-cendekiawan muslim yang berhasil menyatukan ajaran-ajaran islam dengan aspek ekonomi. Dengan kata lain, islam mensekresikan antara kebutuhan jasmani dan rohani, duniawi dan non duniawi yang membentuk pencapaian ekonomi yang maksimal dan memberikan pandangan yang bersifat taat kepada Tuhan. Sehingga, dunia kapitalis sudah begitu akrab dengan ajaran islam maupun para tokohnya, hal ini menegaskan bahwa ajaran-ajaran islam mengenai aspek ekonomi sudah sepatutnya mengacu pada Al-Qur'an dan hadis.

Oleh karena itu, yang perlu dicermati di sini adalah bahwa agama sebagai landasan pola pikir manusia dalam menjalani hidup, mempunyai andil penting dalam rangka membentuk nilai-nilai di segala aktivitas manusia yang bersifat mendalam dengan cara membawa berbagai panduan dan solusi. Pemikiran-pemikiran ekonomi yang beragam juga tidak luput dari adanya intervensi aspek agama, karena sampai saat ini pun islam dengan kekayaan ilmunya termasuk dengan ilmu ekonomi masih turut andil sebagai ilmu pengetahuan yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadis yang terus berusaha untuk menuntun pada sebuah pencapaian kesejahteraan umat manusia yang serasi dengan sumber-sumber hukum islam.

### 1.1.2 Terpadunya antara Islam dan Ekonomi

Dalam konteks serasinya antara aspek agama dan aspek ekonomi, perlu mencermati bahwa ajaran agama khususnya islam dapat mengakar pada nilai-nilai substansi di setiap bidang termasuk ekonomi. Santosa (2011) menjelaskan prinsip dasar islam yang terangkum dalam ajaran akidah memiliki kedudukan yang



sama pada setiap bidang, namun bila sudah bersinggungan dalam level muamalah misalnya maka syari'ah islam dapat menjadi acuannya. Menariknya, dilanjutkan bahwa penerapan nilai-nilai islam dalam pembangunan ekonomi di setiap wilayah dapat berbeda-beda tergantung dengan budaya yang melekat pada wilayah itu. Dalam penjelasannya, dikatakan bahwa peng gagasan tentang konsep ekonomi islam merupakan sebuah konsep ekonomi alternatif yang sangat relevan dengan situasi kebuntuan dari sistem ekonomi kapitalis dan sosialis dalam mencapai kesejahteraan.

Lalu yang menjadi pertanyaan adalah bagaimana cara mensesuaikan antara nilai-nilai islam dengan aspek ekonomi?. Jawaban untuk menjawab pertanyaan ini bisa mengacu pada sejarah perkembangan islam. Dalam catatan sejarah islam, nabi Muhammad SAW sebagai manusia yang diutus oleh Allah sebagai penebar kedamaian di dunia melalui ajaran-ajaran islam, dikenal sebagai salah satu penggagas ekonomi yang sangat cerdas. Pencapaian ekonomi yang sejalan dan khas dengan ajaran-ajaran islam dikembangkan nabi Muhammad dengan mengintegrasikan dasar-dasar ekonomi yang mengacu pada nilai-nilai islam terutama akidah dan prinsip tauhid. Beliau dalam mewujudkan pembangunan ekonominya tak lepas dari prinsip keadilan dan kesetaraan agar terjadi redistribusi aset ekonomi diantara umat. Sehingga dengan meredistribusikan aset maka tidak akan terjadi adanya ketimpangan ekonomi diantara elemen masyarakat. Pembangunan ekonomi dengan menitikberatkan pada redistribusi kekayaan ini bisa menjadi persoalan yang mendasar dalam menjawab tantangan-tantangan ekonomi pada masa sekarang yang kian menunjukkan adanya kesenjangan nilai-nilai agama pada sistem ekonomi kapitalis dan sosialis. Maka dapat dikatakan bahwa islam dan ekonomi sudah merupakan sebuah kesatuan yang tidak bisa dipisahkan sejak awal lahirnya islam.



Makna lain yang dapat menjelaskan terpadunya antara islam dan ekonomi dapat merujuk pada pengertian ekonomi islam itu sendiri. Mengutip dari Maharani (2018) yang menjabarkan beberapa pendapat para pakar ekonom muslim mengenai makna ekonomi islam, beberapa diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Muhammad Abdul Mannan : Ekonomi islam sebagai ilmu yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat dalam perspektif nilai-nilai islam
2. Mohammad Umar Chapra : Ekonomi islam sebagai cabang dari ilmu yang yang berusaha merealisasikan kesejahteraan dalam bidang ekonomi dengan mendistribusikan sumber daya yang sejalan dengan ajaran islam tanpa membatasi kebebasan individu. Berusaha menghindari ketidakseimbangan makroekonomi dan ekologi yang melemahkan solidaritas sosial serta jaringan moral masyarakat
3. Ekonomi islam merupakan studi mengenai representasi perilaku umat muslim dalam suatu cangkupan masyarakat
4. Mohammad Akran Khan : Ekonomi islam merupakan studi yang memusatkan perhatian pada kesejahteraan manusia yang dicapai dengan mengorganisasikan sumber daya atas dasar kerjasama dan partisipasi

Dengan demikian, titik krusial yang mampu menjelaskan adalah islam dimaknai sebagai agama yang penuh makna kaidah dalam aspek-aspek ekonomi yang mempunyai pandangan dan pencapaian kesejahteraan sejalan dengan pencapaian ekonomi yang sesungguhnya. Islam dengan prinsip-prinsip ekonominya memberikan gagasan yang fundamental dengan menjunjung tinggi nilai-nilai keadilan dan kesetaraan diantara masyarakat dan berusaha menuntun individu maupun masyarakat untuk menjalankan segala macam bentuk kegiatan ekonomi yang didasari prinsip tauhid atau meng-esakan Allah SWT.



### 1.1.3 Pentingnya Etika dalam Membangun Bisnis Yang Islami

Dalam rangka menghadapi tantangan ekonomi yang semakin kompleks pada perkembangan dunia bisnis saat ini, semakin banyak ditemukannya penelitian-penelitian yang berusaha mencari korelasi antara etika dengan bisnis.

Nyatanya, dalam banyak penelitian ditemui para pelaku bisnis menyadari bahwa sistem ekonomi secara konvensional yang berbentuk kapitalisme dan liberalisme mulai dirasa kurang efektif dalam menghadapi tantangan ekonomi maupun mewujudkan kesejahteraan yang dikehendaki sebagian besar pelaku bisnis.

Seperti yang dijelaskan oleh Syathori (2016), bahwa dunia bisnis belum sepenuhnya berada dalam zona aman. Artinya, ketika runtuhnya sistem sosialis dan komunis, sistem kapitalisme dan liberalisme diandalkan sebagai solusi dalam mengatur bisnis, namun ditemui hasil yang tidak memuaskan, maka masyarakat berharap negara mampu melindungi para pelaku bisnis. Lebih lanjut lagi, contoh historis yang tercermin dari keadaan ini adalah terjadinya krisis ekonomi di banyak negara seperti contohnya krisis di Indonesia pada tahun 1998. Anggapan bahwa sistem perekonomian di dunia saat ini yang berkembang dengan kapitalisme dan liberalisme kurang mampu menghadapi tantangan ekonomi, juga diperkuat dengan pernyataan yang diungkapkan oleh Harahap (2011), yang mengatakan bahwa sistem kapitalisme atau sistem apapun yang mengabaikan keberadaan etika, akhlak atau Tuhan akan berbahaya dan merusak keseimbangan yang ada di alam dan yang ada di bumi ini yang sudah memang diciptakan Tuhan agar tetap seimbang. Di dalam sistem ekonomi yang mengabaikan etika, akhlak atau Tuhan, unsur tersebut ditempatkan di luar dari sistem, sehingga sistem berjalan dengan sendiri yang mengakibatkan keluar dari arah yang diinginkan dan dampaknya manusia yang menjadi korban, alam menjadi rusak serta menjadi kajian bagi bangsa-bangsa yang sebenarnya ulah dari kapitalis yang tidak memiliki etika.



Goenawan dalam Baidan dan Aziz (2008) mengatakan bahwa sistem ekonomi yang dikenalkan oleh kaum barat hanya mempelajari usaha manusia untuk memenuhi kebutuhannya demi mencapai kemakmuran, tetapi tidak mempelajari manusianya dan hal-hal yang mempengaruhinya atau tujuan hidup manusia di dunia. Bahkan disebutkan bahwa dalam sistem ekonomi barat, manusia tidak diperhitungkan sebagai manusia tetapi sebagai tenaga kerja yang diperjualbelikan di pasar dengan hukum permintaan dan penawaran yang juga dikatakan sebagai degradasi martabat manusia. Kemudian timbulnya segala bentuk dampak negatif akibat dari sistem ekonomi ini berupa kemiskinan, kesenjangan ekonomi, korupsi dan sebagainya semakin membenarkan adanya misorientasi dari tujuan manusia hidup di dunia yang sebenarnya. Berbeda dengan yang diungkapkan oleh Harahap (2011), yang mengatakan bahwa arus sekularisme selalu mendesak agama agar keluar dari semua bidang publik tidak terkecuali kegiatan ekonomi. Agama didesak hanya bekecimpung dalam urusan kelahiran, pernikahan dan kematian. Antek-antek inilah yang selalu didukung kuat oleh sistem ekonomi kapitalis atau liberalis yang haus akan kekuasaan sehingga semakin merambah ke bidang politik dan sosial. Padahal, dikatakan bahwa agama khususnya islam tidak pernah memisahkan aspek agama dan non agama termasuk kegiatan ekonomi. Islam selalu menempatkan Tuhan sebagai penguasa di alam semesta sekaligus sebagai pemilik dari semuanya. Hal inilah yang dianggap lebih baik daripada teori dan nilai rumusan manusia yang merupakan ciptaan Tuhan dengan segala keterbatasannya, karena sistem ekonomi barat yang semakin memburuk dampaknya terhadap manusia dan alam. Pada akhirnya, sistem ekonomi yang bisa menjadi jalan keluar adalah dengan menerapkan sistem ekonomi yang berjalan sesuai ajaran-ajaran agama khususnya islam. Agama memberikan jalan tengah, yaitu jalan yang secara substansif menggabungkan karakter-karakter khas dari sistem ekonomi. Islam menghendaki kesjahteraan



umat sekaligus kesejahteraan individu. Bisnis dapat dijalankan secara besar oleh setiap individu, tetapi kesejahteraan sosial harus diatur oleh negara atau pemegang otoritas sehingga kapitalisme pasar tidak berdampak buruk pada kepentingan rakyat yang lebih besar.

Sedangkan jika berbicara mengenai etika bisnis, secara garis besar bisa diartikan sebagai segala sesuatu yang berhubungan dengan cara melakukan kegiatan bisnis yang mencakup seluruh aspek yang masih berkaitan dengan personal, perusahaan ataupun masyarakat, atau bisa juga diartikan sebagai pengetahuan tentang tata cara ideal dalam pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma dan moralitas yang berlaku secara universal, secara ekonomi maupun sosial. Etika dalam islam menilai ukuran baik atau tidak baiknya sesuatu secara mutlak, hal ini berkaitan dengan dasar hukum yang rasional yang terdapat dalam Al-Qur'an (Muatasim dan Katharina, 2012). Etika bisnis dalam islam didefinisikan tidak hanya berupa konsep maupun tata cara, tetapi juga termasuk dalam kewajiban, yang artinya bahwa seseorang yang beragama islam dan sedang dalam menjalankan usaha, harus melakukan praktek usaha yang tidak bertentangan dengan aturan maupun hukum yang sudah tertulis di dalam Al-Qur'an dan sunnah (sebagai hukum dasar dalam islam).

Dalam penjelasan secara universal, etika bisnis juga disebut sebagai etika organisasi ekonomi, yang artinya etika adalah sebagai jembatan dalam membentuk pencapaian ekonomi dan didasarkan pada nilai-nilai ekonomi. Tetapi dalam islam, etika bisnis mempunyai satu konsep tambahan yaitu *khuluq* yang berarti kebaikan, keseimbangan atau keadilan (Hassan, 2016). Perbedaan konsep ini akan mendorong terciptanya pencapaian ekonomi yang berbeda pula. Dalam hal ini, etika bisnis islam adalah metode yang mempunyai fungsi substansial dalam



membekali para pelaku usaha, adapun tujuan dari etika bisnis islam adalah sebagai berikut :

- a. Membangun etika bisnis islami yang mengatur, mengembangkan dan menancapkan metode berbisnis dalam kerangka ajaran agama. Etika ini juga menjadi simbol arahan agar melindungi pelaku bisnis dari resiko
- b. Sebagai dokumen hukum yang dapat menyelesaikan persoalan yang ada
- c. Memberi kontribusi dalam penyelesaian masalah yang terjadi antara sesama pelaku usaha
- d. Sebuah hal yang dapat membangun persaudaraan (*ukhuwah*) dan kerja sama

Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horizontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem islam. Realitanya, para pelaku bisnis sering tidak memperhatikan etika. Para pelaku bisnis yang sukses memegang prinsip-prinsip bisnis yang tidak bermoral, misalnya maksimalisasi laba, agresivitas, individualitas, semangat persaingan, dan manajemen konflik.

Berhasil tidaknya suatu bisnis akan tergantung pada sejauh mana pelaku ekonomi mampu menjalankan bisnisnya dalam kerangka etika agama. Bisnis, sebagai objek manusia, sulit lepas dari etika yang melekat dalam diri manusia, karena manusia secara esensial merupakan makhluk hidup yang beretika dan bermoral. Dalam berbisnis atau berdagang, seseorang perlu memperhatikan usaha kedepan agar dapat menambah nilai manfaat (Stockton dalam Darwish, 2011). Peran etika bisnis islam sangat diperlukan, karena sangat menentukan suatu keberhasilan yang dicita-citakan islam. Islam mengajarkan bahwa untuk mencapai keberhasilan, manusia harus menyadari hakikat keberadaannya di dunia, mengapa manusia diciptakan. Manusia tercipta karena kehendak yang



menciptakan, sehingga manusia akan menuai keberhasilan jika mengikuti petunjuk Sang Pencipta. Pada intinya, etika bisnis islam merupakan suatu etika yang bersumber pada kehendak sang Pencipta. Oleh karena itu, beberapa prinsip etika bisnis yang digariskan islam merupakan prasyarat untuk membangun keberhasilan di dunia dan di akhirat.

Terlepas dari problematis etika pada perkembangan bisnis saat ini, perlu untuk mengamati sektor-sektor bisnis yang saat ini mulai terus berkembang dan menunjukkan hasil cukup baik, salah satunya adalah sektor bisnis di bidang perikanan khususnya dalam jenis usaha budidaya. Sesuai dengan apa yang berkembang pada saat ini, tren bisnis budidaya ikan sudah melekat pada masyarakat kecil hingga menengah. Bisnis ini berkembang di masyarakat karena mayoritas yang melakukannya kerap menjadikan bisnis ini sebagai hobi yang membawa keuntungan atau bahkan sebagai mata pencaharian. Tentu ada pemicu yang menyebabkan masyarakat terjun ke dalam dunia bisnis di sektor perikanan. Pemicu yang utama bisa diakibatkan karena bisnis budidaya ikan bisa dengan mudah dikembangkan, karena tidak adanya pengaruh dari luar. Artinya bisnis ini adalah kegiatan yang mengandalkan pemanfaatan sumber daya alam dan inovasi dalam pelaksanaannya. Selain itu ada juga hal lain yang bisa menjadi pemicu masyarakat untuk terjun ke dalam sektor perikanan yakni semakin membaiknya kinerja pemerintah yang semakin giat dalam mengembangkan sektor perikanan. Baik dari segi birokrasi, pelaksanaan program-program andalan hingga dorongan finansial juga sudah bisa dirasakan dampak baiknya.

Banyak wilayah-wilayah di Indonesia yang sampai saat ini terus berupaya mengembangkan dan mendongkrak sektor perikanan agar menjadi lebih kuat lagi. Seperti di kabupaten Tulungagung yang mempunyai potensi sumber daya perikanan berupa perairan laut, payau, perairan umum, dan budidaya ikan air



tawar. Kegiatan usaha dalam memanfaatkan sumber daya perikanan ini diklasifikasikan dalam beberapa cabang usaha diantaranya usaha tangkap laut dan perairan umum, budidaya udang di tambak dan budidaya ikan konsumsi maupun ikan hias. Menurut data yang dicantumkan oleh Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung, nilai produksi budidaya perikanan menurut jenis di kecamatan Kedungwaru tahun 2016 (Kg) : Gurami (1.147.966); Lele (454.599); Hias (915.694); Patin (323.790); Nila (810). Jika dicermati, jumlah ini terbilang cukup besar dalam perkembangan hasil produksi perikanan budidaya. Kemudian, data perkembangan budidaya perikanan lainnya di Kabupaten Tulungagung, dapat diamati pada tabel berikut :

Tabel 1.1

#### Luas Kolam dan Petani Ikan menurut Tahun di Kabupaten Tulungagung

No.	Tahun	Luas Kolam (Ha)	Jumlah Pembudidaya Ikan (KK/Orang)
1.	2018	390.49	12.067
2.	2017	307.02	14.816
3.	2016	307.02	14.816
4.	2015	307.02	14.816
5.	2014	299.56	13.517

sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung

Dari tabel di atas, dapat dicermati bahwa minat masyarakat dalam menjalankan usaha budidaya ikan di kabupaten Tulungagung menuai peningkatan dari jumlah luas lahan yang digunakan. Meskipun terlihat dari tahun 2015-2017 luas lahan dan jumlah pembudidaya mengalami stagnansi, namun bisa melonjak naik pada tahun berikutnya. Tetapi jumlah pembudidaya mengalami penurunan.



Data lain yang menunjukkan perkembangan dunia bisnis perikanan di kabupaten Tulungagung juga terlihat pada tabel berikut :

**Tabel 1.2**

**Penghasilan Rata-rata Nelayan dan Petani Ikan per Tahun (Rp)**

Tahun	Penghasilan Rata-rata per Tahun (Rp)	
	Nelayan	Petani Ikan
2014	10.800.000	40.000.000
2015	16.316.006	57.734.095
2016	23.400.000	60.801.903
2017	13.798.026	39.259.075
2018	36.000.000	34.097.688

sumber : Badan Pusat Statistik Kab.Tulungagung

Melalui tabel di atas, maka dapat dicermati bahwa dengan adanya kenaikan penghasilan rata-rata baik nelayan maupun petani ikan yang cukup signifikan, menunjukkan adanya peluang bisnis yang cukup baik. Meskipun data di atas menunjukkan bahwa pada 2 tahun terakhir pendapatan rata-rata per tahun petani ikan memiliki nilai yang jauh lebih rendah daripada tahun 2016 yang mencapai 60 juta rupiah per tahun. Pelaku bisnis perikanan di kabupaten Tulungagung lebih cenderung memanfaatkan media kolam dan sejenisnya dalam bisnis perikanan, hal ini dikarenakan sektor perikanan yang berbasis tangkap di perairan laut memiliki kondisi akses geografis yang cukup jauh, sehingga hanya masyarakat yang bertempat tinggal dekat perairan laut lah yang memanfaatkan usaha tangkap di perairan laut sebagai mata pencaharian.

Dengan adanya potensi pada sektor perikanan ini, tentunya sangat bisa dimanfaatkan untuk menopang ekonomi masyarakat. Namun tantangan ke depan pastinya akan lebih sulit lagi, karenanya dibutuhkan kesatuan yang kuat antara



sumber daya manusia dan sistem untuk menjalankannya. Di sinilah letak dimana sistem ekonomi berupa etika bisnis islam seharusnya masuk dan menjadi landasan pola pikir bagi masyarakat yang berbisnis dalam sektor perikanan dan juga menjadi salah satu jalan alternatif untuk menjalankan sistem ekonomi yang sebelumnya tercermin dari sistem ekonomi barat yang kurang mengedepankan etika. Penelitian ini dimaksudkan untuk menemukan situasi dan kondisi yang ada di desa Gendingan, kecamatan Kedungwaru yang terletak di Kabupaten Tulungagung, yang mana akan menganalisis apakah sistem dalam bisnis di bidang usaha perikanan yang diterapkan masih dalam bentuk konvensional yang berorientasi pada keuntungan materi saja atau ada beberapa prinsip yang mencerminkan etika bisnis secara islam. Dengan demikian, judul yang digunakan dalam penelitian ini adalah “Penerapan Etika Bisnis Islam Guna Membangun Bisnis Yang Islami (Studi Kasus Pada Pelaku Usaha Budidaya Ikan Air Tawar di Desa Gendingan, Kabupaten Tulungagung)”.

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian yaitu “Bagaimana praktek dan manajemen bisnis yang dilakukan oleh para pelaku usaha budidaya ikan air tawar di desa Gendingan ditinjau dari aksioma etika bisnis islam dan penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam?”.

### 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana praktek bisnis yang diterapkan pada bidang usaha di sektor perikanan yang dilakukan oleh para pelaku bisnis yang terletak di desa Gendingan, kecamatan Kedungwaru, kabupaten Tulungagung ditinjau dari aksioma dan prinsip-prinsip etika bisnis islam. Penelitian ini berusaha untuk menekankan bahwa dengan adanya potensi dari sektor



perikanan yang memberikan dampak yang baik pada perkembangan bisnis, juga bisa memberikan nilai keberkahan dalam bisnis. Selain itu, juga diharapkan memberi wawasan tentang etika bisnis dan tanggung jawab sosial dari perspektif islam, serta membantu para pelaku bisnis dalam menciptakan kegiatan ekonomi yang tidak bertentangan dengan nilai-nilai islam.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

##### a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis pada pengembangan teori etika bisnis islam. Dan digunakan sebagai wawasan alternatif dalam melakukan kegiatan bisnis pada sektor perikanan, serta menjadi bahan kajian untuk bidang bisnis lain yang juga memerlukan wawasan mengenai teori-teori mengenai etika bisnis islam.

##### b. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pembelajaran bagi para pelaku bisnis khususnya pada pengaplikasian dan manajemen bisnis. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat digunakan sebagai referensi dan bahan literatur di bidangnya.



## BAB II KAJIAN TEORI

### 2.1 Etika Bisnis Berlandaskan Ajaran-ajaran Islam

Menurut Johan dalam Rohmah (2014), istilah etika berasal dari bahasa Yunani kuno, yaitu *ethos* yang memiliki arti kebiasaan, adat, akhlak, watak, perasaan, sikap atau cara berpikir. Sedangkan menurut Bertens dalam Hulaimi dkk (2017), dalam keputuskaannya, umumnya kata etika diartikan sebagai ilmu.

Sedangkan makna etika dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, adalah ilmu yang mempelajari tentang mana yang baik dan mana yang buruk serta tentang hak dan kewajiban moral atau akhlak. Etika bisnis merupakan cara untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan dan juga masyarakat. Adapun penjelasan yang dipaparkan oleh Bertens dalam Barus dan Nuriani (2016), dalam kaitannya dengan penggunaan istilah, di Indonesia sendiri kajian mendalam mengenai masalah etika dalam bidang ekonomi dan bisnis sudah akrab dengan nama “etika bisnis”, sejalan dengan kebiasaan umum dalam istilah bahasa Inggris “*Business Ethics*”. Dalam bahasa Inggris juga terkadang memakai istilah *corporate ethics* (etika korporasi).

Variasi istilah lain yang juga biasa digunakan adalah “etika ekonomis” atau “etika ekonomi”. Selain itu juga ditemukan nama “*management ethics*” atau “*managerial ethics*” (etika manajemen), disamping nama “*organization ethics*” (etika organisasi). Namun demikian, pada dasarnya semua istilah itu merujuk pada sebuah studi tentang aspek-aspek moral dan kegiatan ekonomi dan bisnis. Di sisi lain, Firmansyah (2013) menjelaskan secara filosofi, etika bisnis banyak dipersepsikan khalayak umum sebagai moral bisnis. Karena berbicara tentang bisnis, maka etika bisnis lebih mempunyai penekanan pada aspek kegiatan



produksi, distribusi dan konsumsi. Etika bisa merujuk pada sebuah pola pengukuran manusia dalam menentukan manakah yang baik dan buruk yang mempunyai tujuan untuk membentuk kehidupan yang menghasilkan kebaikan serta memberi faedah (manfaat) kepada sesama manusia. Berbeda dengan hal yang dijelaskan oleh Rivai & Buchari dalam Afrizal (2017) menjelaskan bahwa etika memiliki dua pengertian. Pengertian yang pertama adalah etika berisikan gabungan antara nilai-nilai dan norma-norma seluruh aspek kehidupan menjadi pedoman manusia dalam hidup. Pengertian yang kedua adalah etika sebagai refleksi kritis dan rasional. Etika memberikan kebebasan manusia dalam bertindak tetapi dapat dipertanggung jawabkan. Etika sebagai ajaran yang mengajarkan baik dan buruk, benar atau salah, atau ajaran tentang moral khususnya dalam perilaku hingga tindakan-tindakan ekonomi, semua hal itu bersumber dari ajaran agama. Hal ini tentunya menjadi lebih menegaskan secara jelas bahwa aspek agama merupakan sumber ajaran mengenai etika. Pramaik dalam Riham (2008) menegaskan bahwa etika harus mengarahkan seorang individu untuk mendapatkan kapasitas untuk merumuskan sebuah proses yang membantu mereka sampai pada keputusan mereka sendiri. Dengan adanya ajaran-ajaran agama berupa kitab suci sebagai panduan hidup, akan membantu seorang individu untuk mengambil langkah-langkah yang berurutan menuju penalaran moral yang lebih tinggi. Dalam hal teori moral, penerapan etika harus berujung pada tindakan dan diinternalisasikan ke dalam individu itu sendiri. Kesadaran mengenai etika dan moral menjadi tuntutan bagi para pelaku usaha, karena keduanya merupakan pola pikir yang harus dimiliki. Pelaku usaha yang ceroboh dan tidak menjaga etika, tidak akan dapat berbisnis secara baik sehingga dapat mengancam hubungan sosial dan merugikan konsumen, bahkan dirinya sendiri (Samir, 2009).



Lebih jauh lagi, Kadir dalam Hulaimi dkk (2017) membenarkan bahwa etika mempunyai pengaruh, salah satunya terhadap aspek bisnis, terutama jika dilihat dari segi perilaku para pelaku bisnis dalam hal kepribadian, tindakan maupun perilakunya. Etika juga disebutkan dengan teori yang membicarakan bagaimana seharusnya, sedangkan moral lebih bersifat praktek yang membicarakan bagaimana adanya. Etika lebih menyelidik, memikirkan dan mempertimbangkan tentang yang baik dan buruk sedangkan moral menyatakan ukuran yang baik tentang tindakan manusia dalam suatu kesatuan sosial tertentu. Hal serupa juga disampaikan oleh Fassin dalam Sumantri dan Yuliza (2015) bahwa jika dilihat dari berbagai penelitian pada tingkatan perusahaan, terdapat beberapa alasan yang menyebabkan etika tidak selalu diterapkan pada dunia bisnis. Alasan-alasan tersebut di antaranya adalah (1) tekanan dari para pemilik modal atau pemegang saham; (2) strategi-strategi jangka pendek; (3) pengaruh pimpinan dari lembaga-lembaga yang membantu sebuah perusahaan; (4) kekuasaan hukum bisnis; (5) kesewenang-wenangan komunikasi dan media; (6) kesulitan dalam mengimplementasi strategi bisnis ke lapangan. Dengan demikian, arti penting akan perilaku etika bisnis dalam sebuah kegiatan ekonomi baik di dalam lembaga-lembaga bisnis maupun perusahaan-perusahaan komersial sangat rentan membawa dampak dalam menjalankan kegiatan bisnis yang dilakukan.

Jika menelisik lebih dalam mengenai urgensi bisnis, Siregar (2015) menjelaskan bahwa urgensi bisnis tidak dapat dipandang sebelah mata. Bisnis memegang peran penting dalam kehidupan sosial. Kekuatan bisnis pada masa saat ini sangat mampu untuk mempengaruhi individu dalam lingkup sosial, regional hingga internasional, karena kekuatan bisnis saat ini hampir mempunyai kekuatan yang sama dengan kekuatan politik. Berbeda dengan apa yang disampaikan oleh Pratley dalam Muhamad (2013), yang menerangkan dalam konteks perusahaan, bisnis dirumuskan keseluruhan proses produksi yang



memaksimalkan keuntungan perusahaan dan meminimumkan biaya perusahaan. Oleh sebab itu, bisnis seringkali memilih menerapkan pilihan-pilihan strategis dari pada menerapkan nilai-nilai atau etika dalam bisnis, karena pilihan-pilihan strategis ini dianggap sebagai syarat kelangsungan hidup bisnis itu sendiri.

Akibat dari kesadaran ini, maka upaya-upaya dalam mendapatkan keuntungan yang maksimum terus dilakukan dengan cara apapun. Walaupun cara-cara yang dilakukan mengakibatkan kerugian pada pihak lain, tetapi menguntungkan bagi bisnisnya, maka hal ini dianggap sebagai pilihan bisnis.

Dalam islam, bisnis dan etika tidak harus dipandang sebagai dua hal yang bertentangan, bisnis dimaknai tidak hanya sebagai aktivitas manusia di dunia untuk mencukupi kebutuhan hidupnya, namun juga sebagai investasi di akhirat kelak. Artinya, jika bisnis dijalankan dengan mengedepankan nilai-nilai keberkahan dan senantiasa juga sebagai bentuk keimanan kepada Allah SWT, maka bisnis dengan sendirinya akan sejalan dengan etika dan moral, serta dimudahkan segala urusannya. Bahkan dalam islam, pengertian bisnis tidak hanya dibatasi sebatas urusan duniawi, tetapi juga mencakup seluruh kegiatan di dunia yang "dibisniskan" (didasari keimanan kepada Tuhan) untuk mendapatkan keuntungan materi dunia atau pahala di akhirat (Aziz dalam Anindya, 2017). Di sisi lain, Karishma dan Widiastuti (2017) menjelaskan bahwa secara umum bisnis adalah suatu motif manusia untuk mendapatkan sebuah keuntungan secara material (laba) disamping fungsinya yaitu memenuhi dan memuaskan pelanggan.

Lalu pandangan islam tentang bisnis adalah serangkaian aktivitas dalam berbagai bentuk yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk laba yang ada di dalamnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (terdapat aturan halal dan haram). Seorang muslim dalam menjalankan bisnis harus mengerti betul tentang keikutsertaan Allah SWT dalam mengatur dan menjalankan bisnisnya. Pebisnis muslim juga diwajibkan



menyeimbangkan kegiatan duniawi dan akhiratnya, sebagaimana firman Allah yang artinya sebagai berikut :

*“Apabila telah diturunkan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah (rezeki) dan ingatlah Allah banyak - banyak supaya kamu beruntung”* (Q.S Al-jumuaah ayat 10)

Dalam ajaran-ajaran ekonomi islam, semua jenis transaksi dalam bisnis didasari oleh prinsip-prinsip yang menjadi pijakan. Prinsip dasar dalam bisnis islam adalah prinsip illahiyah (ketuhanan). Semua aktivitas termasuk bisnis yang dilakukan bukan hanya mempunyai orientasi duniawi semata, tetapi orientasi yang diajarkan oleh islam lebih dari itu, yakni bisnis dalam islam adalah manifestasi dari kehambaan manusia kepada sang pencipta melalui amal duniawi yaitu bisnis. Bisnis merupakan aktivitas antar manusia yang saling membutuhkan, sehingga dengan adanya saling membantu, didapatlah keuntungan dari bisnis. Prinsip ketuhanan ini tidak hanya akan menjadikan bisnis berjalan dengan cara yang benar sesuai aturan syariat, tetapi bisnis juga akan terasa lebih lapang dan tanpa adanya rasa takut tersaingi atau tidak mendapat keuntungan (Karishma dan Widiastuti, 2017). Sejalan dengan penjelasan yang dipaparkan oleh Muhamad (2013), yang menerangkan bahwa islam melalui Al-Qur'an memberikan pandangan mengenai visi yang dicapai dalam bisnis sebaiknya lebih mengutamakan visi jangka panjang atau pandangan ke masa depan yang lebih mempunyai rasa syukur dalam menjalankan bisnis, bukan hanya sekedar visi jangka pendek atau yang berarti mengutamakan keuntungan harta. Bisnis yang bervisi jauh ke depan adalah bisnis yang dijanjikan, sesuai dengan firman Allah berikut yang artinya :

*“Siapa yang menghendaki kebahagiaan (kehidupan) yang cepat (dunia) maka Kami segerakan baginya di dunia ini apa yang Kami kehendaki bagi orang yang Kami kehendaki, dan kami tetapkan baginya neraka jahannam.*



la akan memasukinya dalam keadaan tercela dan terursir. Barang siapa yang menghendaki kebahagiaan akhirat (masa depan) dan berusaha ke arah itu dengan bersungguh-sungguh lagi dia seorang mukmin, maka mereka itulah adalah orang-orang yang usaha-usahanya disyukuri (dibalas dengan baik)” (Q.S al-Isra’ ayat 18-19)

Hal ini juga semakin diperjelas dengan adanya dua ciri-ciri yang berbeda antara bisnis yang dilandasi dengan etika secara materiil dan etika secara islam atau imateriil. Kedua perbedaan ciri-ciri tersebut dapat diamati pada tabel berikut yang dikemukakan oleh Fauzia (2013) :

**Tabel 2.1**  
**Ciri-ciri Etika Bisnis dan Bisnis Islam**

No.	Bisnis Islam	Karakteristik Bisnis	Etika Bisnis
1.	Akidah islam (nilai-nilai transendental)	Asas	Sekularisme (nilai-nilai materialisme)
2.	Dunia akhirat	Motivasi	Dunia
3.	Profit, zakat dan benefit (non materi), pertumbuhan, keberlangsungan dan keberkahan	Orientasi	Profit, pertumbuhan dan keberlangsungan
4.	Tinggi, bisnis adalah bagian dari ibadah	Etos Kerja	Tinggi, bisnis adalah kebutuhan duniawi
5.	Maju dan produktif, konsekuensi keimanan dan manifestasi kemusliman	Sikap Mental	Maju dan produktif sekaligus konsumtif, konsekuensi, aktualisasi diri



No.	Bisnis Islam	Karakteristik Bisnis	Etika Bisnis
6.	Cakap dan ahli di bidangnya, konsekuensi dari kewajiban seorang muslim	Keahlian	Cakap dan ahli di bidangnya, konsekuensi dari motivasi <i>punishment</i> dan <i>reward</i>
7.	Terpercaya dan bertanggung jawab, tujuan tidak menghalalkan berbagai cara	Amanah	Tergantung kemauan individu (pemilik modal), tujuan menghalalkan berbagai cara
8.	Halal	Modal	Tidak sepenuhnya halal
9.	Sesuai dengan akad kerjanya	Sumber Daya Manusia	Sesuai dengan akad kerjanya, atau sesuai dengan keinginan pemilik modal
10.	Halal	Sumber Daya Alam	Tidak sepenuhnya halal
11.	Visi dan misi organisasi terkait erat dengan misi penciptaan manusia di dunia	Manajemen Strategi	Visi dan misi organisasi ditetapkan berdasarkan pada kepentingan material belaka
12.	Jaminan halal dari setiap masukan, proses dan pengeluaran, mengedepankan produktivitas dalam koridor syariah	Manajemen Operasional	Tidak ada jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan pengeluaran, mengedepankan produktivitas dalam koridor manfaat
13.	Jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan pengeluaran keuangan, mekanisme keuangan dengan bagi hasil	Manajemen Keuangan	Tidak ada jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan pengeluaran keuangan, mekanisme keuangan dengan bunga
14.	Pemasaran dalam koridor jaminan halal	Manajemen Pemasaran	Pemasaran menghalalkan segala cara
15.	SDM profesional dan berkepribadian islam, SDM adalah pengelola bisnis, SDM bertanggung jawab pada diri sendiri, atasan dan Allah	Manajemen SDM	SDM profesional, SDM adalah aktor produksi, SDM bertanggung jawab pada diri sendiri dan atasan.



Dengan mencermati tabel di atas, maka dapat dilihat bahwa pengaplikasian dari beberapa karakteristik bisnis yang didasari oleh etika bisnis secara umum dan etika bisnis islam mempunyai gambaran yang cukup berbeda.

Dengan demikian, untuk menciptakan dunia usaha yang sehat dan juga mampu mendorong ekonomi menjadi lebih baik, maka pengaplikasian dari beberapa karakteristik bisnis di atas harus mengarah pada nilai-nilai etika bisnis islam.

Sementara itu, jika melihat keterlibatan umat muslim dalam dunia bisnis bukan merupakan hal yang baru pada masa sekarang ini. Hal ini sudah terjadi sejak abad keenam pada masa nabi Muhammad. Pada masanya, nabi Muhammad adalah seorang pelaku bisnis yang sangat ulet, berjiwa kepemimpinan atau *leadership* yang sangat kental dengan kejujuran dan kegigihan dalam melakukan kegiatan bisnis. Bukti dengan adanya sejarah kegiatan bisnis pada masa nabi Muhammad ini mencerminkan bahwa keterlibatan umat muslim dalam menjalankan bisnis sangat terikat dengan pemahaman ajaran agama tentang prinsip-prinsip hidup yang mengutamakan keselamatan dan kesejahteraan bagi alam semesta. Lebih lanjut lagi Siregar (2015), menerangkan dengan sejarah yang menyatakan bahwa islam berkembang melalui para pengusaha dan pedagang muslim. Pedagang-pedagang pada masa itu, sangat dipengaruhi oleh konsep dalam menjalankan bisnis yang diajarkan oleh Islam. Pemaparan lain yang serupa juga disampaikan oleh Reid dalam Syathori (2016) yang mengatakan bahwa agama islam sebagai agama sebagian besar di dunia adalah agama yang paling memberi pengaruh positif terhadap dunia perdagangan dan dunia kerja. Hal ini tercermin dari bukti-bukti Al-Qur'an dan sunnah. Keteladanan umat muslim dalam berdagang sangat terkait dengan pemahaman tentang prinsip-prinsip syariah dalam menebar manfaat bagi seluruh alam semesta. Dengan hadirnya islam di dunia, islam mengajarkan ajaran-ajaran agama tentang kebaikan pada alam semesta dan seisinya yang diperuntukkan tidak hanya untuk umat islam sendiri,



tetapi juga untuk seluruh umat manusia. Islam tidak menghendaki bahwa kegiatan bisnis hanya didasarkan pada besarnya keuntungan yang diperoleh, tetapi juga menuntut adanya keseimbangan dengan terpenuhinya kebutuhan spiritual.

Artinya, dalam islam bisnis diatur oleh hukum syariat agar para pelaku bisnis memiliki kerangka dalam menciptakan aktivitas bisnis yang berkah. Seperti yang telah disabdakan oleh nabi Muhammad berikut yang artinya :

*“Sesungguhnya seseorang bertanya kepada nabi : “Ya Rasulullah, pekerjaan apa yang paling baik ?”. Rasul bersabda “pekerjaan seorang laki-laki dengan usahanya sendiri, dan jual beli yang baik”* (HR. Rafi' Ibn Khudaij)

Hadis tersebut menjelaskan bahwa nabi Muhammad memberi umatnya pemahaman dalam menjalankan kegiatan ekonomi yang harus memenuhi nilai-nilai yang diajarkan oleh islam. Artinya, islam memberikan pemahaman tentang suatu sistem ekonomi yang menjamin untuk menegakkan nilai-nilai yang baik dalam kegiatan ekonomi termasuk juga dalam dunia bisnis yang seharusnya diterapkan. Nabi Muhammad mengajarkan bahwa suatu bisnis harus mempunyai sifat *shiddiq*, *amanah*, *tabligh* dan *fathanah*. *Shiddiq* yang berarti mempunyai kejujuran dalam menjalankan kegiatan bisnis, *amanah* berarti bisa dipercaya sehingga dapat ditunjukkan dalam kejujuran berbisnis serta pelayanan yang optimal dalam segala hal. *Tabligh* berarti menyampaikan wahyu, yang bisa diartikan bahwa pelaku bisnis harus menjadi contoh kepada pelaku ekonomi lainnya dalam menjalankan bisnisnya dan *fathanah* yang berarti cerdas dalam memahami secara mendalam tentang segala sesuatu yang menjadi tugas dan kewajibannya.

Namun, tantangan dalam mengintegrasikan nilai-nilai etika bisnis islam ke depan tidaklah mudah untuk diawasi. Muhammad dalam Firmansyah (2013) berpendapat bahwa hubungan antara etika dan bisnis telah menuai hal yang problematis. Bisnis dianggap suatu proses untuk menjalankan kegiatan ekonomi



demikian mencukupi kebutuhan hidup dan mendapatkan keuntungan, sementara etika merupakan ilmu yang berbeda dengan bisnis dan hal ini dirasa tidak berhubungan. Praktek bisnis yang saat ini berkembang mempunyai prinsip dalam mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin karena semakin ketatnya persaingan dalam ekonomi. Serupa dengan pendapat Muhamad (2013) yang mengartikan penggabungan etika dan bisnis berarti memaksakan norma-norma agama untuk masuk ke dalam sistem bisnis sehingga harus mengubah sistem dan hukum bisnis. Dengan diterapkannya etika, bisnis dianggap akan mengalami stagnansi dalam mengembangkan prinsipnya untuk mendapatkan keuntungan. Sejalan dengan uraian ini, Riham (2008) menjelaskan jika etika disandingkan dengan bisnis, banyak permasalahan yang muncul dari penggabungan keduanya. Karena pada dasarnya bisnis pada masa sekarang sudah terdoktrin sebagai kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya, dalam hal ini etika dianggap sebagai prinsip yang memperlambat bisnis dalam mencapai tujuan bisnis.

Dengan demikian, sangat diperlukan pemahaman yang mendalam oleh para pelaku bisnis mengenai arti penting etika bisnis yang mempunyai landasan ajaran-ajaran islam. Yang mana, ajaran-ajaran islam sangat menghargai umatnya yang memiliki kegigihan dalam berbisnis dan berorientasi pada keuntungan materi yang sebesar-besarnya, tetapi islam sekaligus juga mengajarkan adanya pola pemikiran maupun tindakan berupa etika yang mengusung nilai-nilai ataupun norma-norma kebaikan yang diajarkan oleh agama tanpa menghalangi untuk berorientasi pada keuntungan materi. Sehingga terciptanya kegiatan ekonomi yang maslahat dan bermanfaat.



## 2.2 Aksioma-aksioma dalam Etika Bisnis Islam

Dilihat dari perspektif ajaran etika (akhlak) dalam islam, manusia dituntut untuk mempunyai prinsip dalam berbuat baik kepada dirinya sendiri, kepada sesama, kepada alam dan lingkungannya, dan juga kepada Sang Pencipta.

Apabila prinsip dalam berbuat baik kepada sesamanya, kepada alam dan lingkungan serta kepada Tuhan sudah dilaksanakan dengan baik, sejatinya manusia sudah berbuat baik kepada dirinya sendiri. Maka untuk dapat berbuat baik kesemua itu, manusia diberi kebebasan (*free will*) dalam bertindak, untuk dapat mengesakan Tuhan (*tauhid*), agar dapat mempunyai prinsip hidup yang seimbang (*equilibrium*) yang nantinya akan dipertanggung jawabkan (*responsibility*) kepada Tuhan Yang Maha Esa (Djakfar, 2012). Keempat nilai inilah yang disebutkan oleh Djakfar (2012) dan digariskan oleh islam yang terlebih dahulu disebutkan sebagai aksioma-aksioma etik oleh Syed Nawab Haider Naqvi yang meliputi kesatuan/tauhid (*unity*), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*) dan tanggung jawab (*responsibility*).

### 1. Tauhid (*Unity*)

Konsep tauhid merupakan sebuah pola pikir dalam diri manusia yang tertanam secara batin tentang keseaan Tuhan. Tauhid merupakan landasan pola pikir yang sangat penting dalam etika bisnis islam. Afrizal (2017) menerangkan bahwa tauhid memberikan dua kesadaran dalam diri setiap muslim. Pertama, tauhid memberikan kesadaran kepada manusia bahwa alam semesta diciptakan oleh Allah dan diperoleh manfaatnya dengan sebaik-baiknya dan diperuntukkan untuk kesejahteraan umat manusia sekaligus juga untuk Allah yang menciptakannya. Dalam hal ini Al-Qur'an sudah menjelaskannya secara tegas bahwa segala bentuk sumber daya alam yang ada di dunia telah dimiliki oleh Allah dan manusia memilikinya hanya bersifat relatif. Kedua, motivasi penciptaan



menusia ke dunia ini adalah untuk menyembah Allah (yang menciptakan alam semesta beserta isinya) dengan beribadah kepada-Nya.

Pengaplikasian kedua kesadaran ini akan memberikan pengaruh kepada para pelaku bisnis muslim untuk mengubah cara yang dilakukan dalam berbisnis.

Pengaruh ini dapat dilihat dari perilaku-perilaku bisnis yang bisa dilihat dari bentuk kepedulian pebisnis muslim untuk saling tolong-menolong sesama muslim atau bahkan umat beragama lainnya. Seperti halnya, memberikan zakat, ataupun ikut berpartisipasi dalam kegiatan amal ibadah. Hal ini senantiasa dilakukan karena pebisnis muslim menyadari bahwa segala macam bentuk modal, faktor produksi, sumber daya alam dan sebagainya bukanlah milik manusia semata, melainkan milik Tuhan Yang Maha Kuasa yang menciptakan semua itu.

Dengan demikian, jika aktivitas bisnis dapat dinilai sebuah ibadah, maka dalam melakukannya, umat manusia tetap berpegang teguh pada ajaran-ajaran agama dan syariah. Sejalan dengan pendapat Iryani (2014) yang menjelaskan bahwa dalam sistem etika islam yang meliputi segala bentuk aktivitas manusia tidak terkecuali pada bidang bisnis, konsep tauhid harus dicerminkan dalam segala bentuk manifestasi manusia kepada Allah SWT termasuk melalui amal duniawi yaitu bisnis. Al-Qur'an menjelaskan hal ini sebagai berikut :

*"Kami akan memperlihatkan kepada mereka tanda-tanda (kekuasaan) kami di segala wilayah bumi dan pada diri mereka sendiri, hingga jelas bahwa Al-Qur'an itu adalah benar. Tidakkah cukup bahwa sesungguhnya Tuhanmu menjadi saksi atas segala sesuatu?" (QS. Al-Fushshilat ayat 53).*

Tauhid, pada tingkat absolut menempatkan makhluk untuk melakukan penyerahan tanpa syarat pada kehendak-Nya. Hal ini tercermin pada Al-Qur'an sebagai berikut :

*"Kamu tidak menyembah yang selain Allah kecuali hanya (menyembah) nama-nama yang kamu dan nenek moyangmu membuat-buatnya. Allah tidak*



membuat suatu keterangan pun tentang nama-nama itu. Keputusan itu hanyalah kepunyaan Allah. Dia telah memerintahkan agar kamu tidak menyembah selain Dia. Itulah agama yang lurus, tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahui” (QS. Yusuf ayat 40).

Prinsip untuk menghalalkan segala cara demi mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya bukanlah jalan yang tepat untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Seperti halnya yang diungkapkan oleh Muslich dalam Mursidah (2017), prinsip kesatuan (tauhid) ini merupakan pondasi utama setiap manusia dalam menjalankan fungsi kehidupan termasuk dalam berbisnis. Kegiatan bisnis dititikberatkan pada prinsip dan tujuan ilahiyah.

## 2. Keseimbangan (*Equilibrium*)

Keseimbangan atau keadilan yang dijelaskan oleh Iltiham dan Danif (2016) adalah keserasian segala aspek kehidupan yang diajarkan oleh islam pada seluruh alam semesta. Sehingga hal ini adalah salah satu prinsip etis mendasar yang harus diterapkan pada aktivitas bisnis.

Penjelasan islam mengenai konsep keseimbangan tertuang di dalam ayat Al-Qur'an sebagai berikut :

*“Kamu sekali-kali tidak melihat pada ciptaan Tuhan yang Maha Pemurah sesuatu yang tidak seimbang. Maka lihatlah berulang-ulang. Adakah kamu lihat sesuatu yang tidak seimbang? Kemudian pandanglah sekali lagi niscaya penglihatanmu akan kembali kepadamu dengan tidak menemukan sesuatu cacat dan penglihatanmu itu pun dalam keadaan payah”* (QS. Al-Mulk ayat 3-4).

Pencapaian prinsip keseimbangan bisnis ini dapat terwujud setidaknya dengan beberapa strategi yang sudah dikemukakan oleh Naqvi dalam Afrizal (2017) berikut ini : (1) Para pelaku bisnis harus mempunyai titik keseimbangan tertentu dalam hal produksi, konsumsi maupun distribusi agar nantinya tidak terjadi pemusatan kekuasaan ekonomi atau bisnis oleh segelintir pihak; (2) Setiap



individu dalam suatu lingkungan sosial harus mampu untuk mencukupi kebutuhan hidupnya secara baik dan setara, agar kesejahteraan sosial bisa tercapai dengan seimbang dalam lingkup masyarakat; (3) Menghindari adanya prinsip hak milik yang tidak terbatas. Karena hal ini bertentangan konsep keseimbangan dalam Islam yang mengajarkan untuk tidak mengambil hak orang lain dan mementingkan diri sendiri.

### 3. Kehendak Bebas (*Free Will*)

Manusia diciptakan oleh Allah senantiasa untuk menjadi makhluk yang menjaga, merawat dan memakmurkan bumi. Manusia memiliki derajat yang paling tinggi dibandingkan dengan makhluk yang ada di bumi yaitu tumbuhan dan hewan.

Manusia juga dianugerahi oleh Allah kehendak bebas yang mengarahkan untuk membimbing kehidupannya di dunia. Prinsip kehendak bebas dalam aspek bisnis tentunya juga tidak jauh berbeda dengan aspek kehidupan manusia secara umum, yaitu memenuhi kebutuhan hidupnya, demikian pula dengan berbisnis, manusia memiliki cara yang beragam dan bervariasi dalam menjalankan bisnis. Dalam aspek bisnis, banyak cara yang telah dikembangkan untuk mencapai tujuan bisnis tertentu. Namun yang perlu dicermati dalam hal ini adalah sudut pandang, pemikiran, orientasi serta landasan dalam mencapai tujuan bisnis itu sendiri. Oleh karena itu, perbedaan yang mendasari kehendak bebas dalam bisnis ini akan menimbulkan motivasi dan konsekuensi yang berbeda pula. Di satu sisi ada motivasi dan konsekuensi dalam berbisnis yang dilakukan dengan berpegang pada etika dan ajaran-ajaran agama, tetapi di sisi lain ada motivasi dan konsekuensi dalam berbisnis yang benar-benar lepas dari etika. Perbedaan motivasi dan konsekuensi ini adalah sebagai bentuk resiko dan manfaat yang diterima pelaku bisnis. Artinya, prinsip kehendak bebas ini bukanlah sebagai pedoman yang mengarahkan semua pelaku bisnis boleh memilih keputusan apapun dan melakukan segala bentuk praktek bisnis dengan menghalalkan



segala cara, tetapi prinsip kehendak bebas ini harus diartikan sebagai kebebasan untuk memilih keputusan dalam bisnis dan menggunakan cara berbisnis yang memberikan profit sekaligus tidak bertentangan dengan ajaran-ajaran agama yang juga mengedepankan etika.

#### 4. Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Kebebasan dalam menjalankan bisnis salah satunya adalah dengan memanfaatkan segala potensi sumber daya yang ada, namun dalam memanfaatkan potensi sumber daya yang ada bukan dimaksudkan untuk digunakan secara terus menerus atau bahkan bisa merusaknya. Inilah yang bisa digunakan sebagai pengertian prinsip tanggung jawab dalam menjalankan bisnis, yang mana manusia harus menyadari pentingnya etika dalam dunia bisnis untuk tidak mempraktekkan kegiatan bisnis untuk hal-hal yang dilarang oleh agama.

Islam senantiasa selalu menuntut seorang muslim untuk mengerti segala bentuk resiko atas apa saja yang telah diperbuat selama di dunia, karena semua bentuk aktivitas manusia di dunia akan mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah SWT. Firman Allah mengenai hal ini dapat dilihat pada ayat berikut :

*“Dan tidaklah seseorang berbuat dosa melainkan mudharatnya kembali kepada dirinya sendiri, dan seorang yang berdosa tak akan memikul dosa orang lain” (QS. Al-An’am ayat 164).*

### 2.3 Prinsip-prinsip dalam Etika Bisnis Islam

Di dalam suatu sistem ekonomi tentu memiliki prinsip-prinsip yang berbeda-beda sesuai dengan apa yang menjadi tujuan dan landasan ilmu yang mendasari pada sistem tersebut. Sebagai contoh sistem ekonomi kapitalis dan liberalis yang berkembang di negara-negara barat adalah sistem ekonomi yang mengutamakan pasar dan sumber daya yang ada dan dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan sehingga menjadi sistem yang dianggap cocok dalam



ekonomi, sedangkan sistem ekonomi sosialis yang lebih mengandalkan peran pemerintah atau otoritas tertinggi dalam mengontrol dan memegang kuasa ekonomi pada suatu negara. Berbeda dengan islam yang mempunyai sistem ekonomi berorientasi pada keesaan Tuhan Yang Maha Esa, maka prinsip-prinsip etika bisnis dalam islam mempunyai poin-poin tertentu. Menurut Djakfar (2012), prinsip-prinsip etika bisnis islam terbentuk dari kolaborasi pemahaman normatif sekaligus hasil dari pengamatan secara realitas, artinya pengamatan ini dilakukan pada pelaku-pelaku bisnis yang menghasilkan prinsip-prinsip etika bisnis islam, diantaranya adalah :

a. Jujur dalam Takaran

Prinsip kejujuran dalam segala sesuatu bukanlah hal yang memerlukan toleransi lagi jika tidak dijalankan. Islam sangat menjunjung tinggi nilai-nilai kejujuran dalam segala macam bentuk aktivitas manusia termasuk bisnis. Hal mengenai kejujuran dalam takaran atau kuantitas melakukan transaksi telah diatur oleh Allah dalam Al-Qur'an surat Al-Muthaffifin 1-5 yang artinya :

*“Kecelakaan besar bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi. Tidaklah orang-orang itu yakin, bahwa sesungguhnya mereka akan dibangkitkan, pada suatu hari yang besar”*

Jika melihat situasi dalam dunia bisnis modern, cara yang paling dasar agar dapat memperoleh keuntungan yang maksimal dari kegiatan bisnis yang dilakukan adalah dengan membangun kepercayaan antara produsen dan konsumen. Cara yang dilakukan untuk membangun kepercayaan ini salah satunya dengan menjual produk yang tidak dilakukan dengan cara kecurangan dalam kuantitasnya. Jika kepercayaan sudah terjalin antara pelaku bisnis, maka kegiatan bisnis yang berjalan tidak akan menimbulkan anggapan tentang menguntungkan



salah satu pihak saja, namun kegiatan bisnis yang melakukan kejujuran dalam takaran adalah kegiatan bisnis yang sebenarnya telah diajarkan oleh Islam.

#### b. Menjual Barang yang Bermutu Baik

Salah satu hal yang menjadi permasalahan pada situasi bisnis modern saat ini adalah adanya praktek menjual produk yang tidak sesuai dengan apa yang ditawarkan atau menjual produk yang tidak bermutu. Ditambah lagi dengan semakin majunya dunia teknologi yang seharusnya bisa mengembangkan dan memajukan dunia bisnis tetapi masih saja banyak pelaku bisnis yang menyalahi perlakuan etis dalam dunia bisnis. Berbisnis melalui jejaring sosial atau media *online* misalnya, para pelaku bisnis sangat mudah untuk menyembunyikan mutu barang sebenarnya yang dijual tanpa memikirkan nilai-nilai etis dalam aktivitas bisnis. Oleh sebab itu, tindakan semacam ini seharusnya ditinggalkan dan tetap menjalankan prinsip-prinsip bisnis dengan menjual produk yang bermutu baik dan tidak menyembunyikan, membohongi atau memanipulasinya karena secara pandangan agama tindakan ini tidak pantas untuk dilakukan.

#### c. Tidak Menggunakan Sumpah

Dalam transaksi di dunia bisnis masih sering ditemukan para pelaku bisnis yang meyakinkan konsumennya untuk membeli produk yang ditawarkan dengan cara menggunakan sumpah. Tidak ada yang salah dengan meyakinkan konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan, tetapi cara meyakinkan dengan bersumpah adalah tidak dianjurkan dalam Islam. Hal ini telah disabdakan oleh Nabi Muhammad dalam hadis yang mempunyai arti : Dari Abu Hurairah r.a saya mendengar Rasulullah saw. bersabda : *"Sumpah itu melariskan dagangan, tetapi menghapuskan keberkahan"* (HR. Abu Dawud). Karena Islam tidak mengajarkan untuk menggunakan sumpah dalam bertransaksi, maka cara lain yang dapat digunakan adalah merujuk kembali pada prinsip menjual dan memasarkan produk-produk yang bermutu baik dan berkualitas baik. Tanpa adanya pernyataan yang



meyakinkan konsumen, maka konsumen tidak akan memiliki keraguan lagi dalam membeli produk tersebut karena mutu dan kualitasnya yang baik.

d. Ramah dan Bermurah Hati

Dalam transaksi bisnis pasti terjadi komunikasi antara penjual dan pembeli.

Dalam hal ini seorang penjual harus bisa memanfaatkan kesempatannya dalam meyakinkan calon pembeli dengan melakukan strategi berupa bersikap ramah dan murah hati. Hal ini lah yang seharusnya dilakukan para pelaku bisnis dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Karena perilaku apapun yang tercermin dari penjual, maka akan menjadi sebuah *image* yang melekat dalam dirinya. Dan konsumen akan bertindak sesuai dengan apa yang tercermin dalam *image* seorang penjual. Jika para pelaku bisnis menjalankan aktivitas bisnisnya didasari dengan mengedepankan nilai-nilai etis dalam berbisnis, bersikap jujur, ramah dan bermurah hati, serta menjalankannya dengan niat yang ikhlas maka pencapaian yang didapat bukan hanya keuntungan bisnis semata melainkan juga mendapatkan keberkahan yang diberikan oleh Allah. Sebaliknya, jika para pelaku bisnis mendasari kegiatan bisnisnya dengan sikap-sikap yang tidak mengedepankan nilai-nilai etis bisnis, bersikap kasar kepada pembeli maka respon yang diberikan oleh pembeli adalah enggan untuk membeli produknya karena perilaku yang tercermin bukanlah sebuah perilaku etis dalam bisnis.

e. Membangun Hubungan yang Baik

Islam mengajarkan bahwa dalam berkehidupan di dunia, manusia harus berbuat baik sesamanya atau islam menyebutnya dengan *ukhuwah insaniyyah*.

Manusia pada hakikatnya adalah makhluk sosial, yang berarti manusia tidak dapat hidup sendiri tanpa ada bantuan dari orang lain. Kaitannya dalam dunia bisnis, seorang pelaku bisnis sangat dianjurkan dalam islam untuk menjalin tali persaudaraan sesama pelaku bisnis lainnya. Hal ini bisa merujuk pada pencapaian bisnis berupa bertukar pikiran dalam mengembangkan bisnis, menjalin kerjasama



bisnis, memperluas jaringan bisnis dan hal lain yang bermanfaat dalam mengembangkan bisnis. Dalam dunia bisnis saat ini, menjalin hubungan baik dalam berbisnis mempunyai efek yang sangat signifikan dalam bisnis. Banyak para pelaku bisnis yang mencari dan mengenal lebih dekat siapa saja pihak-pihak yang dianggapnya mampu menumbuhkan nilai bisnisnya menjadi semakin pesat, namun yang membedakannya dengan apa yang diajarkan oleh islam adalah sikap yang tertanam di dalamnya harus berupa sikap saling menghargai dan menjunjung persaudaraan sesama umat muslim, sehingga nantinya hubungan baik yang dibangun tidak mengarah pada dominasi salah satu pihak saja dan merugikan pihak lain. Pandangan islam mengenai hal ini tertuang pada hadis Raasulullah saw berikut ini :

*“Bahwasannya Rasulullah saw bersabda : Barang siapa mengharap dimudahkan rezekinya dan dipanjangkan umurnya, maka hendaklah ia menjalin hubungan sillaturrahim” (HR. Bukhari).*

f. Tertib Administrasi

Di dalam dunia perniagaan atau bisnis terdapat sistem yang digunakan yaitu pinjam meminjam atau hutang piutang. Sistem ini termasuk sistem yang cukup membantu para pelaku bisnis namun juga sistem yang cukup mengandung resiko dalam berbisnis. Karena itu, islam mengajarkan dalam melakukan transaksi bisnis berupa pinjam meminjam atau hutang piutang sebaiknya dituliskan agar tidak menimbulkan permasalahan yang mungkin terjadi dan bisa saja merugikan salah satu pihak. Hal ini sudah didasari oleh islam yang difirmankan oleh Allah dalam Al-Qur'an :

*“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah telah*



mengajarkannya, maka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Rabbnya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun dari hutangnya....” (Q.S Al-Baqarah 282).

Dengan adanya ajaran islam tentang penulisan segala macam bentuk transaksi yang tidak dengan tunai harus dituliskan, maka penerapannya dalam bisnis tentu bertujuan untuk mendidik para pelaku bisnis untuk bersikap jujur dalam berbisnis dan selalu menjaga nilai-nilai etis dalam bisnis.

#### g. Menetapkan Harga dengan Transparan

Dalam dunia ekonomi secara luas, terdapat beberapa skema dalam menentukan harga yang akan digunakan di pasar. Skema yang pertama adalah dengan membiarkan harga yang digunakan di pasar adalah harga akibat adanya permintaan dan penawaran di pasar dan skema kedua adalah dengan melibatkan pemerintah sebagai pihak yang dapat dipercaya untuk mengatur harga di pasar. Sementara dalam islam, skema penentuan harga didasarkan pada pembentukan harga alami antara permintaan dan penawaran. Hal ini bisa terlihat dari hadis Rasulullah saw. dimana pada saat itu harga-harga melonjak, lalu para sahabat berkata “wahai Rasulullah, tentukanlah harga untuk kami”. Kemudian Rasulullah menjawab :

“*Sesungguhnya Allah-lah yang menentukan harga, yang mencabut, yang membentangkan, dan yang memberi rezeki. Saya sungguh berharap dapat bertemu Allah dalam keadaan tidak seorang pun dari kalian yang menuntut kepadaku karena kezaliman dalam darah dan harta.*” (HR. Ahmad, Abu Dawud, Tirmidzi, Ibnu Majah, Darami, dan Abu Yakla)

Dari hadis tersebut bisa dilihat bahwa islam memandang konsep pembentukan harga berdasarkan *sunatullah* atau berjalan alami sesuai kondisi pasar tanpa penentuan dari kekuasaan manusia. Menentukan harga akan



menimbulkan ketidakseimbangan pada pasar yang berarti akan menimbulkan kerugian bagi pembeli maupun penjual, yang berarti adalah kezaliman (www.kompasiana.com , 2016). Dengan demikian, makna prinsip dari menentukan harga yang transparan adalah senantiasa tetap mengajarkan kepada para pelaku bisnis untuk tetap menjunjung tinggi nilai kejujuran agar bisnis yang dijalankan tidak mengandung unsur penipuan.

#### 2.4 Studi Terdahulu

Dalam studi terdahulu, dicantumkan beberapa penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya dan sesuai dengan bidang kajian penelitian yang dilakukan saat ini. Studi terdahulu bertujuan sebagai pedoman dalam melaukan penelitian yang memudahkan peneliti dalam menjawab permasalahan yang sedang diusung dengan cara mengkaji dan menganalisis studi-studi terdahulu sehingga dapat dijadikan sebagai arahan untuk mencapai tujuan penelitian yang sudah direncanakan. Studi terdahulu yang sudah dicantumkan pada penelitian ini antara lain :

**Tabel 2.2 Studi Terdahulu**

No.	Peneliti; Judul; Tahun	Tujuan	Hasil Penelitian
1.	Rahmat Afrizal; Etika Bisnis Islam Perspektif Muhammad Djakfar; 2017	Untuk mengetahui etika bisnis islam dalam perspektif Muhammad Djakfar	Etika bisnis perspektif Muhammad Djakfar merupakan perpaduan norma-norma etika yang berbasiskan Al-Qur'an dan Hadis dengan ajaran kearifan lokal yang sarat dengan nilai-nilai kebajikan yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnisnya.



2.	Siti Rohmah; Penerapan Nilai-nilai Etika Bisnis Islam di Hotel Madani Syariah Yogyakarta; 2014	Untuk mengetahui pedoman penyelenggaraan usaha hotel syariah dan mengetahui penerapan nilai-nilai etika bisnis islam di Hotel Madani Syariah Yogyakarta	Penerapan pedoman penyelenggaraan usaha hotel syariah yang dapat diperoleh adalah berupa faktor produk, pelayanan dan pengelolaan. Penerapan nilai-nilai etika bisnis islam berupa tauhid, adil, berkehendak bebas, tanggung jawab dan ihsan sudah terlihat dalam aktivitasnya meskipun masih belum terlihat signifikan
3.	Ahmad Hulaimi, Sahri dan Moh. Huzaini; Etika Bisnis dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi; 2017	Bertujuan untuk menganalisis apa dampak yang ditimbulkan dari etika bisnis islam yang diimplementasikan oleh para pedagang sapi dan dampaknya terhadap kesejahteraan pada pedagang sapi	Etika bisnis islam yang diterapkan oleh para pedagang sapi belum sepenuhnya, dan mengakibatkan tidak semua para pedagang sapi mendapatkan kesejahteraan secara islami karena belum menerapkan etika bisnis islam dalam aktivitas bisnisnya.





4.	Elida Elfi Barus dan Nuriani; Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Pada Rumah Makan Wong Solo Medan); 2016	Bertujuan untuk melihat implementasi etika bisnis yang dikaitkan dengan prinsip-prinsip yang tercermin dari ajaran-ajaran islam	Rumah Makan Wong Solo Medan menerapkan etika bisnis islam yang berlandaskan syariah. Hal ini dapat dilihat dari segi karyawan, kualitas produk dan kepemimpinannya. Begitu juga dengan implementasinya yang dapat diamati sudah diterapkan dengan cukup baik.
5.	Muhammad Fahmul Iltiham & Danif; Penerapan Konsep Etika Bisnis Islam pada Manajemen Perhotelan di PT. Syaria'ah Guest House Malang; 2016	Bertujuan untuk mengupas penerapan konsep etika bisnis islam dan sistem pelaksanaan pada manajemen perhotelan di PT. Syari'ah Guest House Malang	PT. Syari'ah Guest House Malang adalah salah satu contoh bisnis perhotelan yang meskipun dalam skala tergolong kecil tetapi mampu menjunjung tinggi dan melaksanakan prinsip-prinsip etika bisnis dalam manajemennya.

Sumber : Data Olahan Penulis (2021)

Penelitian terdahulu digunakan sebagai acuan untuk melakukan penelitian yang akan dilakukan. Setiap penelitian terdahulu yang digunakan akan membantu peneliti dalam mengarahkan konsep penelitian dalam beberapa fokus penelitian yang sedang dilakukan. Perbedaan yang paling terlihat dari beberapa penelitian terdahulu yang sudah disampaikan di atas adalah berupa objek penelitian yang memiliki fokus tersendiri dan hal itu lah yang membuat beberapa penelitian terdahulu yang sudah disampaikan di atas memiliki keunikan penelitian masing-

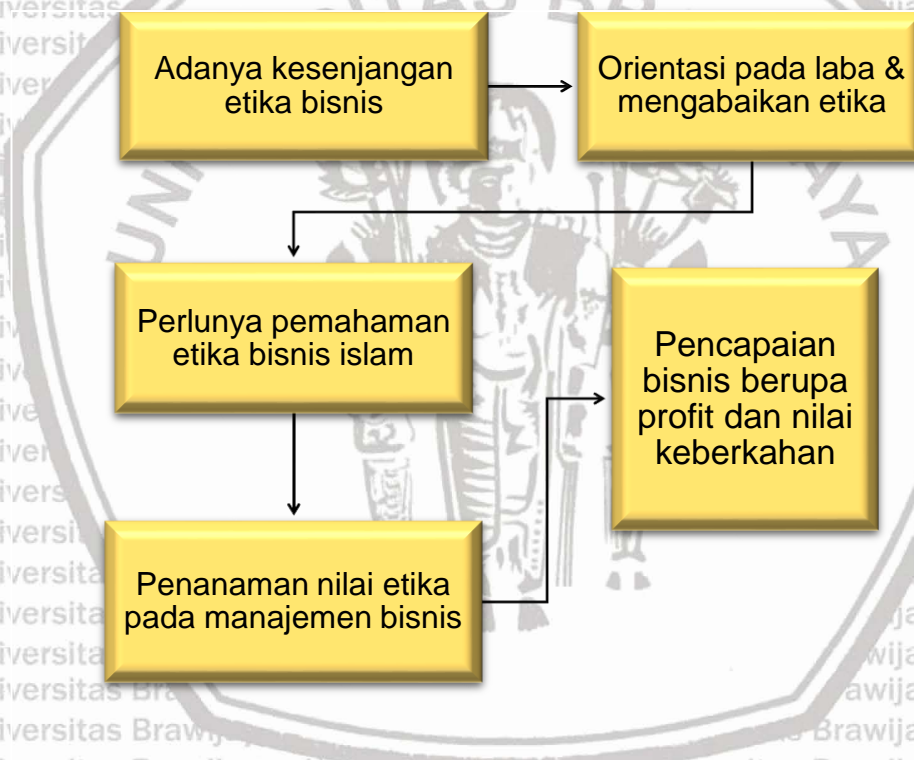




masing. Begitu juga dengan penelitian ini yang memiliki perbedaan objek penelitian dengan penelitian terdahulu yang disampaikan di atas. Tidak hanya perbedaan, namun juga terdapat persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan saat ini. Baik persamaan atau perbedaan penelitian akan membuahkan hasil dan konsekuensi yang berbeda-beda.

## 2.5 Kerangka Pemikiran

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pikir Penelitian**



Beranjak dari rumusan masalah pada bab I yaitu perlunya mengetahui apakah kegiatan bisnis yang berkembang pada saat ini didasari dengan etika bisnis konvensional atau sudah ada prinsi-prinsip etika bisnis sesuai ajaran islam.

Jika belum, maka etika bisnis islam harus bisa masuk dan menjadi bagian dari prinsip kegiatan ekonomi masyarakat khususnya dalam manajemen atau



pengelolaan bisnis ini. Keadaan yang saat ini menunjukkan kesenjangan pada sektor perikanan budidaya adalah para pelaku bisnis di sektor perikanan yang hanya berorientasi pada profit yang besar saja. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman berupa wawasan bahwa sektor perikanan cukup berpotensi dalam meningkatkan perekonomian masyarakat, juga memiliki nilai keberkahan yang bisa memberikan manfaat kepada masyarakat luas.

## 2.6 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

$H_1$  = Variabel aksioma etika bisnis islam berpengaruh terhadap praktek dan manajemen bisnis yang sesuai ajaran agama

$H_0$  = Variabel prinsip-prinsip etika bisnis islam tidak berpengaruh terhadap praktek dan manajemen bisnis yang sesuai ajaran agama



### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian merupakan cara untuk menganalisis, memperoleh data, mengolah data, hingga menemukan kesimpulan di dalam sebuah penelitian. Hal ini menjadi acuan dalam penelitian sehingga penelitian bisa mendapatkan arahan yang jelas mengenai penelitian yang dikaji. Untuk dapat memberi arahan yang diperlukan maka dibutuhkan adanya pemaparan komponen-komponen penelitian yang akan dijelaskan lebih lanjut pada bagian selanjutnya.

#### 3.1 Jenis Penelitian

Berdasarkan dari jenis data dan analisisnya, penelitian ini lebih cenderung mengarah pada penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sugiyono (2009) menjelaskan pengertian dari penelitian kuantitatif, yaitu penelitian kuantitatif sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti suatu populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data yang dilakukan menggunakan instrumen penelitian dan analisis data yang digunakan bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesa yang ditetapkan sebelumnya.

Kemudian untuk lebih mempermudah peneliti untuk mengarahkan penelitian pada tujuan yang sudah dirumuskan sebelumnya, maka metode penelitian kuantitatif deskriptif akan digunakan dalam penelitian ini. Penjelasan mengenai metode deskriptif sendiri diungkapkan oleh Nazir dalam Juliansyah (2013) yang mengatakan bahwa metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Dalam penelitian



ini, data-data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan metode perhitungan statistik yang kemudian akan berlanjut pada analisis data yang mengarahkan pada suatu pemaparan deskriptif yang sesuai dengan jawaban yang diinginkan.

Sesuai dengan pemaparan di atas, maka peneliti memutuskan untuk menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif sebagai metode dasar penelitian ini. Karena pendekatan kuantitatif dibutuhkan untuk menjawab permasalahan penelitian yang telah diusung. Begitu juga mengingat bahwa fokus penelitian ini mengarah pada sebuah fenomena yang sebelumnya bias sehingga setelah diteliti bisa didapatkan sebuah pemahaman berupa interaksi sosial yang sebenarnya terjadi.

### 3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di lingkup pelaku usaha budidaya ikan air tawar yang ada di desa Gendingan, kecamatan Kedungwaru, kabupaten Tulungagung. Berdasarkan pengamatan peneliti, kondisi ekonomi di desa Gendingan mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Hal ini juga didukung dengan timbulnya masyarakat untuk berkontribusi dalam memajukan ekonomi dengan gemar menjalankan kegiatan bisnis yang beragam, termasuk pada bisnis budidaya ikan yang menggunakan kolam sebagai medianya. Namun dalam pengamatan yang lain, beberapa pelaku bisnis budidaya ikan ini belum sepenuhnya tercukupi aspek-aspek sosial maupun keagamaannya. Hal ini juga tercermin dari interaksi sosial yang timbul baik antar pelaku bisnis maupun dengan masyarakat sekitar yang masih belum mencapai potensi yang benar-benar diinginkan atau dengan kata lain para pelaku usaha yang cakup dalam mengedepankan aspek-aspek bisnis namun masih belum sepenuhnya sejalan dengan aspek-aspek agama. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai hal tersebut dan berusaha



menelusuri bagaimana kondisi yang sebenarnya terjadi dalam permasalahan penelitian ini.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Arti dari populasi dikemukakan oleh Lutan dalam Juliansyah (2013) sebagai sekelompok orang-orang, siswa, guru-guru atau individu lain yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Di sisi lain, Sugiyono (2009) memberikan arti lain mengenai populasi, yakni wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk ditarik kesimpulannya. Dengan demikian, arti yang mencangkup penjelasan keduanya dapat dicermati bahwa populasi adalah sebuah kumpulan individu atau sekelompok orang yang menjadi aktor utama dalam suatu permasalahan penelitian yang mampu diteliti dan dapat memberikan informasi berupa data untuk menjawab penelitian tersebut.

Dalam penelitian di lingkup sosial, jumlah responden yang bisa menjelaskan suatu permasalahan penelitian setidaknya berjumlah 30 orang. Jumlah ini merupakan bagian dari populasi yang jumlahnya melebihi 30. Dengan demikian, populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah semua pelaku bisnis usaha budidaya ikan air tawar yang ada di desa Gendingan, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung yang berjumlah 40 orang.

#### **3.3.2 Sampel**

Dijelaskan oleh Sugiyono (2009) yang mengartikan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh sebuah populasi. Pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan penelitian suatu objek. Untuk menentukan besarnya sampel, dapat dilakukan dengan cara statistik atau berdasarkan estimasi



penelitian. Sifat pengambilan sampel ini harus representatif, artinya sampel yang dipilih harus dapat berfungsi atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya atau bersifat mewakili dari populasi yang ada.

Untuk menghitung penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu yang dikembangkan, maka digunakan rumus *Slovin* sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{N(d^2) + 1}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = populasi

d = taraf nyata atau batas kesalahan

Dalam menentukan jumlah sampel yang akan dipilih, penulis menggunakan tingkat kesalahan sebesar 5%, karena dalam setiap penelitian tidak mungkin hasilnya sempurna 100%, makin besar tingkat kesalahan maka semakin sedikit ukuran sampel. Jumlah populasi sebagai dasar perhitungan yang digunakan adalah 40 orang, dengan perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{40}{40(0,05^2) + 1}$$

= 36,363 atau 37 responden

Jadi, dari anggota populasi yang diambil sebagai sampel adalah sebanyak 37 orang responden. Dalam penelitian ini, yang menjadi sampel adalah berupa data kuesioner yang telah diisi oleh responden terpilih dari seluruh sampel yang ditetapkan. Penelitian ditujukan kepada para pembudidaya ikan air tawar di desa Gendingan, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung.



### 3.3.2.1 Teknik Penentuan Sampel

Teknik penentuan sampel dijelaskan oleh Sugiyono (2009) terbagi menjadi dua jenis, yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. *Probability sampling* meliputi diantaranya : (1) *simple random* (2) *proportinonate stratified random* (3) *disproportinonate stratified random* (4) *area random*. Sedangkan *non probability sampling* meliputi : (1) *sampling sistematis* (2) *sampling kuota* (3) *sampling aksidental* (4) *sampling jenuh* (5) *purposive sampling* dan (6) *snowball sampling*. Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan untuk memperoleh sampel adalah dengan teknik *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*. Dengan teknik ini, populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi responden dalam penelitian.

Menurut Sugiyono (2009), disebut *simple random sampling* karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Cara ini dapat dilakukan apabila anggota populasi dianggap homogen. Alasan pemilihan sampel dengan menggunakan teknik *simple random sampling* adalah karena anggota populasi bersifat homogen, yaitu para pelaku usaha yang bergerak dalam bidang pembudidayaan ikan air tawar. Oleh sebab itu, para pelaku usaha ini mempunyai kesempatan yang sama untuk menjadi objek sampel.

## 3.4 Variabel dan Operasionalisasi Variabel

### 3.4.1 Variabel

Variabel adalah suatu fenomena yang bervariasi dalam bentuk kualitas, kuantitas, mutu dan standar. Variabel merupakan sesuatu yang bisa diukur dan cara pengukurannya berbeda-beda. Sugiyono (2009) menjelaskan variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini berupa variabel



independen (X) dan variabel dependen (Y). Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut :

a. Variabel Independen (X)

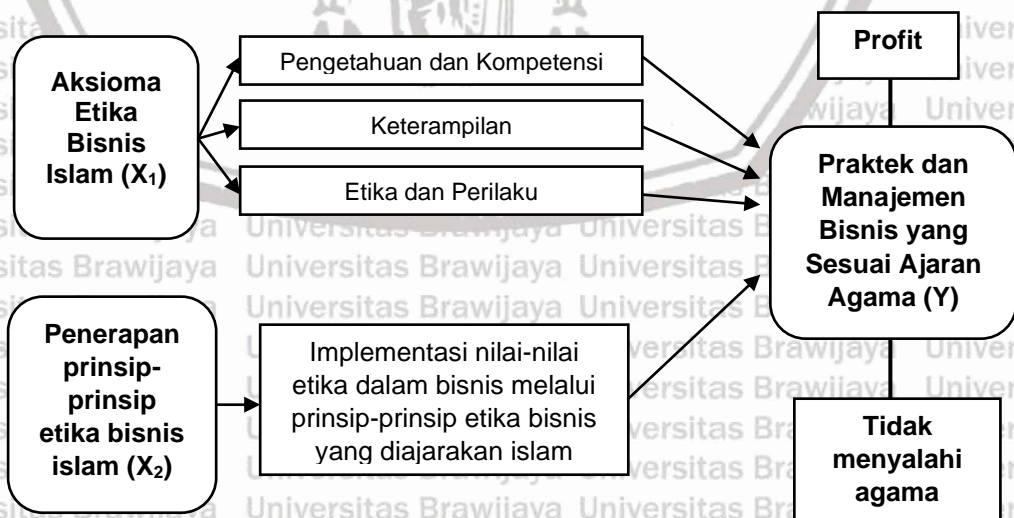
Menurut Sugiyono (2009) menjelaskan bahwa variabel independen (*independent variabel*) atau biasa disebut variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen atau variabel terikat.

b. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen (*dependent variabel*) atau biasa disebut dengan variabel terikat dijelaskan oleh Sugiyono (2009) sebagai variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini, variabel dependennya adalah praktek-praktek bisnis dana manajemen yang diterapkan para pembudidaya ikan air tawar di desa Gendingan, kabupaten Tulungagung.

Penggambaran mengenai variabel independen dan variabel dependen dapat juga diamati pada gambar berikut ini :

**Gambar 3.1**  
**Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Praktek Bisnis Pelaku Usaha**  
**Budidaya Perikanan**



Sumber : Ilustrasi penulis (2021)





### 3.4.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel menjelaskan mengenai variabel yang diteliti, konsep, indikator, satuan ukuran, serta skala pengukuran yang akan dipahami dalam operasionalisasi variabel penelitian. Sesuai dengan judul yang dipilih, maka dalam penelitian ini, variabel dapat dijelaskan sebagai berikut :

#### 1. Aksioma Etika Bisnis Islam ( $X_1$ )

Seperti yang sudah dijelaskan pada bab II, aksioma etika bisnis islam terdiri atas tauhid (*unity*), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*) dan tanggung jawab (*responsibility*). Pada operasionalisasi variabel ini, penulis menjabarkan keempat poin tersebut ke dalam beberapa pernyataan yang akan diajukan melalui kuesioner pada responden.

#### 2. Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam ( $X_2$ )

Prinsip-prinsip etika bisnis islam juga diuraikan dalam bentuk pernyataan yang akan dimasukkan dalam poin-poin kuesioner penelitian.

#### 3. Praktek dan Manajemen Bisnis ( $Y$ )

Sebagai variabel tetap, praktek dan manajemen bisnis juga akan diuraikan dalam bentuk beberapa pernyataan yang berkaitan dengan topik penelitian.

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
Aksioma Etika Bisnis Islam ( $X_1$ )	Karakteristik nilai dan moral yang berhubungan dengan praktek bisnis yang menjadi acuan dalam membangun bisnis sesuai ajaran islam	Pengetahuan	- Pengetahuan tentang kegiatan bisnis dan nilai-nilai keagamaan - Pengetahuan tentang kompetensi di bidang perikanan	Ordinal



		Keterampilan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Keterampilan personal</li> <li>- Keterampilan komunikasi</li> <li>- Keterampilan teknis dan manajemen bisnis</li> </ul>	Ordinal
		Etika dan Perilaku	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Berkomitmen dalam berbisnis</li> <li>- Berperilaku religius</li> <li>- Bertanggung jawab dan santun dalam suatu kesatuan sosial</li> </ul>	Ordinal
Penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam (X <sup>2</sup> )	Implementasi nilai-nilai etika dalam bisnis melalui prinsip-prinsip etika bisnis yang diajarkan islam	Praktek	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jujur dalam takaran</li> <li>- Menjual barang yang bermutu baik</li> <li>- Tidak menggunakan sumpah</li> <li>- Ramah dan bermurah hati</li> <li>- Membangun hubungan yang baik</li> <li>- Tertib administrasi</li> <li>- Menetapkan harga dengan transparan</li> </ul>	Ordinal
Praktek dan Manajemen Bisnis yang Sesuai Ajaran Agama (Y)	Bentuk aktivitas dalam mengelola dan mengoperasikan sebuah usaha untuk mencapai tujuan bisnis yang diinginkan	Benilai Berkah	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mampu memberikan profit pada bisnis</li> <li>- Mencerminkan kegiatan usaha yang tidak menyalahi aturan-aturan agama</li> </ul>	Ordinal

Sumber : Data Olahan Penulis (2021)





### 3.5 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

#### 3.5.1 Sumber Data

Sumber data merupakan tempat dari mana data bisa diperoleh.

Wahidmurni (2017) menjelaskan bahwa sumber data yang diperlukan untuk menjawab permasalahan penelitian lebih bersifat, karena sumber data sangat tergantung dari kebutuhan dan kecukupan data untuk menjawab penelitian. Sumber data penelitian ini berasal dari informasi para pelaku bisnis usaha perikanan budidaya di desa Gendingan yang didapatkan dengan memberikan kuisioner.

Berdasarkan hal tersebut, maka sumber data yang akan diperoleh pada penelitian ini adalah termasuk jenis data primer. Data primer diartikan sebagai data yang langsung diperoleh dari responden dan langsung memberikan informasi kepada peneliti untuk dianalisis lebih lanjut.

#### 3.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian merupakan sebuah tahapan dimana peneliti melakukan beberapa usaha yang digunakan untuk menemukan jawaban dari permasalahan dalam penelitian. Tahap ini merupakan tahapan yang sangat penting dalam penelitian, karena keabsahan dan validitas data yang diperoleh dalam penelitian akan terlihat dari kemampuan peneliti dalam mengumpulkan data. Maka dari itu, berikut adalah teknik pengumpulan data yang digunakan :

##### 1. Kuesioner

Sesuai dengan yang dijelaskan sebelumnya bahwa kuisioner termasuk dalam instrumen penelitian yang digunakan sebagai upaya untuk memperoleh informasi dengan cara mengajukan pertanyaan kepada responden guna menjawab permasalahan penelitian. McMillan & Schumacher dalam Juliansyah (2013) sendiri menjelaskan kuisioner adalah teknik yang digunakan secara luas untuk memperoleh informasi dari subjek. Maka dari itu, kuisioner adalah hal yang



sangat penting untuk digunakan sebagai metode pengumpulan data pada penelitian ini.

## 2. Observasi

Observasi adalah sebuah kegiatan untuk mengamati sebuah objek maupun fenomena guna memperoleh suatu pemahaman yang jelas atas hal itu.

Observasi dilakukan dalam penelitian guna mendapatkan informasi-informasi tambahan dengan cara pengamatan langsung di lapangan sehingga dapat mendukung dan melengkapi data yang sudah diperoleh sebelumnya melalui wawancara. Di dalam observasi, prinsip yang dipakai adalah mengamati, menelaah dan merasakan fenomena apa yang benar-benar sedang terjadi.

Menurut Bungin dalam Djaelani (2013), observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Dari segi proses pelaksanaannya, observasi dapat dibedakan menjadi dua, observasi berperan serta (*participation observation*) dan observasi non partisipan (*non participation observation*). Observasi dalam penelitian ini akan dilakukan dengan cara ikut serta dalam kegiatan operasional di lokasi budidaya ikan air tawar yang ada di desa Gendingan, sekaligus mengamati hal-hal apa saja yang berkaitan dengan topik penelitian dan menemukan jawaban atas rumusan masalah.

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan untuk memperoleh data penelitian yang bersifat sebagai bukti dari lokasi penelitian. Data yang diperoleh dapat berupa foto, daftar agenda kegiatan, catatan harian dan sebagainya.



### 3.6 Instrumen Penelitian

#### 3.6.1 Instrumen Skala *Likert*

Dalam sebuah penelitian, tentu diperlukan adanya sebuah cara agar penelitian yang dilakukan bisa membuahkan hasil berupa pengertian, konsep atau teori (dalam penelitian kualitatif) maupun sebuah prediksi (dalam penelitian kuantitatif) yang juga dapat menjadi interpretasi mengenai suatu permasalahan.

Menurut Bogdan dalam Sugiyono (2009) analisis data adalah proses penyusunan data yang diperoleh dari responden kemudian mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data dari setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Adapun analisis data yang dilakukan penulis adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis kompetensi sumber daya manusia di desa Gendingan yang berkecimpung pada bisnis usaha perikanan budidaya
2. Menganalisis penanaman nilai-nilai etika dalam bisnis dan ajaran moral agama yang berkaitan manajemen bisnis
3. Menganalisis praktek-praktek bisnis yang diterapkan para pelaku usaha ditinjau dari nilai-nilai askioma etika bisnis islam dan prinsip-prinsip etika bisnis islam

Setelah data dari lapangan yang diperoleh terkumpul, maka tahap selanjutnya adalah menganalisis dengan melakukan perhitungan hasil kuisioner.

Metode kuisioner pada penelitian ini lebih menekankan pada metode skala *Likert*.

Skala *Likert* sendiri dijelaskan oleh Sugiyono (2009) sebagai metode dalam penelitian yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Data yang diperoleh melalui kuisioner dalam metode skala *Likert* dapat berupa data nominal, ordinal,



interval dan rasio. Dalam penelitian ini, berupa jawaban dari kuisioner menggunakan skala *Likert* akan dinilai dengan skala rasio, mengkuantatiskan jawaban responden dengan bobot nilai yang ada pada tabel berikut :

**Tabel 3.2**  
**Ukuran Alternatif Jawaban Kuisioner**

Pilihan Jawaban	Bobot Nilai
Setuju	5
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	1

Sumber : Data olahan penulis (2021)

Dengan menggunakan metode skala *Likert*, data yang terkumpul akan berbentuk data rasio. Apabila data sudah terkumpul, kemudian dilakukan pengolahan data dan menganalisis data tersebut. Nilai terendah dan nilai tertinggi masing-masing diambil dari banyaknya pernyataan dalam kuesioner yang dikalikan dengan nilai terendah (1) dan nilai tertinggi (5) yang telah ditetapkan.

Setelah skor diperoleh, kemudian dihitung rata-rata skor responden. Data responden secara individu didistribusikan berdasarkan kriteria tertentu, sehingga dapat didistribusikan jawabannya. Kemudian untuk dapat menentukan interval digunakan rumus sebagai berikut

$$i = \frac{bk \text{ maks} - bk \text{ min}}{k}$$

keterangan :

$i$  = interval

$k$  = jumlah kelas

$bk$  = batas kelas





Pendistribusian kriteria atau interpretasi skor secara deskriptif dapat dibagi ke dalam beberap kriteria berikut :

**Tabel 3.3**

**Interpretasi Deskriptif Berdasarkan Skor**

No.	Skor	Interpretasi Deskriptif
1.	1	Rendah
2.	3	Menengah
3.	5	Tinggi

Sumber : Data olahan penulis (2021)

Untuk interpretasi deskriptif berdasarkan skor dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian, dapat dilihat dalam beberapa poin berikut :

a. Untuk variabel  $X_1$  (Aksioma Etika Bisnis Islam) dengan 18 pernyataan, nilai tertinggi dikalikan 5 dan nilai terendah dikalikan 1, maka diperoleh :

- Nilai tertinggi  $18 \times 5 = 90$
- Nilai terendah  $18 \times 1 = 18$

Kemudian kelas interval dihitung  $\{(90 - 18) / 3\} = 24$  maka penulis menentukan kriterianya sebagai berikut :

- Nilai 18 - 42 dikategorikan "Tidak Beretika"
- Nilai 42 - 66 dikategorikan "Cukup Beretika"
- Nilai 66 - 90 dikategorikan "Sangat Beretika"

b. Untuk variabel  $X_2$  (Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam) dengan 15 pernyataan, nilai tertinggi dikalikan 5 dan nilai terendah dikalikan 1, maka diperoleh :

- Nilai tertinggi  $15 \times 5 = 75$
- Nilai terendah  $15 \times 1 = 15$



Kemudian kelas interval dihitung  $\{(75 - 15) / 3\} = 20$  maka penulis menentukan kriterianya sebagai berikut :

- Nilai 15 - 35 dikategorikan "Tidak Berprinsip"
- Nilai 35 - 55 dikategorikan "Cukup Berprinsip"
- Nilai 55 - 75 dikategorikan "Sangat Berprinsip"

c. Untuk variabel Y (Praktek dan Manajemen Bisnis yang Sesuai Ajaran Agama) dengan 7 pernyataan, nilai tertinggi dikalikan dengan 5 dan nilai terendah dikalikan 1, maka diperoleh :

- Nilai tertinggi  $7 \times 5 = 35$
- Nilai terendah  $7 \times 1 = 7$

Kemudian kelas interval dihitung  $\{(35 - 7) / 3\} = 9,3$  maka penulis menentukan kriterianya sebagai berikut :

- Nilai 7 - 16,3 dikategorikan "Tidak Sesuai"
- Nilai 16,3 - 25,6 dikategorikan "Cukup Sesuai"
- Nilai 25,6 - 35 dikategorikan "Sangat Sesuai"

### 3.6.2 Penggunaan MSI (Metode Suksesif Interval) pada Analisis Regresi

#### Linier Berganda

Pada alur sebuah penelitian, terdapat tahapan dimana penelitian yang sudah melakukan penyebaran kuesioner di lapangan dan mengumpulkan data yang sudah ada, maka tahap selanjutnya adalah mengolah data yang sudah terkumpul untuk dihitung dengan perhitungan statistik melalui analisis regresi.

Dalam penelitian ini, data yang terkumpul berupa data skala ordinal, yang mana hal ini tidak dapat dilakukan pada analisis regresi linier berganda, dengan demikian cara yang dapat dilakukan untuk memenuhi analisis regresi linier berganda adalah dengan mengubah data skala ordinal menjadi data skala rasio menggunakan metode suksesif interval. Hays dalam Ningsih & Dukalang (2019) menjelaskan bahwasannya jika data penelitian yang berbentuk skala ordinal tetap dipakasakan



untuk melalui analisis regresi, maka akan diperoleh hasil koefisiensi korelasi yang kecil dan tidak dapat dapat memenuhi model regresi yang akan mengakibatkan kekeliruan dalam interpretasi dari model regresi tersebut.

Transformasi MSI (Metode Suksesif Interval) adalah sebuah metode transformasi data ordinal menjadi data interval atau rasio dengan mengubah proporsi kumulatif setiap perubahan pada kategori menjadi nilai kurva normal bakunya (Ningsih & Dukalang, 2019). Metode perubahadan data ordinal menjadi data interval atau rasio pada penelitian ini dilakukan dengan bantuan program *Microsoft Excel*.

### **3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas**

#### **3.7.1 Uji Validitas**

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan mampu mengukur data dalam sebuah penelitian. Suatu alat ukur yang validitasnya tinggi, akan mempunyai tingkat kesalahan yang kecil sehingga data yang terkumpul adalah data yang memadai.

Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi validitas ingin mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah dibuat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak diukur (Ghozali, 2002). Variabel-variabel terukur dikatakan valid jika mempunyai koefisien korelasi ( $r_{hitung}$ )  $\geq 0,3$  (Sugiyono, 2009). Pengujian validitas instrumen menggunakan bantuan program *SPSS*.

#### **3.7.2 Uji Reliabilitas**

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Dengan kata lain, suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dan stabil



dari waktu ke waktu (Ghozali, 2002). Nilai batas yang digunakan untuk menilai atau untuk menguji apakah setiap variabel dapat dipercaya, handal dan akurat digunakan formulasi *Koefisien Alpha* dari *Cronbach* > 0.60 artinya tingkat reliabilitas sebesar 0,60 merupakan indikasi reliabelnya sebuah konstruk (Bawono, 2006). Rumus Alpha Cronbach adalah sebagai berikut :

$$\alpha = \frac{k \cdot r}{1 + (k - 1)r}$$

Keterangan :

$\alpha$  = koefisien alpha Cronbach

$k$  = jumlah pertanyaan (skala)

$r$  = rata-rata korelasi diantara butir pertanyaan

### 3.8 Metode Analisis Data

Analisis data merupakan serangkaian proses mulai dari mencari, menyusun dan menghitung secara sistematis data yang diperoleh hasil hasil wawancara, catatan lapangan, dokumentasi dan kuesioner dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2009).

Data yang terkumpul dalam penelitian ini akan dianalisis dengan menggunakan metode :

#### a. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Yuliara (2016) model analisis regresi berganda merupakan suatu persamaan yang menggambarkan hubungan antara dua atau lebih variabel bebas ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) dan satu variabel tetap (Y). Tujuan dari analisis regresi linier berganda adalah untuk memprediksi nilai variabel tetap (Y) jika nilai variabel-variabel bebas ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) diketahui. Analisis regresi berganda digunakan karena di dalam



penelitian ini menggunakan dua variabel bebas (independen). Persamaan regresi linier berganda secara matematik dituliskan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan :

$Y$  = variabel tetap (praktek dan manajemen bisnis yang sesuai ajaran agama)

$a$  = konstanta

$b_1$  = koefisien variabel  $X_1$

$b_2$  = koefisien variabel  $X_2$

$X_1$  = variabel bebas 1 (aksioma etika bisnis islam)

$X_2$  = variabel bebas 2 (prinsip-prinsip etika bisnis islam)

#### b. Uji Asumsi Klasik

Hasil dari regresi berganda akan dapat digunakan sebagai alat prediksi yang baik dan tidak bias jika memenuhi beberapa asumsi yang disebut sebagai asumsi klasik. Agar mendapatkan regresi yang baik harus memenuhi asumsi-asumsi yang diisyaratkan untuk memenuhi uji asumsi normalitas dan bebas dari multikolinieritas, heteroskedastisitas, serta autokorelasi (Ghozali, 2005).

##### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah residual model regresi memenuhi asumsi normalitas. Pengujian normalitas dapat dilakukan dengan dua jenis analisis yaitu analisis grafik dan analisis statistik. Analisis grafik dapat dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan melalui analisis grafik adalah sebagai berikut :



Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis atau grafis histogramnya, hal itu menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas

Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram, maka tidak menunjukkan pada distribusi normal, model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas

(Ghozali, 2005)

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik adalah model regresi yang variabel-variabel bebasnya tidak memiliki korelasi yang tinggi atau bebas dari multikolinearitas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal merupakan variabel independen yang nilai antar variabel independen sama dengan nol (0). Deteeksi adanya gejala multikolinearitas dengan menggunakan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan toleransi melalui program SPSS. Model regresi yang bebas multikolinearitas memiliki nilai VIF <10 dan nilai toleransi >0,1 (Ghozali, 2005).

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan varian nilai residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Kemungkinan adanya gejala heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan diagram *scatterplot*, dasar analisisnya dapat dicermati sebagai berikut :



- Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas

- Jika tidak ada pola yang jelas, atau Ketika dilihat titik-titiknya menyebar secara acak dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2005)

Selain menganalisis diagram *scatterplot*, uji heteroskedastisitas juga dilakukan perhitungan statistik. Pada penelitian ini, metode perhitungan statistik yang digunakan adalah metode *Glejser*, sedangkan dasar pengambilan keputusan dalam metode *Glejser* adalah sebagai berikut :

- Jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0.05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
- Jika nilai signifikansinya lebih kecil dari 0.05 maka terjadi gejala heteroskedastisitas

### 3.9 Uji Hipotesis

Cara untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel tetap maka digunakan uji F atau *F-test*. Sedangkan pengaruh masing-masing variabel bebas secara parsial (individu) diukur dengan menggunakan uji t.

#### a. Uji t atau Uji Parsial

Untuk mengetahui apakah variabel bebas secara parsial atau individu berpengaruh positif terhadap variabel tetap maka dilakukan uji t dengan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{bk}{Sbk}$$

Keterangan :

t = ukuran signifikansi dari koefisien regresi secara individu

bk = koefisien regresi



$Sbk$  = kesalahan baku masing-masing parameter

Uji t dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai signifikansi t dengan signifikansi 5%. Jika menggunakan perhitungan dengan menggunakan SPSS, maka pengambilan kesimpulannya sebagai berikut :

- Jika nilai  $sig\ t < sig\ a$  maka  $H_0$  ditolak, artinya masing-masing variabel bebas berpengaruh terhadap perubahan nilai variabel tetap
- Jika nilai  $sig\ t > sig\ a$  maka  $H_0$  diterima, artinya masing-masing variabel bebas tidak mempengaruhi perubahan nilai variabel tetap

#### b. Uji F atau uji simultan

Pengujian simultan bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel tetap. Rumus uji F yang digunakan adalah :

$$F = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan :

$F$  = ukuran signifikansi dari koefisien regresi berganda secara simultan

$k$  = jumlah variabel bebas

$R^2$  = koefisien determinasi

Uji F dilakukan dengan cara membandingkan antara signifikansi  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  dengan signifikansi sebesar 5%. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan berdasarkan probabilitas, yaitu :

1. Jika tingkat signifikansinya ( $\alpha$ )  $> 0,05$  maka semua variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap perubahan variabel tetap
2. Jika tingkat signifikansinya ( $\alpha$ )  $< 0,05$  maka semua variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap perubahan variabel tetap

#### c. Koefisien Determinasi



Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel bebas atau terkait.

Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 sampai dengan 1. Jika nilai  $R^2$  kecil, maka kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variabel tetap sangat kecil. Nilai  $R^2$  yang mendekati 1 akan memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk menjelaskan variasi variabel terkait (Ghozali, 2005).





**BAB IV****HASIL DAN PEMBAHASAN**

Sebelum membahas mengenai hasil penelitian yang akan disampaikan, perlu mengingat bahwa setelah dilakukan penelitian di lapangan, terdapat perubahan pada jumlah responden penelitian. Responden yang direncanakan berjumlah 37 orang, pada akhirnya penelitian ini hanya mampu memperoleh jumlah responden sebanyak 35 orang. Hal ini disebabkan karena adanya kesulitan dalam memperoleh responden di lapangan tepatnya di desa Gendingan.

**4.1 Gambaran Pelaku Usaha Budidaya Ikan Air Tawar di desa Gendingan, Kabupaten Tulungagung**

Para pelaku usaha yang menjadi pembudidaya ikan di desa Gendingan mayoritas memfokuskan produksinya pada jenis ikan konsumsi. Ada beberapa jenis ikan yang ditenakkan, mulai dari ikan gurami, lele, nila dan patin. Pemilihan jenis ikan yang akan ditenakkan ini dipengaruhi setidaknya dua faktor, yaitu :

**a. Faktor nilai jual ikan**

Harga jual ikan di pasar tentu menjadi motivasi atau dorongan yang besar bagi para pelaku usaha untuk berkecimpung dalam bidang ini. Maka para pelaku usaha biasanya cenderung akan membeli benih ikan tertentu yang pada saat itu permintaan di pasar tinggi, kemudian ikan akan dibesarkan hingga mencapai ukuran atau bobot tertentu dan menjualnya

**b. Biaya produksi**

Salah satu contoh jenis ikan yang memerlukan biaya produksi yang cukup besar adalah ikan gurami. Jika selama proses pengembang biakan ikan ada



beberapa hal yang tidak terpenuhi secara maksimal misalnya seperti pakan yang tidak cocok, kualitas air yang kurang maka hasil panen cenderung dirasa kurang maksimal. Oleh sebab itu, biaya produksi menjadi perhitungan yang penting ketika seorang pelaku usaha hendak membeli benih ikan apa yang akan dikembang biakan.

Para pelaku usaha yang menjadi peternak ikan di desa Gendingan mayoritas tergolong ke dalam masyarakat yang terbilang mampu, karena dengan memilih untuk menjadi pengusaha di bidang perikanan ini, setidaknya membutuhkan modal usaha yang cukup besar, baik berupa modal finansial dan modal berupa lahan yang akan dijadikan kolam sebagai pengembang biakan.

Secara kesatuan sosial para pelaku usaha di desa Gendingan ini terbilang interaktif. Para pelaku usaha ini terbiasa untuk berbagi informasi dan wawasan masing-masing yang berkaitan dengan bisnisnya, mulai dari perbincangan mengenai harga ikan di pasar, harga paka, hingga solusi jika terjadi masalah seperti contoh cara pengobatan ikan yang sakit, cara menambah nafsu makan ikan dan informasi yang lain.

Hal menarik yang dapat diamati dari para pelaku usaha budidaya perikanan di desa Gendingan adalah bahwa tidak semua pelaku usaha menjadikan bisnis ternak ikan ini sebagai mata pencahariannya, sebagian besar dari para pelaku usaha ini mempunyai pekerjaan tetap seperti contoh sebagai karyawan swasta, pengusaha, bahkan ada yang bekerja sebagai ASN (Aparatur Sipil Negara). Dengan kata lain, mempunyai bisnis untuk beternak ikan dijadikan sebagai kegiatan usaha yang cukup memadai untuk menunjang pendapatan dan mendapatkan keuntungan.



## 4.2 Karakteristik Responden Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan cara memberikan angket kuesioner kepada 35 responden yang merupakan para pelaku usaha budidaya perikanan di desa Gendingan, dapat diambil beberapa karakteristik responden dalam penelitian ini yang meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pendapatan per bulan, dan lamanya usaha.

### 4.2.1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan karakteristik jenis kelamin, dapat diketahui bahwa responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 3 orang dengan presentase 9% dan responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 32 dengan presentase 91%.

Hal ini dapat diartikan bahwa seluruh responden adalah berjenis kelamin laki-laki

**Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1	Laki-laki	32	91%
2	Perempuan	3	9%
	Jumlah	35	100%

Sumber : Data olahan penulis (2021)

### 4.2.2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan usia, dapat diketahui responden yang berusia 20-30 tahun sebanyak 0 dengan presentase 0%, responden berusia 30-40 tahun sebanyak 7 orang dengan presentase 20%, responden dengan usia 40-50 tahun sebanyak 21 orang dengan presentase 60%, dan responden dengan usia 50-60 tahun sebanyak 7 orang dengan presentase 20%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa responden pada penelitian ini sebagian besar berusia 40-50 tahun.

**Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No.	Usia	Jumlah	Presentase (%)
1.	20-30 tahun	0	0%
2.	30-40 tahun	7	20%
3.	40-50 tahun	21	60%



4.	50-60 tahun	7	20%
	Jumlah	35	100%

Sumber : Data olahan penulis (2021)

#### 4.2.3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Dari hasil data responden, menunjukkan bahwa responden yang berpendidikan terakhir SD sebanyak 0 dengan presentase 0%, responden dengan pendidikan terakhir SMP sebanyak 4 orang dengan presentase 11%, sementara responden dengan pendidikan terakhir SMA sebanyak 26 orang dengan presentase 74%, dan responden dengan pendidikan terakhir sarjana sebanyak 5 orang dengan presentase 15%. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar reponden pada penelitian ini adalah dengan pendidikan terakhir SMA.

**Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Presentase (%)
1.	SD	0	0%
2.	SMP	4	11%
3.	SMA	26	74%
4.	Sarjana	5	15%
	Jumlah	35	100%

Sumber : Data olahan penulis (2021)

#### 4.2.4 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan

Berdasarkan data penelitian, hasil menunjukkan bahwa responden yang mempunyai pendapatan per bulan <1.000.000 dan <2.000.000 adalah sebanyak 0 dengan presentase 0%. Sedangkan responden yang memiliki pendapatan per bulan >2.000.000 sebanyak 3 orang dengan presentase 9% dan responden dengan pendapatan per bulan >3.000.000 sebanyak 32 orang dengan presentase 91%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden pada penelitian ini berpenghasilan >3.000.000 per bulan.



**Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan**

No.	Pendapatan per bulan	Jumlah	Presentase (%)
1.	<1.000.000	0	0%
2.	>1.000.000	0	0%
3.	>2.000.000	3	9%
4.	>3.000.000	32	91%
Jumlah		35	100%

Sumber : Data olahan penulis (2021)

#### 4.2.5 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Lamanya Usaha

Berdasarkan karakteristik lamanya usaha, diketahui bahwa responden dengan lamanya usaha  $\leq 5$  tahun sebanyak 4 orang dengan presentase 11%, responden dengan lamanya usaha 5-10 tahun sebanyak 15 orang dengan presentase 43%, responden dengan lamanya 10-15 tahun sebanyak 12 orang dengan presentase 34%, dan responden dengan lamanya usaha  $\geq 15$  tahun sebanyak 4 orang dengan presentase 11%. Dengan demikian dapat diketahui bahwa responden dengan lamanya usaha 10-15 tahun adalah jumlah yang paling banyak.

**Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Usaha**

No.	Lamanya Usaha	Jumlah	Presentase (%)
1.	$\leq 5$ tahun	4	11%
2.	5-10 tahun	15	43%
3.	10-15 tahun	12	34%
4.	$\geq 15$ tahun	4	11%
Jumlah		35	100%

#### 4.3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Hasil statistik deskriptif kuesioner yang telah diberikan kepada responden dapat dilihat dalam tabel berikut ini :



Tabel 4.6 Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	35	3.00	5.00	4.9429	.33806
X1.2	35	3.00	5.00	4.9429	.33806
X1.3	35	1.00	5.00	4.6571	.90563
X1.4	35	3.00	5.00	4.6571	.76477
X1.5	35	1.00	5.00	4.0857	1.40108
X1.6	35	1.00	5.00	4.5429	1.09391
X1.7	35	1.00	5.00	4.4286	1.24347
X1.8	35	3.00	5.00	4.7143	.71007
X1.9	35	1.00	5.00	4.3714	1.16533
X1.10	35	3.00	5.00	4.8857	.47101
X1.11	35	1.00	5.00	4.7143	.85994
X1.12	35	1.00	5.00	3.5143	1.56000
X1.13	35	1.00	5.00	3.7429	1.61506
X1.14	35	1.00	5.00	4.4857	1.12122
X1.15	35	1.00	5.00	4.6571	.90563
X1.16	35	1.00	5.00	3.4571	1.46213
X1.17	35	3.00	5.00	4.8286	.56806
X1.18	35	3.00	5.00	4.7143	.71007
X2.1	35	1.00	5.00	4.5429	1.09391
X2.2	35	1.00	5.00	4.0857	1.31443
X2.3	35	3.00	5.00	4.6000	.81168
X2.4	35	1.00	5.00	4.4857	1.01087
X2.5	35	3.00	5.00	4.7714	.64561
X2.6	35	3.00	5.00	4.8857	.47101
X2.7	35	3.00	5.00	4.8857	.47101
X2.8	35	1.00	5.00	4.3714	1.16533
X2.9	35	1.00	5.00	4.7714	.80753





X2.10	35	3.00	5.00	4.7143	.71007
X2.11	35	3.00	5.00	4.8857	.47101
X2.12	35	3.00	5.00	4.0857	1.01087
X2.13	35	3.00	5.00	4.6571	.76477
X2.14	35	1.00	5.00	4.3714	1.26225
X2.15	35	1.00	5.00	4.4857	1.22165
Y1	35	3.00	5.00	4.4857	.88688
Y2	35	3.00	5.00	4.9429	.33806
Y3	35	3.00	5.00	4.8857	.47101
Y4	35	1.00	5.00	3.6286	1.16533
Y5	35	3.00	5.00	4.8857	.47101
Y6	35	3.00	5.00	4.6000	.81168
Y7	35	3.00	5.00	4.8286	.56806
Valid N (listwise)	35				

#### 4.4 Analisis Data

Penelitian ini memberikan kuesioner terhadap responden sebanyak 37 orang sehingga diperoleh data yang bersifat primer, data yang diperoleh ini perlu dihitung dengan beberapa metode pengujian. Hal ini dilakukan agar penelitian ini dapat menyajikan data yang akurat. Beberapa tahapan yang akan digunakan untuk menghitung data dalam penelitian ini diantaranya uji kuesioner yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. Kedua menggunakan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Ketiga menggunakan analisis regresi linier berganda dan keempat menggunakan uji hipotesis dengan menggunakan uji F untuk mengetahui secara bersama-sama (simultan), uji t untuk mengetahui secara parsial dan koefisien determinasi ( $R^2$ ).



#### 4.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Berdasarkan penyebaran kuesioner terhadap 35 responden pelaku usaha budidaya di desa Gendingan dapat dikatakan valid jika instrumen atau indikator yang digunakan dalam memperoleh data adalah valid atau reliabel. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode koefisien korelasi *Product Moment* dengan taraf signifikansi 0.05 sedangkan untuk uji reliabilitas yang digunakan adalah metode *Alpha Cronbach*.

##### 4.4.1.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan melihat  $R_{hitung}$  dan  $R_{tabel}$  dari setiap item pernyataan melalui pengolahan data yang dilakukan dengan program *microsoft excel*. Setiap item pernyataan dikatakan valid jika  $R_{hitung} > R_{tabel}$ . Hasil uji validitas dalam penelitian ini dari setiap pernyataan adalah sebagai berikut :

##### a. Uji Validitas Variabel Aksioma Etika Bisnis Islam ( $X_1$ )

Berdasarkan dari hasil pengolahan data, maka uji validitas variabel aksioma etika bisnis islam ( $X_1$ ) adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Aksioma Etika Bisnis Islam ( $X_1$ )**

Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X1.1	0.551	0.333	Valid
X1.2	0.551	0.333	Valid
X1.3	0.595	0.333	Valid
X1.4	0.533	0.333	Valid
X1.6	0.557	0.333	Valid
X1.7	0.599	0.333	Valid
X1.8	0.368	0.333	Valid
X1.9	0.619	0.333	Valid
X1.10	0.344	0.333	Valid
X1.11	0.380	0.333	Valid
X1.12	0.585	0.333	Valid
X1.13	0.527	0.333	Valid
X1.14	0.546	0.333	Valid
X1.15	0.654	0.333	Valid
X1.16	0.509	0.333	Valid
X1.17	0.498	0.333	Valid



X1.18	0.497	0.333	Valid
-------	-------	-------	-------

Sumber: Data Primer Diolah dengan *Microsoft Excel* (2021)

Variabel aksioma etika bisnis islam terdiri dari 18 pernyataan. Korelasi setiap item pernyataan mempunyai nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , sehingga berdasarkan uji validitas menunjukka bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid dan dapat dijadikan sebagai instrumen penelitian. Nilai  $r_{tabel}$  diperoleh dengan menghitung  $df = N-2$  dengan pengujian dua arah pada tingkat signifikansi 0.05 yaitu sebesar 0.333

**b. Uji Validitas Variabel Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam (X<sub>2</sub>)**

Berdasarkan dari hasil pengolahan data, maka uji validitas variabel penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam (X<sub>2</sub>) adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam (X<sub>2</sub>)**

Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X2.1	0.388	0.333	Valid
X2.2	0.353	0.333	Valid
X2.3	0.403	0.333	Valid
X2.4	0.780	0.333	Valid
X2.5	0.704	0.333	Valid
X2.6	0.624	0.333	Valid
X2.7	0.589	0.333	Valid
X2.8	0.714	0.333	Valid
X2.9	0.770	0.333	Valid
X2.10	0.400	0.333	Valid
X2.11	0.518	0.333	Valid
X2.13	0.520	0.333	Valid
X2.14	0.686	0.333	Valid
X2.15	0.372	0.333	Valid

Sumber : Data Primer Diolah dengan *Microsoft Excel* (2021)

Variabel penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam terdiri dari 15 pernyataan. Korelasi setiap item pernyataan mempunyai nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , sehingga berdasarkan uji validitas menunjukka bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid dan dapat dijadikan sebagai instrumen penelitian. Nilai  $r_{tabel}$





diperoleh dengan menghitung  $df = N-2$  dengan pengujian dua arah pada tingkat signifikansi 0.05 yaitu sebesar 0.333

**c. Uji Validitas Variabel Praktek dan Manajemen Bisnis yang Sesuai Ajaran Agama (Y)**

Berdasarkan dari hasil pengolahan data, maka uji validitas variabel praktek dan manajemen bisnis yang sesuai ajaran agama (Y) adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Praktek dan Manajemen Bisnis yang Sesuai Ajaran Agama (Y)**

Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Y2	0.702	0.333	Valid
Y3	0.560	0.333	Valid
Y4	0.799	0.333	Valid
Y5	0.650	0.333	Valid
Y6	0.592	0.333	Valid
Y7	0.511	0.333	Valid

Sumber : Data Primer Diolah dengan *Microsoft Excel* (2021)

Variabel praktek dan manajemen bisnis yang sesuai ajaran agama terdiri dari 7 pernyataan. Korelasi setiap item pernyataan mempunyai nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , sehingga berdasarkan uji validitas menunjukkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid dan dapat dijadikan sebagai instrumen penelitian. Nilai  $r_{tabel}$  diperoleh dengan menghitung  $df = N-2$  dengan pengujian dua arah pada tingkat signifikansi 0.05 yaitu sebesar 0.333

**4.4.1.2 Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas diukur menggunakan metode *Cronbach Alpha* dengan menggunakan program *Microsoft Excel*. Hasil analisis statistik uji reliabilitas dari variabel-variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
Aksioma Etika Bisnis Islam (X <sub>1</sub> )	0.804	0.6	Reliabel





Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam ( $X_2$ )	0.793	0.6	Reliabel
Praktek dan Manajemen Bisnis yang Sesuai Ajaran Agama (Y)	0.615	0.6	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah dengan *Microsoft Excel* (2021)

Berdasarkan tabel 4.12 dapat diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha dari variabel aksioma etika bisnis islam ( $X_1$ ), penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam ( $X_2$ ) serta praktek dan manajemen bisnis yang sesuai ajaran agama lebih besar dari 0.6, sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner dapat digunakan dalam penelitian.

#### 4.5 Distribusi Pernyataan Responden

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui praktek dan manajemen bisnis yang diterapkan oleh para pelaku usaha budidaya perikanan di desa Gendingan ditinjau dari aksioma dan prinsip-prinsip etika bisnis islam bisa memberikan nilai tambah berupa nilai keberkahan dalam usaha serta praktek dan manajemen bisnis yang tidak menyalahi aturan-aturan agama.

##### 4.5.1 Distribusi Pernyataan Responden terhadap Variabel Aksioma Etika Bisnis Islam ( $X_1$ )

Dalam penelitian ini terdapat 18 pernyataan untuk variabel aksioma etika bisnis islam yang diajukan kepada responden. Hasil penelitian responden terhadap variabel aksioma etika bisnis islam adalah sebagai berikut :



**Tabel 4.11 Distribusi Pernyataan Responden terhadap Variabel Aksioma  
Etika Bisnis Islam ( $X_1$ )**

No.	Pernyataan	Skala Nilai			Total	Rata-rata
		S	RR	TS		
1.	Saya mengerti tentang adanya pemahaman mengenai bekerja adalah bentuk dari ibadah	34	1	0	35	<b>4.94</b>
		97%	3%	0%	100%	
2.	Saya mengerti bahwa berbisnis tidak hanya berarti memenuhi kebutuhan hidup tapi juga bentuk rasa syukur kepada Allah SWT	34	1	0	35	<b>4.94</b>
		97%	3%	0%	100%	
3.	Saya meyakini segala sumber daya yang ada merupakan hak milik mutlak dari Allah SWT	30	4	1	35	<b>4.65</b>
		86%	11%	3%	100%	
4.	Saya meyakini bahwa bisnis saya tidak bisa berjalan sesuai rencana tanpa adanya kuasa Allah SWT	29	6	0	35	<b>4.65</b>
		83%	17%	0%	100%	
5.	Saya mengetahui banyak tentang ilmu-ilmu perikanan	23	8	4	35	<b>4.08</b>
		66%	23%	11%	100%	
6.	Saya yakin mampu menjalankan bisnis di bidang perikanan	29	4	2	35	<b>4.54</b>
		83%	11%	6%	100%	
7.	Jika terjadi masalah pada usaha saya, saya mampu mengatasinya	28	4	3	35	<b>4.42</b>
		80%	11%	9%	100%	
8.	Saya mempunyai keterampilan dalam bidang usaha saya	30	5	0	35	<b>4.71</b>
		86%	14%	0%	100%	
9.	Komunikasi merupakan hal penting dalam membangun dan mengembangkan bisnis	26	7	2	35	<b>4.37</b>
		74%	20%	6%	100%	
10.	Saya terbiasa berkomunikasi dengan pelaku usaha lain dalam mengembangkan bisnis saya	33	2	0	35	<b>4.88</b>
		94%	6%	0%	100%	
11.		31	3	1	35	<b>4.71</b>



	Dalam hal teknis, perlu adanya improvisasi untuk membangun bisnis yang lebih baik	89%	9%	3%	100%	
12.	Saya mempunyai ide atau rancangan-rancangan bisnis untuk mengembangkan bisnis saya ke depannya	16	12	7	35	<b>3.51</b>
		46%	34%	20%	100%	
13.	Beretika dalam berbisnis merupakan sebuah hal mendasar dalam membangun bisnis	20	8	7	35	<b>3.74</b>
		57%	23%	20%	100%	
14.	Saya mempunyai komitmen yang jelas dalam mengembangkan bisnis saya	28	5	2	35	<b>4.48</b>
		80%	14%	6%	100%	
15.	Saya selalu menjalankan sholat 5 waktu	30	4	1	35	<b>4.65</b>
		86%	11%	3%	100%	
16.	Saya sering mengikuti kegiatan keagamaan	14	15	6	35	<b>3.45</b>
		40%	43%	17%	100%	
17.	Saya menghormati masyarakat di wilayah saya	32	3	0	35	<b>4.82</b>
		91%	9%	0%	100%	
18.	Saya menanamkan toleransi dalam bermasyarakat	30	5	0	35	<b>4.71</b>
		86%	14%	0%	100%	
<b>Rata-rata</b>						<b>4.45</b>

Sumber : Data olahan penulis (2021)

Tabel 4.6 menunjukkan hasil jawaban kuesioner yang diperoleh dari 37 responden terhadap variabel aksioma etika bisnis islam ( $X_1$ ) :

1. Pernyataan 1 menunjukkan hasil sebanyak 97% menyatakan setuju akan adanya pemahaman bahwa dalam dunia kerja atau dalam hal berbisnis merupakan salah satu bentuk ibadah kepada Allah SWT



2. Pernyataan 2 menunjukkan hasil sebanyak 97% menyatakan setuju bahwa berbisnis tidak hanya kegiatan untuk memenuhi kebutuhan hidup tetapi juga merupakan bentuk rasa syukur kepada Allah SWT
3. Pernyataan 3 menunjukkan hasil sebanyak 86% menyatakan setuju bahwa segala sumber daya yang ada merupakan hak milik mutlak Allah SWT
4. Pernyataan 4 menunjukkan hasil sebanyak 83% menyatakan setuju bahwa bisnis tidak bisa berjalan dengan baik tanpa adanya kuasa dari Allah SWT
5. Pernyataan 5 menunjukkan hasil sebanyak 66% menyatakan setuju bahwa mengetahui banyak tentang ilmu-ilmu perikanan sedangkan 23% menyatakan ragu-ragu mengetahui tentang ilmu-ilmu perikanan dan 11% menyatakan tidak mengetahui tentang ilmu-ilmu perikanan
6. Pernyataan 6 menunjukkan hasil sebanyak 83% menyatakan setuju, yang artinya sebagian besar responden mampu menjalankan bisnis di bidang perikanan
7. Pernyataan 7 menunjukkan hasil sebanyak 80% menyatakan setuju, artinya sebagian besar responden mampu mengatasi masalah pada bisnisnya
8. Pernyataan 8 menunjukkan hasil sebanyak 86% menyatakan setuju mempunyai keterampilan pada bidang usahanya
9. Pernyataan 9 menunjukkan hasil sebanyak 74% menyatakan setuju bahwa komunikasi merupakan hal penting dalam membangun dan mengembangkan bisnis
10. Pernyataan 10 menunjukkan hasil sebanyak 94% menyatakan setuju terbiasa berkomunikasi dengan pelaku usaha lain dalam mengembangkan bisnis



11. Pernyataan 11 menunjukkan hasil sebanyak 89% menyatakan setuju, artinya sebagian besar responden mengetahui bahwa dalam hal teknis perlu adanya improvisasi untuk membangun bisnis yang lebih baik
12. Pernyataan 12 menunjukkan hasil sebanyak 46% menyatakan setuju, 34% menyatakan ragu-ragu dan 20% menyatakan tidak setuju mempunyai ide atau rancangan-rancangan bisnis untuk mengembangkan bisnis kedepannya
13. Pernyataan 13 menunjukkan hasil sebanyak 57% menyatakan setuju, 23% menyatakan ragu-ragu dan 20% menyatakan tidak setuju bahwa beretika dalam berbisnis merupakan hal mendasar dalam membangun bisnis
14. Pernyataan 14 menunjukkan hasil sebanyak 80% menyatakan setuju mempunyai komitmen yang jelas dalam mengembangkan bisnis
15. Pernyataan 15 menunjukkan hasil sebanyak 86% menyatakan setuju selalu menjalankan sholat 5 waktu
16. Pernyataan 16 menunjukkan hasil sebanyak 40% menyatakan setuju, 43% menyatakan ragu-ragu dan 17% menyatakan tidak setuju sering mengikuti kegiatan keagamaan
17. Pernyataan 17 menunjukkan hasil sebanyak 91% menyatakan setuju menghormati masyarakat di wilayahnya
18. Pernyataan 18 menunjukkan hasil sebanyak 86% menyatakan setuju menanamkan toleransi dalam bermasyarakat

Dari data distribusi di atas, diketahui bahwa dari 18 pernyataan yang diajukan, sebagian besar responden mengerti tentang konsep aksioma etika bisnis islam yang diimplementasikan ke dalam kegiatan sehari-hari dan implementasi ke dalam kegiatan bisnisnya. Hal ini dibuktikan dengan nilai rata-rata yang cukup tinggi yaitu sebesar 4,45.



**4.5.2 Distribusi Pernyataan Responden terhadap Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam (X<sub>2</sub>)**

Dalam penelitian ini terdapat 15 item pernyataan untuk variabel penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam yang diajukan kepada responden. Hasil pernyataan responden terhadap variabel penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.12 Distribusi Pernyataan Responden terhadap Variabel Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam (X<sub>2</sub>)**

No.	Pernyataan	Skala Nilai			Total	Rata-rata
		S	RR	TS		
1.	Saya selalu menjual produk sesuai kuantitas atau takaran yang ada	29	4	2	35	4.54
		83%	11%	6%	100%	
2.	Saya tidak pernah melebihi atau mengurangi kuantitas dalam menjual produk usaha	22	10	3	35	4.08
		63%	29%	9%	100%	
3.	Saya selalu memperhatikan kualitas produk usaha yang diperjualbelikan	28	7	0	35	4.60
		80%	20%	0%	100%	
4.	Saya selalu ingin menghasilkan produk usaha yang bermutu tinggi	27	7	1	35	4.48
		77%	20%	3%	100%	
5.	Saya tidak pernah meyakinkan produk usaha saya dengan sumpah	31	4	0	35	4.77
		89%	11%	0%	100%	
6.	Saya mengerti bahwa bersumpah untuk berbisnis itu tidak baik dari ajaran agama	33	2	0	35	4.88
		94%	6%	0%	100%	
7.	Saya mengedepankan sikap ramah terhadap siapapun di lingkungan bisnis saya	33	2	0	35	4.88
		94%	6%	0%	100%	



8.	Saya terbiasa bersedekah	26	7	2	35	<b>4.37</b>
		74%	20%	6%	100%	
9.	Saya suka membangun hubungan baik sesama pelaku bisnis lain	32	2	1	35	<b>4.77</b>
		91%	6%	3%	100%	
10.	Timbulnya hubungan yang baik dalam lingkungan bisnis merupakan hal penting dalam membangun bisnis yang baik	30	5	0	35	<b>4.71</b>
		86%	14%	0%	100%	
11.	Saya selalu menghindari adanya perselisihan di lingkungan bisnis karena hanya akan merugikan diri sendiri atau orang lain	33	2	0	35	<b>4.88</b>
		94%	6%	0%	100%	
12.	Ketika terjadi kontrak, jual beli atau hutang piutang, saya selalu menulis atau mencatatnya	19	16	0	35	<b>4.08</b>
		54%	46%	0%	100%	
13.	Taat administrasi merupakan hal penting agar bisnis dapat berjalan dengan baik	29	6	0	35	<b>4.65</b>
		83%	17%	0%	100%	
14.	Saya tidak menentukan harga barang, tetapi pasar yang akan menentukan harga barang	27	5	3	35	<b>4.37</b>
		77%	14%	9%	100%	
15.	Saya menyadari meskipun ketika harga barang turun, hal itu senantiasa diakibatkan oleh permintaan dan penawaran pasar	29	3	3	35	<b>4.48</b>
		83%	9%	9%	100%	
<b>Rata-rata</b>						<b>4.56</b>

Sumber : Data olahan penulis (2021)

Tabel 4.7 menunjukkan hasil jawaban kuesioner yang diperoleh dari 37 responden terhadap variabel penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam ( $X_2$ ):

1. Pernyataan 1 menunjukkan hasil sebanyak 83% menyatakan setuju selalu menjual produk sesuai kuantitas atau sesuai takaran yang ada



2. Pernyataan 2 menunjukkan hasil sebanyak 63% menyatakan setuju, sedangkan 29% menyatakan ragu-ragu dan 9% menyatakan tidak setuju bahwa responden tidak pernah melebihi atau mengurangi kuantitas dalam menjual produk usahanya
3. Pernyataan 3 menunjukkan hasil sebanyak 80% menyatakan setuju selalu memperhatikan kualitas produk usaha yang diperjual belikan
4. Pernyataan 4 menunjukkan hasil sebanyak 77% menyatakan setuju selalu ingin menghasilkan produk usaha yang bermutu tinggi
5. Pernyataan 5 menunjukkan hasil sebanyak 87% menyatakan setuju dan 11% menyatakan ragu-ragu bahwa responden tidak pernah meyakinkan produk usahanya dengan sumpah
6. Pernyataan 6 menunjukkan hasil sebanyak 94% menyatakan setuju bahwa bersumpah untuk berbisnis itu tidak baik dari ajaran agama
7. Pernyataan 7 menunjukkan hasil sebanyak 94% menyatakan setuju mengedepankan sikap ramah terhadap siapapun di lingkungan bisnisnya
8. Pernyataan 8 menunjukkan hasil sebanyak 74% menyatakan setuju dan 20% menyatakan ragu-ragu terbiasa bersedekah
9. Pernyataan 9 menunjukkan hasil sebanyak 91% menyatakan setuju suka membangun hubungan baik sesama pelaku usaha lain
10. Pernyataan 10 menunjukkan hasil sebanyak 86% menyatakan setuju timbulnya hubungan yang baik dalam lingkungan bisnis merupakan hal penting dalam membangun bisnis yang baik
11. Pernyataan 11 menunjukkan hasil sebanyak 94% menyatakan setuju selalu menghindari adanya perselisihan di lingkungan bisnis karena hanya akan merugikan diri sendiri atau orang lain



12. Pernyataan 12 menunjukkan hasil sebanyak 54% menyatakan setuju dan 46% menyatakan ragu-ragu ketika terjadi kontrak, jual beli atau hutang piutang responden selalu menulis atau mencatatnya
13. Pernyataan 13 menunjukkan hasil sebanyak 83% menyatakan setuju dan 16% menyatakan ragu-ragu bahwa taat administrasi merupakan hal penting agar bisnis dapat berjalan dengan baik
14. Pernyataan 14 menunjukkan hasil sebanyak 77% menyatakan setuju tidak menentukan harga barang, tetapi pasar yang akan menentukan harga barang
15. Pernyataan 15 menunjukkan hasil sebanyak 83% menyatakan setuju bahwa responden menyadari ketika harga barang turun, hal itu diakibatkan oleh permintaan dan penawaran pasar.

Dari data distribusi di atas, dapat diketahui bahwa penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam ke dalam praktek dan manajemen bisnis para pelaku usaha budidaya ikan di desa Gendingan terbilang cukup baik. Hal ini dibuktikan dengan besarnya nilai rata-rata dari variabel  $X_2$  sebesar 4,56.

#### 4.5.3 Distribusi Pernyataan Responden terhadap Variabel Praktek dan Manajemen Bisnis yang Sesuai Ajaran Agama (Y)

Dalam penelitian ini terdapat 7 pernyataan mengenai variabel praktek dan manajemen bisnis yang sesuai ajaran agama (Y). Hasil pernyataan responden terhadap variabel (Y) adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.13 Distribusi Penilaian Responden terhadap Variabel Praktek dan Manajemen Bisnis yang Sesuai Ajaran Agama (Y)**

No.	Pernyataan	Skala Nilai			Total	Rata-rata
		S	RR	TS		
1.	Saya mampu memenuhi kebutuhan hidup dengan menjalankan bisnis ini	26	9	0	35	4.48
		74%	26%	0%	100%	



2.	Saya merasa tenang jika kegiatan bisnis saya tidak menyalahi aturan-aturan syariah	34	1	0	35	<b>4.94</b>
		97%	3%	0%	100%	
3.	Saya selalu berusaha menghindari praktek-praktek bisnis yang menyalahi aturan-aturan syariah	33	2	0	35	<b>4.88</b>
		94%	6%	0%	100%	
4.	Saya berusaha menanamkan prinsip-prinsip agama dalam bisnis saya	13	20	2	35	<b>3.62</b>
		37%	57%	6%	100%	
5.	Saya tidak hanya mementingkan profit yang besar, tetapi juga nilai berkah / mendapatkan pahala di dalam bisnis saya	33	2	0	35	<b>4.88</b>
		94%	6%	0%	100%	
6.	Saya menghendaki motivasi bisnis saya tidak hanya pada dunia, tetapi juga akhirat	28	7	0	35	<b>4.60</b>
		80%	20%	0%	100%	
7.	Saya meyakini bahwa berbisnis dengan cara yang baik & tidak menyalahi aturan agama merupakan bentuk mengesakan Allah SWT	32	3	0	35	<b>4.82</b>
		91%	9%	0%	100%	
<b>Rata-rata</b>						<b>4.60</b>

Sumber : Data olahan penulis (2021)

Tabel 4.9 menunjukkan hasil jawaban kuesioner yang diperoleh dari 35 responden terhadap variabel praktek dan manajemen bisnis yang sesuai ajaran agama (Y) :

1. Pernyataan 1 menunjukkan hasil sebanyak 74% menyatakan setuju dan 26% menyatakan ragu-ragu bahwa responden mampu memenuhi kebutuhan hidup dengan menjalankan bisnisnya
2. Pernyataan 2 menunjukkan hasil sebanyak 97% menyatakan setuju merasa tenang jika kegiatan bisnisnya tidak menyalahi aturan-aturan syariah



3. Pernyataan 3 menunjukkan hasil sebanyak 94% menyatakan setuju selalu menghindari praktek-praktek bisnis yang menyalahi aturan-aturan syariah
4. Pernyataan 4 menunjukkan hasil sebanyak 37% menyatakan setuju sedangkan 57% menyatakan ragu-ragu dan 6% menyatakan tidak setuju berusaha menanamkan prinsip-prinsip agama dalam bisnisnya
5. Pernyataan 5 menunjukkan hasil sebanyak 94% menyatakan setuju bahwa responden tidak hanya mementingkan profit yang besar, tetapi juga nilai berkah atau mendapatkan pahala dalam bisnisnya
6. Pernyataan 6 menunjukkan hasil sebanyak 80% menyatakan setuju dan 22% menyatakan ragu-ragu bahwa responden menghendaki motivasi bisnisnya tidak hanya pada dunia, tetapi juga akhirat
7. Pernyataan 7 menunjukkan hasil sebanyak 91% menyatakan setuju bahwa responden meyakini berbisnis dengan cara yang baik & tidak menyalahi aturan agama merupakan bentuk meng-esakan Allah SWT.

Dari data distribusi di atas, dapat diketahui bahwa para pelaku usaha budidaya ikan air tawar di desa Gendingan terhitung cukup memiliki niatan yang baik dalam mewujudkan praktek dan manajemen bisnis yang sesuai dengan ajaran islam. Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata dari pernyataan variabel praktek dana manajemen bisnis yang sesuai ajaran agama sebesar 4,60.

#### 4.6 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi uji normalitas yang harus memenuhi persyaratan, kemudian uji asumsi klasik dapat tercapai apabila terbebas dari multikolinearitas dan heteroskedastisitas.



### 4.6.1 Uji Normalitas

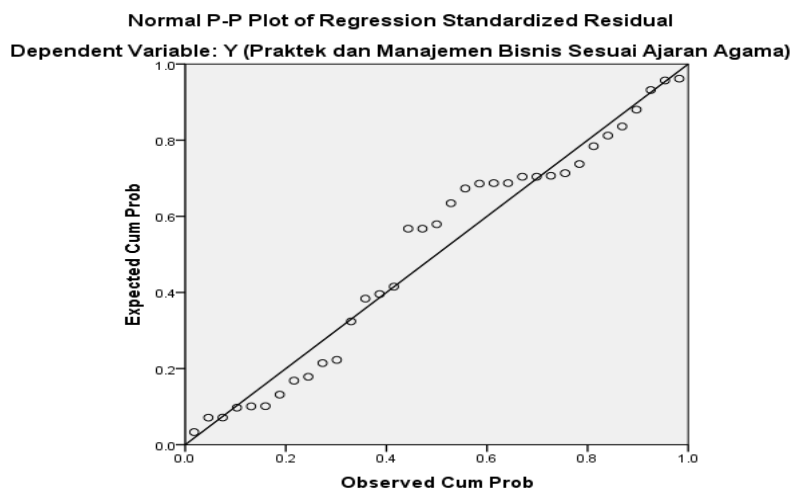
Dijelaskan oleh Ghozali dalam Aprilia (2017), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal seperti diketahui bahwa uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Ada dua cara untuk mengetahui apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

Uji normalitas merupakan uji untuk mengetahui normalitas (normal atau tidaknya) faktor pengganggu (*error terms*). Sebagaimana telah diketahui bahwa faktor pengganggu tersebut diasumsikan memiliki distribusi normal, sehingga uji t atau biasa disebut uji parsial dapat dilakukan. Untuk dapat menguji normalitas model regresi, penelitian ini menggunakan metode *Normal P-Plot Regression Standardized Residual*. Dasar pengambilan keputusan adalah jika data menyebar jauh dari garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji normalitas dapat terpenuhi apabila data yang terlihat mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Hasil pengujian normalitas berupa hasil uji grafik dan hasil uji statistik adalah sebagai berikut :

**Gambar 4.1 Hasil Grafik Uji Normalitas**



Sumber : Data Diolah dengan SPSS (2021)



Tabel 4.14 Hasil Statistik Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		35
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.05227971
Most Extreme Differences	Absolute	.141
	Positive	.098
	Negative	-.141
Test Statistic		.141
Asymp. Sig. (2-tailed)		.076 <sup>c</sup>

Sumber : Data Diolah dengan SPSS (2021)

Hasil pengujian normalitas yang ditunjukkan pada gambar 4.1 dan tabel 4.10 menunjukkan bahwa asumsi normalitas terpenuhi. Hal ini dibuktikan dengan grafik p-plot dengan titik yang terletak di sekitar garis diagonal. Sedangkan hasil uji statistik dibuktikan dengan pengujian *one sample Kolmogorov-smirnov* yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.076 lebih besar dari 0.05.

#### 4.6.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas yaitu aksioma etika bisnis islam dan penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam. Multikolinearitas dapat diketahui dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai *Tolerance* > 0.1 atau *Variance Inflation Factor* < 10, maka tidak terjadi multikolinearitas (Aprilia, 2017). Hasil pengujian menggunakan program SPSS adalah sebagai berikut :



Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	.380	.355		1.073	.291		
X1 (Aksioma Etika Bisnis Islam)	.346	.098	.445	3.515	.001	.578	1.729
X2 (Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam)	.373	.098	.479	3.790	.001	.578	1.729

Sumber : Data Primer Diolah dengan SPSS (2021)

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan hasil nilai *Tolerance* semua variabel lebih dari 0.1 dan nilai VIF dibawah dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini tidak mengalami multikolinearitas.

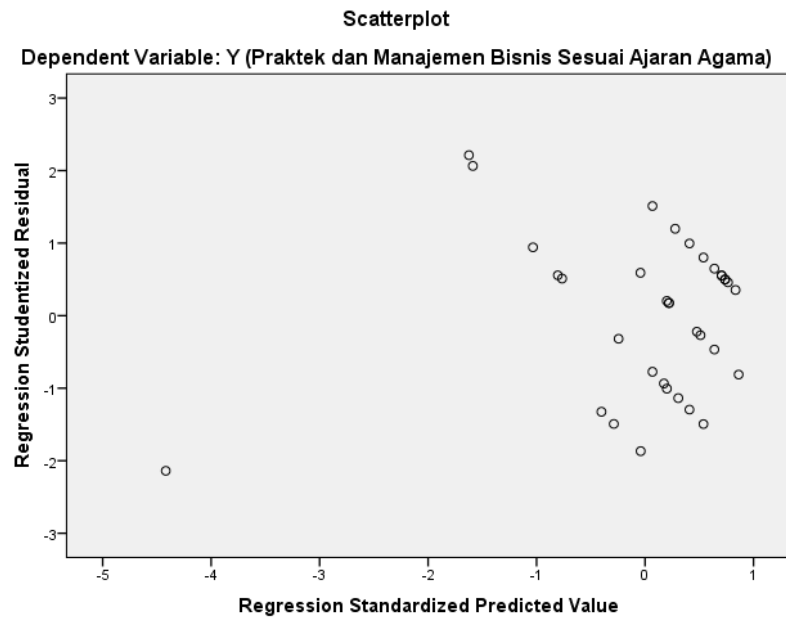
4.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Mengutip dari Aprilia (2017), uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji terjadinya perbedaan *variance residual* satu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas pada penelitian ini dideteksi menggunakan *Scatterplot* yaitu dengan menganalisis plot berdasarkan *Standardized Predictor* dan *Standardized Residual* melalui program SPSS. Pengujian heteroskedastisitas akan dapat dilihat apabila terdapat pola titik-titik yang menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0, maka model uji asumsi klasik tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil pengujian *Scatterplot* dapat dilihat pada gambar berikut :





Gambar 4.2 Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data Diolah dengan SPSS 26.0 (2021)

Selain menggunakan analisis grafik *scatterplot*, hasil uji heteroskedastisitas juga menunjukkan hasil perhitungan menggunakan metode *Glejser* yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.460	.164		2.806	.008
X1 (Aksioma Etika Bisnis Islam)	-.027	.045	-.128	-.605	.550
X2 (Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam)	-.070	.045	-.325	-1.538	.134

Sumber : Data Primer Diolah dengan SPSS (2021)

Gambar 4.2 menunjukkan hasil uji heteroskedastisitas *scatterplot* dimana titik tidak membentuk suatu pola tertentu dan titik-titik menyebar di atas dan di



bawah angka 0. Kemudian pada tabel 4.17 ditunjukkan hasil uji *Glejser* ditunjukkan nilai signifikansi variabel aksioma etika bisnis islam sebesar 0.550 lebih besar dari 0.05 dan nilai signifikansi variabel penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam sebesar 0.134 lebih besar dari 0.05. Dengan demikian, berdasarkan hasil grafik dan hasil statistik yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

#### 4.7 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel bebas terhadap variabel tetap. Berdasarkan analisis regresi dengan menggunakan program SPSS diperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 4.17 Regresi Linier Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.380	.355		1.073	.291
X1 (Aksioma Etika Bisnis Islam)	.346	.098	.445	3.515	.001
X2 (Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam)	.373	.098	.479	3.790	.001

Sumber : Data Primer Diolah dengan SPSS (2021)

Dari hasil pengujian regresi linier berganda menunjukkan nilai koefisien dari kedua variabel bebas bertanda positif (+), hal ini menunjukkan jika variabel aksioma etika bisnis islam dan penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam terpenuhi, mengakibatkan praktek dan manajemen bisnis yang sesuai ajaran agama akan semakin meningkat. Sebaliknya jika bertanda negatif (-), menunjukkan jika variabel aksioma etika bisnis islam dan penerapan prinsip-



prinsip etika bisnis islam tidak terpenuhi, akan mengakibatkan praktek dan manajemen bisnis yang sesuai ajaran agama semakin menurun. Melihat dari tabel 4.18 dapat dijelaskan bahwa :

- Nilai koefisien aksioma etika bisnis islam ( $X_1$ ) sebesar 0.346. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel aksioma etika bisnis islam ( $X_1$ ) berpengaruh positif terhadap praktek dan manajemen bisnis yang sesuai ajaran agama (Y). Artinya, semakin besar pemahaman para pelaku usaha budidaya ikan di desa Gendingan tentang implementasi terhadap nilai-nilai aksioma etika bisnis islam maka semakin meningkatkan praktek dan manajemen bisnis para pelaku usaha sesuai ajaran-ajaran agama islam.

- Nilai koefisien penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam ( $X_2$ ) sebesar 0.373. Hal ini menunjukkan bahwa variabel penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam berpengaruh positif terhadap praktek dan manajemen bisnis yang sesuai ajaran agama (Y). Artinya, semakin meningkatnya kesadaran yang disertai implementasi penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam oleh para pelaku usaha budidaya ikan di desa Gendingan, maka akan semakin meningkat pula praktek dan manajemen bisnis para pelaku usaha yang sesuai ajaran agama islam.

#### 4.8 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan dua cara yaitu uji parsial atau uji t dan uji anova atau uji F. Uji t atau uji parsial bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel tetap. Sedangkan uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas secara parsial (individu).



**4.8.1 Uji t atau Uji Parsial**

Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ , dengan derajat signifikan 5%. Uji t akan berpengaruh signifikan apabila nilai  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  dengan derajat signifikansi  $< 0.05$ . Sedangkan nilai  $t_{tabel}$  pada penelitian ini adalah sebesar 2.036. Berikut adalah hasil dari uji t :

**Tabel 4.18 Hasil Uji t atau Uji Parsial**

Model	Unstandardized Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.380	.355		1.073	.291
X1 (Aksioma Etika Bisnis Islam)	.346	.098	.445	3.515	.001
X2 (Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam)	.373	.098	.479	3.790	.001

Sumber : Data Diolah dengan SPSS (2021)

Berdasarkan tabel 4.18 dapat diperoleh penjelasan sebagai berikut :

- a. Dilihat dari hasil  $t_{hitung}$  variabel aksioma etika bisnis islam ( $X_1$ ) sebesar 3.515 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebesar 2.036. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel aksioma etika bisnis islam ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap praktek dan manajemen bisnis yang sesuai ajaran agama (Y)
- b. Variabel penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam ( $X_2$ ) mempunyai nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3.790 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  yang digunakan pada penelitian ini yaitu sebesar 2.036. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam berpengaruh signifikan terhadap praktek dan manajemen bisnis yang sesuai ajaran agama (Y).





#### 4.8.2 Uji F atau Uji Simultan

Uji F atau uji simultan bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini yang berupa aksioma etika bisnis islam ( $X_1$ ) dan penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel tetap yaitu praktek dan manajemen bisnis yang sesuai ajaran agama ( $Y$ ). Berikut ini merupakan hasil dari uji F atau uji simultan :

Tabel 4.19 Hasil Uji F atau Uji Simultan

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.221	2	.111	38.060	.000 <sup>b</sup>
	Residual	.093	32	.003		
	Total	.314	34			

Sumber : Data Diolah dengan SPSS (2021)

Berdasarkan tabel 4.20, diketahui bahwa secara bersama-sama (simultan) variabel aksioma etika bisnis islam ( $X_1$ ) dan variabel penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap variabel praktek dan manajemen bisnis yang sesuai ajaran agama ( $Y$ ). Hal ini dibuktikan dengan melihat nilai  $F_{hitung}$  sebesar 38.060 lebih besar dari nilai  $F_{tabel}$  yang digunakan pada penelitian ini yaitu sebesar 3.29 dan tingkat signifikansi 0.000 lebih kecil dari  $\alpha$  0.05.



### 4.8.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Hasil analisis regresi diperoleh besarnya koefisien determinasi yang ditunjukkan pada tabel berikut ini :

**Tabel 4.20 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.839 <sup>a</sup>	.704	.686	.05389

Sumber : Data Diolah dengan SPSS (2021)

Dilihat dari besarnya nilai *R Square* menunjukkan hasil sebesar 0.704.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pemahaman mengenai aksioma etika bisnis islam dan penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam memiliki kontribusi sebesar 70,4% terhadap praktek dan manajemen bisnis yang sesuai ajaran agama yang diterapkan oleh para pelaku usaha pembudidaya ikan air tawar di desa Gendingan, Kabupaten Tulungagung.

### 4.9 Pembahasan

Pemahaman para pelaku usaha budidaya ikan air tawar di desa Gendingan, kabupaten Tulungagung mengenai aksioma etika bisnis islam dan penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam berpengaruh terhadap praktek dan manajemen bisnis yang sesuai ajaran agama. Hal ini dibuktikan dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 38.060 lebih besar dari nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3.29 dengan tingkat signifikansi kurang dari 0.05 yang berarti secara keseluruhan variabel aksioma etika bisnis islam dan penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu praktek dan manajemen bisnis yang sesuai ajaran agama.





Hasil perhitungan menggunakan analisis regresi linier berganda pada uji t, diperoleh nilai koefisien regresi dari masing-masing variabel adalah 0.200 untuk aksioma etika bisnis islam ( $X_1$ ) dan 0.191 untuk penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam ( $X_2$ ). Nilai koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa pengaruh dari masing-masing variabel bebas yaitu aksioma etika bisnis islam ( $X_1$ ) dan penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam ( $X_2$ ) adalah positif atau searah terhadap praktek dan manajemen bisnis yang sesuai ajaran agama ( $Y$ ).

#### **4.9.1 Aksioma Etika Bisnis Islam ( $X_1$ ) Berpengaruh terhadap Praktek dan Manajemen Bisnis yang Sesuai Ajaran Agama ( $Y$ )**

Hasil penelitian menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  dari variabel aksioma etika bisnis islam ( $X_1$ ) sebesar 3.515 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  2.036 yang artinya variabel aksioma etika bisnis islam ( $X_1$ ) memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel praktek dan manajemen bisnis yang sesuai ajaran agama ( $Y$ ).

Aspek-aspek yang menjadi acuan dalam memahami aksioma etika bisnis yang diterapkan oleh para pelaku usaha budidaya ikan di desa Gendingan adalah sebagai berikut :

1. Pengetahuan tentang kegiatan bisnis dan nilai-nilai keagamaan
2. Pengetahuan tentang kompetensi di bidang perikanan
3. Keterampilan personal
4. Keterampilan komunikasi
5. Keterampilan teknis dan manajemen bisnis
6. Berkomitmen dalam berbisnis
7. Berperilaku religius
8. Bertanggung jawab dan santun dalam suatu kesatuan sosial

Beberapa aspek di atas, mampu dipahami dan diimplementasikan oleh para pelaku usaha budidaya ikan air tawar di desa Gendingan. Hal yang menunjukkan adanya keseimbangan yang baik antara pemahaman dan



implementasi aksioma etika bisnis islam dan praktek bisnis yang sesuai ajaran agama para pelaku usaha budidaya ikan air tawar di desa Gendingan adalah mengarah pada distribusi pernyataan responden variabel ( $X_1$ ) pada pernyataan 1 dan 2 yang memperoleh hasil rata-rata tertinggi yaitu sebesar 4,94. Pernyataan 1 dan 2 yang berbunyi "Saya mengerti tentang adanya pemahaman mengenai bekerja adalah bentuk dari ibadah" dan "Saya mengerti bahwa berbisnis tidak hanya berarti memenuhi kebutuhan hidup tetapi juga bentuk rasa syukur kepada Allah SWT" dimaknai sebuah acuan para pelaku bisnis budidaya ikan air tawar di desa Gendingan sebagai landasan pola pikir dalam berbisnis. Dalam hal ini, para pelaku usaha budidaya ikan air tawar di desa Gendingan sejatinya memiliki orientasi lebih dalam bisnisnya, tidak hanya berupa keuntungan atau laba tetapi juga nilai tambah berupa nilai keberkahan. Mengingat bahwa dalam ajaran-ajaran ekonomi islam, semua jenis transaksi dalam bisnis didasari oleh prinsip illahiyah (ketuhanan). Aktivitas bisnis yang diajarkan islam tidak hanya mempunyai orientasi duniawi semata, tetapi orientasi yang diajarkan islam lebih dari itu, yakni bisnis dalam islam adalah manifestasi kehambaan manusia kepada Allah SWT melalui amal duniawi yaitu bisnis. Sejalan dengan yang disampaikan oleh Aziz dalam Anindya (2017), bahwa dalam islam, bisnis dan etika tidak harus dipandang sebagai dua hal yang bertentangan, bisnis dimaknai sebagai upaya dalam mencukupi kebutuhan hidup, tetapi juga sebagai bentuk investasi akhirat. Artinya, jika bisnis dijalankan dengan mengedepankan nilai-nilai keberkahan, maka bisnis akan sejalan dengan etika dan moral, serta dimudahkan oleh Allah SWT segala urusannya.

#### **4.9.2 Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam ( $X_2$ ) Berpengaruh terhadap Praktek dan Manajemen Bisnis yang Sesuai Ajaran Agama (Y)**

Hasil penelitian menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  dari variabel penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam ( $X_2$ ) sebesar 3.790 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  2.036 yang



artinya variabel penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam ( $X_2$ ) memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel praktek dan manajemen bisnis yang sesuai ajaran agama (Y).

Prinsip-prinsip etika bisnis islam yang sudah dijelaskan pada bab II, diantaranya adalah:

1. Jujur dalam Takaran
2. Menjual Barang yang Bermutu Baik
3. Tidak Menggunakan Sumpah
4. Ramah dan Bermurah Hati
5. Membangun Hubungan yang Baik
6. Tertib Administrasi
7. Menentukan Harga dengan Transparan

Dari beberapa prinsip-prinsip etika bisnis islam di atas, hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai rata-rata distribusi pernyataan responden atas variabel penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam ( $X_2$ ) sebesar 4,56. Hal ini dinilai cukup baik karena para pelaku usaha budidaya ikan air tawar di desa Gendingan secara langsung menerapkan prinsip-prinsip tersebut, tetapi juga didapatkan hasil dari pernyataan responden atas variabel penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam ( $X_2$ ) yang menyatakan tidak setuju pada poin-poin pernyataan tertentu.

Prinsip-prinsip etika bisnis islam yang sudah dijelaskan sebelumnya merupakan prinsip-prinsip dalam menjalankan aktivitas bisnis yang diajarkan oleh islam. Dengan begitu, jika prinsip-prinsip etika bisnis islam dijalankan secara maksimal begitu juga dengan mempertahankannya, maka pencapaian bisnis yang diraih adalah pencapaian bisnis yang disyariatkan oleh islam sekaligus sejalan dengan aspek-aspek ekonomi. Di sini lah momen dimana para pelaku usaha budidaya ikan air tawar di desa Gendingan seharusnya menjalankan prinsip-prinsip etika bisnis islam secara maksimal agar pencapaian ekonomi yang



diinginkan dapat terwujud sehingga membuah hasil berupa kesejahteraan sosial dan ekonomi serta memperoleh nilai keberkahan dari Allah SWT.

#### **4.9.3 Praktek dan Manajemen Bisnis Para Pelaku Usaha Budidaya Ikan Air**

##### **Tawar di Desa Gendingan Ditinjau dari Aksioma Etika Bisnis Islam dan Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam**

Sejalan dengan diperolehnya hasil penelitian bahwasannya aspek aksioma etika bisnis islam mempengaruhi praktek dan manajemen bisnis para pelaku usaha budidaya ikan air tawar di desa Gendingan, hasil penelitian yang serupa dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Iltiham & Danif (2016) yang mana penelitiannya berusaha menganalisis penerapan etika bisnis islam dan sistem pelaksanaan pada manajemen perhotelan di PT. Syariah *Guest House* Malang. Dijelaskan bahwa PT. Syariah *Guest House* Malang adalah salah satu contoh bisnis perhotelan yang meskipun dalam skalanya tergolong kecil tetapi mampu menjunjung tinggi dan melaksanakan prinsip-prinsip etika bisnis islam dalam manajemennya. Dari hasil penelitian yang dikemukakan, penerapan etika bisnis islam pada suatu bidang bisnis tentu mendapat nilai tambah atau keuntungan tersendiri bagi pelaku usaha yang menjalankannya. Salah satu contohnya adalah membangkitkan motivasi dalam bekerja karena aktivitas bisnis yang didasarkan pada prinsip illahiyah sehingga tidak adanya kekhawatiran akan adanya penyimpangan bentuk aktivitas bisnis yang tidak dibolehkan oleh islam. Selain itu, dapat menciptakan keunggulan dalam bersaing.

Aspek-aspek yang terkandung dalam aksioma etika bisnis islam pada penelitin ini yang meliputi aspek pengetahuan, keterampilan serta etika dan perilaku tentunya akan sangat mumpuni jika dijadikan sebagai acuan dalam berbisnis yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan usaha saja, tetapi diikuti penanaman orientasi berupa nilai keberkahan yang diberikan Allah SWT. Nilai berupa keberkahan ini bisa saja bias tidak dapat dirasakan dampaknya secara



langsung atau tidak dapat dihitung berdasarkan besarnya nominal maupun kuantitas, tetapi nilai keberkahan ini akan dirasakan dampaknya secara langsung, dengan sendirinya dan tanpa disangka-sangka. Hal ini tercermin di dalam Al-Qur'an melalui firman Allah sebagai berikut :

*“Dan memberinya rezeki dari arah yang tiada disangka-sangkanya. Dan barangsiapa yang bertawakkal kepada Allah niscaya Allah akan mencukupkan (keperluan)nya. Sesungguhnya Allah melaksanakan urusan yang (dikehendaki)Nya. Sesungguhnya Allah telah mengadakan ketentuan bagi tiap-tiap sesuatu” (QS. At-Thalaq ayat 3).*

Di sisi lain, hasil yang ditemukan pada penelitian ini adalah penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam mempengaruhi praktek dan manajemen bisnis yang sesuai ajaran agama. Penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam oleh para pelaku usaha budidaya ikan air tawar di desa Gendingan yang dinilai cukup baik juga tercermin dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Elfi dan Nuriani (2016) yang menganalisis implementasi etika bisnis islam (studi pada rumah makan wong Solo, Medan). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa dengan implementasi etika bisnis islam membawa banyak dampak positif, diantaranya rumah makan wong Solo memiliki banyak pelanggan karena puas dengan pelayanannya yang tercermin melalui etika bisnis islam, rumah makan wong Solo memiliki cabang yang tersebar hampir di seluruh wilayah Indonesia dan rumah makan wong Solo juga mendapat banyak penghargaan di bidang kuliner. Hal inilah yang seharusnya dicontoh oleh para pelaku usaha dalam menjalankan segala bentuk aktivitas bisnisnya. Karena terbukti dengan adanya implementasi etika bisnis islam akan banyak sekali nilai manfaat dan nilai positif lainnya yang dapat dicapai dengan mengedepankan etika bisnis islam sebagai landasan pola pikir bagi para pelaku usaha dalam menjalankan bisnis.



## BAB V

## KESIMPULAN DAN SARAN

## 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian yang dijelaskan pada bab sebelumnya, kesimpulan yang dapat diambil pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pemahaman sekaligus bentuk implementasi dari aspek-aspek dalam aksioma etika bisnis islam yang meliputi tauhid (unity), keseimbangan (equilibrium), kehendak bebas (free will), dan tanggung jawab (responsibility) berpengaruh signifikan terhadap praktek dan manajemen bisnis yang sesuai ajaran agama (islam) yang dilakukan oleh para pelaku bisnis budidaya ikan air tawar di desa Gendingan. Para pelaku usaha budidaya ikan air tawar di desa Gendingan memiliki orientasi bisnis yang tidak hanya didasarkan pada keuntungan usaha atau laba tetapi juga memiliki orientasi keberkahan di dalam bisnisnya. Hal ini tentunya mengakibatkan adanya sebuah pencapaian dalam bisnis yang tidak hanya berupa pencapaian ekonomi yang baik dan kesejahteraan sosial tetapi juga pencapaian untuk mendapatkan ridho Allah SWT melalui amal duniawi yaitu bisnis.
2. Para pelaku usaha budidaya ikan air tawar di desa Gendingan secara keseluruhan menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis islam dengan baik. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan responden dalam penelitian ini yang sebagian besar menyatakan setuju menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis islam. Sehingga penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam mempengaruhi secara signifikan praktek dan manajemen



bisnis yang sesuai ajaran agama. Semakin tinggi penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam yang dilakukan oleh para pelaku usaha budidaya ikan air tawar di desa Gendingan, maka akan semakin menegaskan bahwa praktek dan manajemen bisnis yang dijalankan oleh para pelaku usaha budidaya ikan air tawar di desa Gendingan sesuai dengan ajaran islam.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang sudah dijelaskan sebelumnya, berikut beberapa saran yang dapat diberikan kepada pihak-pihak terkait :

1. Untuk para pelaku usaha budidaya ikan air tawar di desa Gendingan yang sudah memahami mengenai aspek-aspek aksioma etika bisnis islam dan menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis islam dengan baik agar tetap mempertahankan etika bisnis islam sebagai landasan pola pikir sekaligus sebagai acuan dalam menjalankan bisnis yang serasi dengan ajaran-ajaran islam. Sedangkan bagi para pelaku usaha budidaya ikan air tawar di desa Gendingan yang belum sepenuhnya memahami aspek aksioma etika bisnis islam dan belum sepenuhnya menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis islam supaya menambah wawasan tentang etika bisnis islam agar nantinya pencapaian ekonomi, kesejahteraan sosial maupun mendapatkan nilai keberkahan dalam berbisnis dapat tercapai.
2. Tokoh-tokoh masyarakat seperti halnya ulama agar memberikan wawasan dan pengetahuan tentang etika bisnis islam secara lebih mendalam, mudah diterima dan mudah dipahami oleh para pelaku usaha budidaya ikan air tawar di desa Gendingan. Dengan demikian, etika bisnis islam bisa menjadi landasan pola pikir bagi masyarakat dalam menjalankan aktivitas bisnis.



3. Untuk penelitian selanjutnya yang memiliki bahasan serupa dengan topik penelitian ini agar melakukan penelitian yang mengambil ruang lingkup penelitian tidak hanya responden yang beragama islam. Agar nantinya etika bisnis islam dapat diterima dan diimplementasikan secara luas sebagai wawasan dalam menjalankan bisnis tidak hanya untuk masyarakat muslim tetapi juga masyarakat non muslim.
4. Bagi para praktisi, akademisi maupun mahasiswa yang berfokus pada bidang ekonomi islam dapat menyumbangkan pemikiran maupun wawasannya tentang etika bisnis islam melalui karya tulis baik buku, jurnal atau artikel ilmiah lainnya. Melalui karya tulis tersebut diharapkan mampu menambah pengetahuan dan wawasan khususnya tentang etika bisnis islam untuk khalayak umum.





## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Zaenal. 2006. *Pendekatan Kualitatif pada Skripsi Mahasiswa Psikologi UNDIR Tahun 2006*. Jurnal Psikologi Universitas Diponegoro Vol. 3 Nomor 2
- Afrizal, Rahmat. 2017. *Etika Bisnis Islam Perspektif Muhammad Djakfar*. Medan : Universitas Negeri Sumatera Utara
- Ahmad Abuznaid, Samir. 2009. *Business Ethics in Islam : The Glaring Gap in Practice*. International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management, Vol. 2 Iss 4 pp. 278-288
- Akmal & Abidin, Zainal. 2015. *Korelasi Antara Islam dan Ekonomi*. Jurnal Penelitian, Vol.9 No.1
- Almorharby, Darwish. 2011. *The Current World Business Meltdown : Islamic Religion as A Regulator*. Humanomics, Vol. 27 Iss 2 pp. 97-108
- Anindya, Desy Astrid. 2017. *Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Keuntungan Usaha pada Wirausaha di Desa Delitua Kecamatan Delitua*. At-Tawassuth, Vol. II Nomor 2, hlm. 389-412
- Aprilia, Ayu Bella. *Pengaruh Implementasi Etika Bisnis Islam terhadap Preferensi Konsumen Salon dan Spa Muslimah (Studi di Salon dan Spa Muslimah Yasna Malang)*. 2017. Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
- Atmadja, Anantawikrama Tungga. 2013. *Pergulatan Metodologi dan Penelitian Kualitatif dalam Ranah Ilmu Akuntansi*. Jurnal Akuntansi Profesi Vol. 3 Nomor 2
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung : Data Perikanan  
<https://tulungagungkab.bps.go.id/subject/56/perikanan.html#subjekViewTab3> Diakses pada tanggal 03 November 2019
- Baidan, Nashruddin dan Aziz, Erwati. 2008. *Etika Islam Dalam Berbisnis*. Solo : Zada Haniva
- Barus, Elida Elfi dan Nuriani. 2016. *Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi pada Rumah Makan Wong Solo Medan)*. Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam Vol. 2 Nomor 2
- Bawono, Anton. 2006. *Multivariate Analysis dengan SPSS*. Salatiga : STAIN Salatiga Press
- Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Tulungagung. *Produksi dan Nilai Produksi*. <http://dkp.tulungagung.go.id/index.php/statistik/produksi-dan-nilai-produksi> . Diakses pada tanggal 25 Oktober 2018
- Djaelani, Aunu Rofiq. 2013. *Teknik Pengumpulan Data dalam Penelitian Kualitatif*. Semarang : Majalah ilmiah Pawiyata Vol. XX, No. 1, hlm. 82-92



Djakfar, Muhammad. 2012. *Etika Bisnis : Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Jakarta : Penebar Plus

Fauzan. 2014. *Hubungan Religiusitas dan Kewirausahaan : Sebuah Kajian Empiris dalam Perspektif Islam*. MODERNISASI, Volume 10 Nomor 2

Fauzia, Ika Yunia. 2013. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta : Pranedamedia Group

Firmansyah, Adimas Fahmi. 2013. *Praktek Etika Bisnis Islam (Studi Kasus pada Toko Santri Syariah Surakarta)*. Yogyakarta : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Hanafi, Syafiq Mahmadah & Sobirin, Achmad. 2002. *Relevansi Ajaran Agama dalam Aktivitas Ekonomi (Studi Komparatif Antara Ajaran Islam dan Kapitalisme)*. IQTISAD Journal of Islamic Economics Vol.3 No.1

Harahap, Sofyan. 2011. *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. Jakarta : Salemba Empat

Hassan, Abul. 2016. *Islamic Ethical Responsibilities for Business and Sustainable Development*. Humanomics, Vol 32 Iss 1 pp. 80-94

Hayati, Naila. 2015. *Pemilihan Metode yang Tepat dalam Penelitian (Metode Kuantitatif dan Metode Kualitatif)*. Jurnal Tarbiyah al-Awlad Vol. IV Edisi 1, hlm. 345-357

Herdiansyah, Haris. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta : Salemba Humanika

Hulaimi, Ahmad. Sahri, dan Moh. Huzaini. 2017. *Etika Bisnis Islam dan Dampaknya terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi*. JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam) – Vol. 2 Nomor 1

Idrus, M.S & Priyono. 2014. *Penelitian Kualitatif di Manajemen dan Bisnis*. Sidoarjo : Zifatama

Iltiham, Muhammad Fahmul & Danif. 2016. *Penerapan Konsep Etika Bisnis Islam pada Manajemen Perhotelan di PT. Syari'ah Guest House Malang*. Jurnal Malia Vol. 7 Nomor 2

Iryani, Eva. 2014. *Falsafah Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*. Jurnal Imliah Universitas Batanghari Jambi Vol. 14 No. 3

Ismaeel, Muatasim & Katharina Blaim. 2012. *Toward Applied Islamic Business Ethics : Responsible Halal Business*. Journal of Management Development, Vol. 31 Iss 10 pp. 1090-1100

Juliansyah, Abdul Khalik. 2013. *Perbandingan Minat Siswa dalam Belajar Pendidikan Jasmani di Pedesaan dan Perkotaan*. Universitas Pendidikan Indonesia

Karishma W, Yogiswara dan Tika Widiastuti. 2017. *Etika Bisnis dalam Pengelolaan Bisnis di Pesantren Mukmin Mandiri*. Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan Vol. 4 Nomor 6, hlm. 464-477



Maharani, Dewi. 2018. *Ekonomi Islam : Solusi Terhadap Masalah Sosial-Ekonomi*. Intiqad : Jurnal Agama dan Pendidikan Islam

Muhamad. 2013. *Kesatuan Bisnis dan Etika dalam Al-Qur'an : Upaya Membangun Kerangka Bisnis Syariah*. Jurnal Tsaqafah Vol. 9 Nomor 1

Mursidah, Umi. 2017. *Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional (Studi Pasar Betun Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat)*.

Mutmainah, Rika dan Sumardjo. 2014. *Peran Kepemimpinan Kelompok Tani dan Efektivitas Pemberdayaan Tani*. Jurnal Sosiologi Pedesaan Vol. 02, No. 03 hlm. 182-199

Nabila, Asma. 2016. *Konsep Harga dalam Islam*. <https://www.kompasiana.com/asmanabila/5850fea986afbdb31c5d3fdf/konsep-harga-dalam-islam?page=all> . Diakses pada tanggal 12 Maret 2018

Ningsih, Setia & Dukulang, Hendra. 2019. *Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda*. Jambura Journal of Mathematics Volume 1 Nomor 1

Raco, J.R. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Jakarta : Grasindo

Ragab Rizk, Riham. 2008. *Back To Basics : An Islamic Perspective on Business and Work Ethics*. Journal Social Responsibility, Vol. 4 Iss 1/2 pp. 246-254

Riduwan. 2010. *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung : Alfabeta

Rohmah, Siti. 2014. *Penereapan Nilai-nilai Etika Bisnis Islam di Hotel Madani Syariah Yogyakarta*. Yogyakarta : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Romadhoni, Fery. 2017. *Pola Konsumsi di Kalangan Pecandu Game Let's Get Rich di Komunitas Xlite Tenggara*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 5 (1) : 235-247

Santosa, Ery Wibowo Agung. 2011. *Ekonomi Islam dalam Konteks Ke-Indonesia-an (Perspektif Jalan Ketiga)*. Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang

Saryono. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Bidang Kesehatan*. Yogyakarta : Nuha Medika

Siregar, Rosnani. 2015. *Etika Bisnis Pengusaha Muslim Terhadap Pelayanan Konsumen dalam Meningkatkan Daya Beli Masyarakat (Studi Kasus Pedagang Pusat Kota Padangsidimpuan)*. Tazkir Vol.1 Nomor 2

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung : Alfabeta

Sumantri, Rinol dan Nur Aisyah Yuliza. 2015. *Teori-teori Etika Perilaku Bisnis dan Pandangan Islam tentang Perilaku Etika Bisnis*. I-Economics Journal Vol.1 Nomor 1

Syathori, Ahmad. 2016. *Konsep Welfare-Economic Antara Etika Bisnis Islam dan Protestan*. Jurnal Risalah Vol.1 Nomor 1



Wahidmurni. 2017. *Pemaparan Metode Penelitian Kualitatif*. Laporan Penelitian, tidak diterbitkan. Malang : Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim

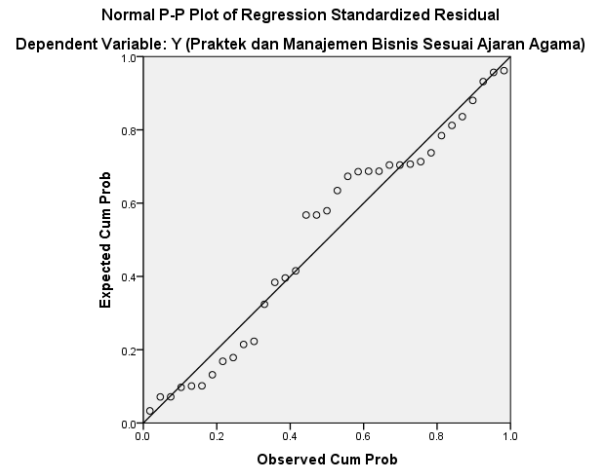
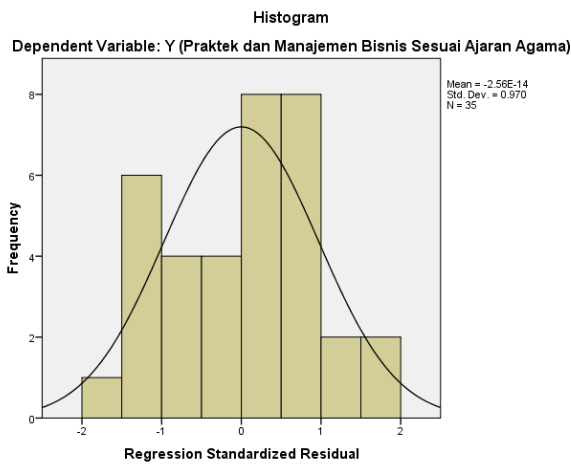
Yuliara, I Made. 2016. *Regresi Linier Berganda*. Bali : Jurusan Fisika Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Udayana





# DAFTAR LAMPIRAN

## LAMPIRAN I HASIL PENGOLAHAN SPSS



### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		35
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.05227971
Most Extreme Differences	Absolute	.141
	Positive	.098
	Negative	-.141
Test Statistic		.141
Asymp. Sig. (2-tailed)		.076 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

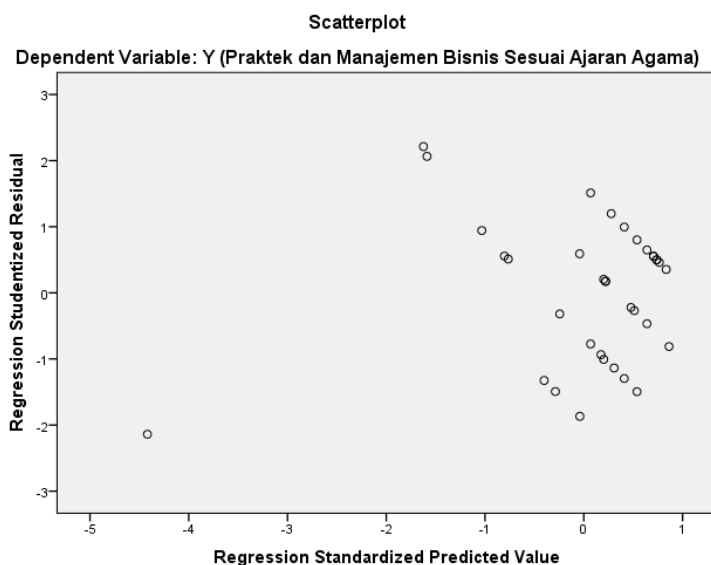




**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.380	.355		1.073	.291		
X1 (Aksioma Etika Bisnis Islam)	.346	.098	.445	3.515	.001	.578	1.729
X2 (Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam)	.373	.098	.479	3.790	.001	.578	1.729

a. Dependent Variable: Y (Praktek dan Manajemen Bisnis Sesuai Ajaran Agama)



**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.839 <sup>a</sup>	.704	.686	.05389

a. Predictors: (Constant), X2 (Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam), X1 (Aksioma Etika Bisnis Islam)





**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.221	2	.111	38.060	.000 <sup>b</sup>
	Residual	.093	32	.003		
	Total	.314	34			

a. Dependent Variable: Y (Praktek dan Manajemen Bisnis Sesuai Ajaran Agama)

b. Predictors: (Constant), X2 (Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam), X1 (Aksioma Etika Bisnis Islam)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.380	.355		1.073	.291
	X1 (Aksioma Etika Bisnis Islam)	.346	.098	.445	3.515	.001
	X2 (Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam)	.373	.098	.479	3.790	.001

a. Dependent Variable: Y (Praktek dan Manajemen Bisnis Sesuai Ajaran Agama)





## LAMPIRAN II KUESIONER PENELITIAN

## KUESIONER PENELITIAN

PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM GUNA MEMBANGUN BISNIS  
YANG ISLAMI

(Studi Kasus pada Pelaku Usaha Budidaya Ikan Air Tawar di Desa  
Gendingan, Kabupaten Tulungagung)

Oleh :

Moch. Adam Amri Hanafi

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam

Jurusan Ilmu Ekonomi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Brawijaya

Saya saat ini sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir kuliah (skripsi). Saya membutuhkan bantuan anda menjadi responden dalam penelitian ini dengan mengisi angket. Informasi yang diterima dari kuesioner ini akan **bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis**. Terimakasih atas bantuan dan kerjasama anda.

## I. IDENTITAS RESPONDEN

Mohon dengan hormat kesediaan anda untuk menjawab pertanyaan di bawah ini dengan memberi tanda silang (X) pada pertanyaan berikut :

1. Nama : **(BOLEH DIKOSONGI)**
2. Jenis Kelamin :
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan
3. Usia :
  - a. 20-30 tahun
  - b. 30-40 tahun
  - c. 40-50 tahun
  - d. 50-60 tahun
4. Pendidikan Terakhir :
  - a. SD
  - b. SMP
  - c. SMA
  - d. Sarjana



5. Pendapatan per bulan :
  - a.  $\leq 1.000.000$
  - b.  $\geq 1.000.000$
  - c.  $\geq 2.000.000$
  - d.  $\geq 3.000.000$
6. Lamanya Usaha
  - a.  $\leq 5$  tahun
  - b. 5 - 10 tahun
  - c. 10 - 15 tahun
  - d.  $\geq 15$  tahun

**II. PETUNJUK PENGISIAN :**

Berikut ini terdapat sejumlah pernyataan yang berkaitan dengan penelitian.

Anda diminta untuk memilih pernyataan yang sesuai dengan diri anda. Berikan tanda centang (✓) pada kolom yang sudah disediakan sesuai dengan pernyataan yang tertulis. Pilihan jawaban yang dapat anda gunakan adalah sebagai berikut :

- S** = Setuju
- RR** = Ragu-ragu
- TS** = Tidak Setuju

**III. PERNYATAAN**

**1. Variabel  $X_1$  = Aksioma Etika Bisnis Islam**

No.	Pernyataan	S	RR	TS
1.	Saya mengerti tentang adanya pemahaman mengenai bekerja adalah bentuk dari ibadah			
2.	Saya mengerti bahwa berbisnis tidak hanya berarti memenuhi kebutuhan hidup tapi juga bentuk rasa syukur kepada Allah SWT			
3.	Saya meyakini segala sumber daya yang ada merupakan hak milik mutlak dari Allah SWT			
4.	Saya meyakini bahwa bisnis saya tidak bisa berjalan sesuai rencana tanpa adanya kuasa Allah SWT			
5.	Saya mengetahui banyak tentang ilmu-ilmu perikanan			
6.	Saya yakin mampu menjalankan bisnis di bidang perikanan			





7.	Jika terjadi masalah pada usaha saya, saya mampu mengatasinya			
8.	Saya mempunyai keterampilan dalam bidang usaha saya			
9.	Komunikasi merupakan hal penting dalam membangun dan mengembangkan bisnis			
10.	Saya terbiasa berkomunikasi dengan pelaku usaha lain dalam mengembangkan bisnis saya			
11.	Dalam hal teknis, perlu adanya improvisasi untuk membangun bisnis yang lebih baik			
12.	Saya mempunyai ide atau rancangan-rancangan bisnis untuk mengembangkan bisnis saya ke depannya			
13.	Beretika dalam berbisnis merupakan sebuah hal mendasar dalam membangun bisnis			
14.	Saya mempunyai komitmen yang jelas dalam mengembangkan bisnis saya			
15.	Saya selalu menjalankan sholat 5 waktu			
16.	Saya sering mengikuti kegiatan keagamaan			
17.	Saya menghormati masyarakat di wilayah saya			
18.	Saya menanamkan toleransi dalam bermasyarakat			

**2. Variabel X<sub>2</sub> = Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam**

No.	Pernyataan	SS	RR	TS
1.	Saya selalu menjual produk sesuai kuantitas atau takaran yang ada			
2.	Saya tidak pernah melebihi atau mengurangi kuantitas dalam menjual produk usaha			
3.	Saya selalu memperhatikan kualitas produk usaha yang diperjualbelikan			
4.	Saya selalu ingin menghasilkan produk usaha yang bermutu tinggi			





5.	Saya tidak pernah meyakinkan produk usaha saya dengan sumpah			
6.	Saya mengerti bahwa bersumpah untuk berbisnis itu tidak baik dari ajaran agama			
7.	Saya mengedepankan sikap ramah terhadap siapapun di lingkungan bisnis saya			
8.	Saya terbiasa bersedekah			
9.	Saya suka membangun hubungan baik sesama pelaku bisnis lain			
10.	Timbulnya hubungan yang baik dalam lingkungan bisnis merupakan hal penting dalam membangun bisnis yang baik			
11.	Saya selalu menghindari adanya perselisihan di lingkungan bisnis karena hanya akan merugikan diri sendiri atau orang lain			
12.	Ketika terjadi kontrak, jual beli atau hutang piutang, saya selalu menulis atau mencatatnya			
13.	Taat administrasi merupakan hal penting agar bisnis dapat berjalan dengan baik			
14.	Saya tidak menentukan harga barang, tetapi pasar yang akan menentukan harga barang			
15.	Saya menyadari meskipun ketika harga barang turun, hal itu senantiasa diakibatkan oleh permintaan dan penawaran pasar			

**3. Variabel Y = Praktek dan Manajemen Bisnis yang Sesuai Ajaran Agama**

No.	Pernyataan	SS	RR	TS
1.	Saya mampu memenuhi kebutuhan hidup dengan menjalankan bisnis ini			
2.	Saya merasa tenang jika kegiatan bisnis saya tidak menyalahi aturan-aturan syariah			
3.	Saya selalu berusaha menghindari praktek-praktek bisnis yang menyalahi aturan-aturan syariah			
4.	Saya berusaha menanamkan prinsip-prinsip agama dalam bisnis saya			





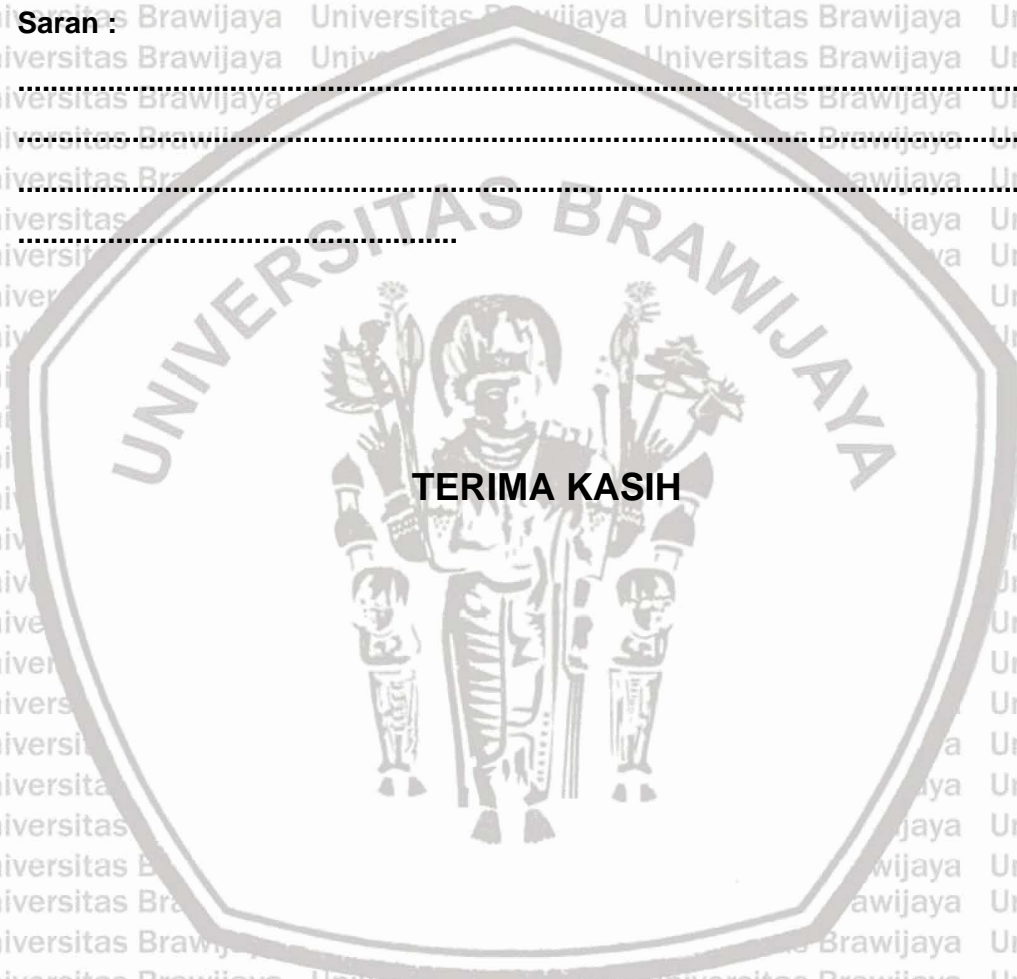
5.	Saya tidak hanya mementingkan profit yang besar, tetapi juga nilai berkah / mendapatkan pahala di dalam bisnis saya			
6.	Saya menghendaki motivasi bisnis saya tidak hanya pada dunia, tetapi juga akhirat			
7.	Saya meyakini bahwa berbisnis dengan cara yang baik & tidak menyalahi aturan agama merupakan bentuk meng-esakan Allah SWT			

Saran :

.....

.....

.....



**TERIMA KASIH**





LAMPIRAN III TABULASI DATA KUESIONER

Respon den	Variabel Aksioma Etika Bisnis Islam X1																	
	X 1. 1	X 1. 2	X 1. 3	X 1. 4	X 1. 5	X 1. 6	X 1. 7	X 1. 8	X 1. 9	X 1. 10	X 1. 11	X 1. 12	X 1. 13	X 1. 14	X 1. 15	X 1. 16	X 1. 17	X 1. 18
1	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5
2	5	5	5	5	3	1	1	5	1	5	5	1	5	1	5	3	5	5
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	3	1	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	3	5	3	1	5	5
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5
9	5	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	3	1	5	5	1	5	5
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5
11	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	3	5	3	5	5
12	5	5	5	5	1	3	3	3	5	5	5	5	1	3	5	3	3	3
13	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5
14	3	3	1	3	5	5	5	5	1	5	1	1	1	5	1	1	3	3
15	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5
16	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	1	5	3	3	3	5
18	5	5	5	5	3	3	1	3	5	5	5	1	5	3	5	1	5	5
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5
20	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	1	5	5
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5
23	5	5	3	3	5	5	5	5	3	5	5	3	5	3	5	3	5	5
24	5	5	3	3	5	1	1	5	3	3	5	1	1	1	3	3	5	5
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
27	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	1	3	5	5	5	5	5
28	5	5	5	5	1	5	5	3	5	5	5	3	3	5	5	3	5	5
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5
30	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5
32	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	3	5	3
33	5	5	5	3	3	5	5	3	5	5	5	3	3	5	3	3	5	3
34	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	5	3	5	5	5	5
35	5	5	5	3	1	5	3	3	3	5	5	1	5	5	5	5	5	3





**Variabel Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam X2**

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14	X2.15
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5
1	5	3	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	5	5	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5
5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5
5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	3	3	1
5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	3	5	5	5
5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5
5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5
5	1	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5
5	1	3	1	3	3	3	1	3	5	3	3	3	1	1
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5
5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5
1	3	5	3	3	5	5	3	1	3	5	3	3	1	5
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1
5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	3	3	5	5	5	1	5	5	5	3	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5
5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3
5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	3	5	5
5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3
5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5
5	5	3	3	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3
3	5	3	3	5	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5





**Variabel Praktek dan Manajemen Bisnis Sesuai Ajaran Agama Y**

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7
5	5	5	5	5	5	5
3	5	5	5	5	5	3
5	5	5	3	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	3	5	5	3
5	5	5	3	3	3	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	1	5	3	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	3	5	3	5
3	5	5	3	5	5	5
5	5	5	3	5	3	5
5	3	3	1	3	3	3
3	5	5	3	5	5	5
5	5	5	5	5	3	5
5	5	3	3	5	5	5
3	5	5	3	5	5	5
5	5	5	3	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	3	5	5	5
3	5	5	3	5	5	5
5	5	5	3	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
3	5	5	3	5	5	5
5	5	5	3	5	5	5
5	5	5	3	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
3	5	5	3	5	5	5
3	5	5	3	5	3	5
5	5	5	5	5	5	5
3	5	5	3	5	5	5



LAMPIRAN IV DOKUMENTASI PENELITIAN



Keterangan : Kolam Budidaya Ikan Gurami Milik Bapak Suryani







Keterangan : Kolam Budidaya Ikan Gurami Milik Bapak Ali Sodik





Keterangan : Kolam Pemijahan Ikan Nila Milik Bapak Sunanto

