

**PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM GUNA
MEMBANGUN BISNIS YANG ISLAMI
(Studi Kasus pada Pelaku Usaha Budidaya Ikan Air
Tawar di Desa Gendingan, Kabupaten Tulungagung)**

JURNAL ILMIAH

Disusun oleh :

**Moch. Adam Amri Hanafi
145020501111044**



**JURUSAN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2021**

PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM GUNA MEMBANGUN BISNIS YANG ISLAMI

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

Moch. Adam Amri Hanafi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya

Email: adam.amri03@gmail.com

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

A. PENDAHULUAN

Dalam rangka menghadapi tantangan ekonomi yang semakin kompleks pada perkembangan dunia bisnis saat ini, semakin banyak para pelaku bisnis yang berusaha mencari keterkaitan antara etika dengan bisnis. Nyatanya, 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. Anggapan bahwa sistem perekonomian di dunia saat ini yang berkembang dengan kapitalisme dan liberalisme kurang mampu menghadapi tantangan ekonomi, juga dipertegas 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. Muatasim dan Katarina (2012) menerangkan bahwa etika dalam islam menilai ukuran baik atau tidaknya sesuatu secara mutlak, hal ini berkaitan dengan dasar hukum, rasional yang terdapat di dalam Al-Qur'an. Etika bisnis islam didefinisikan tidak hanya berupa konsep maupun tata cara, tetapi juga termasuk dalam kewajiban, yang artinya

bahwa seseorang yang beragama islam dan sedang menjalankan bisnis, wajib baginya melakukan praktek usaha yang tidak bertentangan dengan syariah islam. Di sisi lain, Hassan (2016) menjelaskan secara universal, bahwa etika adalah sebagai jembatan dalam membentuk pencapaian ekonomi dan didasarkan pada nilai-nilai ekonomi, namun dalam islam etika bisnis mempunyai satu konsep tambahan yaitu *khuluq* yang berarti kebaikan, keseimbangan atau keadilan. Pada intinya, etika bisnis islam merupakan suatu etika yang bersumber dari Allah SWT. Oleh karena itu, aspek-aspek etika bisnis yang digariskan oleh islam merupakan prasyarat untuk membangun keberhasilan di dunia dan di akhirat yang diwujudkan melalui praktek dan manajemen bisnis yang berlandaskan islam. Serta terbiasa berdampingan dengan nilai-nilai moral ajaran islam yang diimplementasikan pada kegiatan sehari-hari khususnya pada kegiatan bisnis.

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. Banyak wilayah-wilayah di Indonesia yang sampai saat ini terus berupaya mengembangkan dan mendongkrak sektor perikanan agar menjadi lebih kuat lagi. Seperti halnya di kabupaten Tulungagung yang mempunyai potensi sumber daya perikanan berupa perairan laut, payau, perairan umum, dan budidaya ikan air tawar. Menurut data yang dicantumkan oleh Badan Pusat Statistik kabupaten Tulungagung, nilai produksi budidaya perikanan menurut jenisnya di kecamatan Kedungwaru, kabupaten Tulungagung tahun 2016 (kg) menunjukkan nilai sebesar: Gurami (1.147.966); Lele (454.599); Hias (915.694); Patin (323.790); dan Nila (810). Selain itu data terakhir menunjukkan bahwa pada tahun 2018 jumlah total luas kolam di kabupaten Tulungagung sebesar 390.49 Ha dengan jumlah pembudidaya sebanyak 12.067 orang. Dan pada tahun 2018 penghasilan rata-rata per tahun petani ikan mampu menunjukkan hasil sebesar 34.097.688 rupiah. Namun penghasilan rata-rata per tahun petani ikan di kabupaten Tulungagung pernah mencapai nilai tertinggi pada tahun 2016 dengan nilai sebesar 60.801.903 rupiah.

Dengan adanya potensi pada sektor perikanan ini, tentunya sangat bisa dimanfaatkan untuk menopang ekonomi masyarakat. Namun tantangan ke depan pastinya akan lebih sulit lagi, oleh sebab itu dibutuhkan kesatuan yang kuat antara sumber daya manusia dan sistem untuk menjalankannya. Di sinilah letak dimana etika bisnis islam seharusnya masuk dan menjadi landasan pola pikir bagi masyarakat yang berbisnis pada sektor perikanan khususnya para pelaku usaha budidaya ikan air tawar di desa Gendingan, kabupaten Tulungagung. Penelitian ini dimaksudkan untuk menemukan situasi dan kondisi para pelaku bisnis budidaya ikan air tawar yang ada di desa Gendingan, kabupaten Tulungagung yang mana akan menganalisis apakah sistem dalam bisnis yang diterapkan masih dalam bentuk konvensional yang berorientasi pada materi saja atau ada beberapa prinsip yang mencerminkan etika bisnis islam.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dijelaskan, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana praktek dan manajemen bisnis yang diterapkan oleh para pelaku usaha di bidang budidaya ikan air tawar di desa Gendingan, Kabupaten Tulungagung ditinjau dari aspek-aspek etika bisnis islam yang meliputi aksioma etika bisnis islam dan penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam. Selain itu, juga memberikan wawasan tentang etika bisnis dan tanggung jawab sosial dari perspektif islam, serta membantu para pelaku usaha dalam menciptakan kegiatan bisnis yang tidak bertentangan dengan nilai-nilai islam.

B. KAJIAN TEORI

Etika Bisnis Berlandaskan Ajaran-ajaran Islam

Menurut Johan dalam Rohmah (2014), istilah etika berasal dari bahasa Yunani, yaitu *ethos* yang memiliki arti kebiasaan, adat, akhlak, watak, perasaan, sikap atau cara berpikir. Etika bisnis dapat dimaknai sebagai cara untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan dan juga masyarakat. Di sisi lain, Rivai dan Buchari dalam Afrizal (2017) menerangkan bahwa etika memberikan kebebasan manusia dalam bertindak tetapi dapat dipertanggung jawabkan. Etika 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 menegaskan bahwa aspek agama merupakan sumber ajaran mengenai etika.

Dalam islam, bisnis dan etika tidak harus dipandang sebagai dua hal yang berbeda, 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 memudahkan segala urusannya (Aziz dalam Anindya, 2017). 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-jumuah 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 *illahiyyah* (ketuhanan). Semua aktivitas termasuk bisnis yang diajarkan islam lebih dari itu, yakni bisnis dalam islam adalah manifestasi dari kehambaan manusia kepada sang pencipta melalui amal duniawi yaitu 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 mendapatkan keuntungan (Kharisma dan Widiastuti, 2017).

Aksioma-aksioma dalam Etika Bisnis Islam

Secara garis besar, Djakfar (2012) mengelompokkan aspek-aspek aksioma etika bisnis islam terdiri dari tauhid (*unity*), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*), dan tanggung jawab (*responsibility*). Pengaplikasian aspek-aspek tersebut ke dalam kegiatan bisnis adalah sebagai berikut :

1) *Tauhid (unity)*: Seperti yang dijelaskan oleh Afrizal (2017) bahwa aspek tauhid memberikan dua kesadaran bagi para pelaku bisnis. Kesadaran yang pertama adalah tauhid memberikan kesadaran bagi para pelaku bisnis bahwa segala bentuk sumber daya yang ada di bumi hanyalah milik Allah SWT secara mutlak. Kesadaran yang kedua adalah motivasi penciptaan manusia ke dunia ini adalah untuk meng-esakan Allah SWT (yang menciptakan alam semesta beserta isinya) dengan beribadah kepada-Nya. 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)

2) *Keseimbangan (equilibrium)*: Strategi dalam mengaplikasikan aspek keseimbangan (*equilibrium*) ini setidaknya ada tiga diantaranya adalah : (a) Para pelaku bisnis harus mempunyai titik keseimbangan dalam hal produksi, konsumsi dan distribusi; (b) Setiap individu dalam suatu lingkungan sosial harus mampu untuk mencukupi kebutuhan hidupnya secara baik dan setara, agar kesejahteraan sosial bisa tercapai; (c) Menghindari adanya prinsip hak milik yang tidak terbatas. Penjelasan islam mengenai konsep keseimbangan tertuang di dalam ayat Al-Qu'an surat Al-Mulk ayat 3-4 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”*.

3) *Kehendak Bebas (Free Will)*: Aspek kehendak bisnis bukan sebagai pedoman yang mengarahkan semua pelaku bisnis boleh memilih keputusan apapun dan melakukan segala bentuk praktek bisnis dengan menghalalkan segala cara, tetapi aspek 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 islam.

4) *Tanggung Jawab (Responsibility)*: Aspek tanggung jawab dalam berbisnis berusaha memberi kesadaran para pelaku bisnis untuk memanfaatkan sumber daya yang ada namun bukan dengan cara terus menerus, tetapi aspek tanggung jawab ini didasari oleh pemahaman konsekuensi dari strategi-strategi bisnis yang diterapkan dan berusaha menerima serta mengevaluasi akibat dari strategi-strategi bisnis yang dipilih. 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).

Prinsip-prinsip dalam Etika Bisnis Islam

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 :

1) *Jujur dalam Takaran*: Prinsip kejujuran dalam segala aspek bukanlah hal yang memerlukan toleransi jika tidak dijalankan. Islam sangat menjunjung tinggi nilai-nilai kejujuran dalam bisnis khususnya dalam hal kuantitas, karena dengan diimplementasikannya prinsip kejujuran dalam kuantitas akan menciptakan kondisi bisnis yang baik.

2) *Menjual Barang yang Bermutu Baik*: Salah satu hal yang menjadi permasalahan pada situasi bisnis modern saat ini adalah adanya praktek bisnis menjual produk yang tidak sesuai dengan apa yang ditawarkan atau menjual produk yang kurang bermutu. Ditambah lagi dengan semakin majunya teknologi lewat jual beli yang menggunakan media sosial, kerap ditemukan pelaku bisnis yang menjual produknya tidak sesuai dengan yang ditawarkan. Tindakan ini harus ditinggalkan agar pencapaian bisnis yang diinginkan dapat tercapai.

3) *Tidak Menggunakan Sumpah*: Islam tidak menganjurkan praktek bisnis dengan meyakinkan barang yang dijual menggunakan sumpah. Maka praktek bisnis yang dapat dilakukan adalah merujuk kembali pada prinsip menjual barang yang bermutu baik. Tanpa adanya pernyataan yang meyakinkan konsumen, maka konsumen tidak akan memiliki keraguan dalam membeli produk tersebut karena mutu dan kualitasnya yang baik.

4) *Ramah dan Bermurah Hati*: Jika para pelaku bisnis menjalankan aktivitas bisnisnya didasari dengan mengedepankan 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 dari Allah SWT.

5) *Membangun Hubungan yang Baik*: Islam mengajarkan bahwa dalam kehidupan di dunia, manusia harus berbuat baik sesamanya atau biasa disebut dengan istilah *ukhuwah insaniyyah*. Kaitannya dalam dunia bisnis, seorang pelaku bisnis sangat dianjurkan dalam islam untuk menjalin tali persaudaraan sesama pelaku bisnis lain. Hal ini bisa merujuk pada pencapaian bisnis yang diinginkan dengan cara bertukar pikiran dalam mengembangkan bisnis, menjalin kerjasama bisnis dan hal lain yang bermanfaat dalam mengembangkan bisnis.

6) *Tertib Administrasi*: Islam mengajarkan dalam melakukan transaksi di dalam bisnis berupa pinjam meminjam, hutang piutang dan sebagainya sebaiknya dituliskan agar tidak menimbulkan permasalahan yang mungkin terjadi dan bisa saja merugikan salah satu pihak. Dengan adanya ajaran islam untuk menuliskan segala macam bentuk transaksi yang dilakukan, maka penerapannya bisnis tentu bertujuan untuk memberi kesadaran para pelaku bisnis untuk bersikap jujur dalam berbisnis dan selalu menjaga nilai-nilai etis dalam berbisnis.

7) *Menetapkan Harga dengan Transparan*: Dalam dunia ekonomi secara luas, terdapat beberapa skema dalam menentukan harga barang yang akan digunakan di pasar. Pertama, harga barang yang ada di pasar adalah harga akibat adanya permintaan dan penawaran di pasar, kedua adalah dengan melibatkan pemerintah sebagai pihak yang berwenang dalam menentukan harga barang. Sementara dalam islam, skema penentuan harga barang didasarkan pada pembentukan harga alami akibat permintaan dan penawaran. Dengan demikian, prinsip menentukan harga dengan transparan mengajarkan para pelaku bisnis untuk tetap menjunjung tinggi nilai kejujuran agar bisnis yang dijalankan tidak mengandung unsur penipuan.

C. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Berdasarkan dari jenis data dan analisisnya, penelitian ini lebih cenderung mengarah pada penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dibutuhkan untuk menjawab permasalahan penelitian yang telang 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.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di lingkup pelaku usaha budidaya ikan air tawar yang berlokasi di desa Gendingan, kecamatan Kedungwaru, kabupaten Tulungagung.

Populasi dan Sampel

Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah semua pelaku usaha budidaya ikan air tawar yang ada di desa Gendingan yang berjumlah 40 orang. Sedangkan dari anggota populasi yang diambil sebagai sampel adalah sebanyak 37 orang responden.

Teknik Penentuan Sampel

Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*. Alasan pemilihan sampel menggunakan teknik simple random sampling adalah karena anggota populasi bersifat homogen, yaitu para pelaku usaha budidaya ikan air tawar di desa Gendingan. Oleh sebab itu, para pelaku usaha ini mempunyai kesempatan yang sama untuk menjadi objek sampel.

Variabel dan Operasionalisasi Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini berupa variabel bebas atau variabel independen (X) dan variabel tetap atau variabel dependen (Y). Adapun operasionalisasi variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1) *Aksioma Etika Bisnis Islam (X₁)*: Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, aksioma etika bisnis islam terdiri atas tauhid (*unity*), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*), dan tanggung jawab (*responsibility*).

2) *Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam (X₂)*: Prinsip-prinsip etika bisnis islam 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 pernyataan yang berkaitan dengan topik penelitian.

Tabel 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	- Keterampilan personal - Keterampilan komunikasi -Keterampilan teknis dan manajemen bisnis	Ordinal
		Etika dan Perilaku	- Berkomitmen dalam berbisnis - Berperilaku religius - Bertanggung jawab dan santun dalam suatu kesatuan sosial	Ordinal
Penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam (X ²)	Implementasi nilai-nilai etika dalam bisnis melalui prinsip-prinsip etika	Praktek	- Jujur dalam takaran - Menjual barang yang bermutu baik	Ordinal

	bisnis yang diajarkan islam		- Tidak menggunakan sumpah - Ramah dan bermurah hati - Membangun hubungan yang baik - Tertib administrasi - Menetapkan harga dengan transparan	
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	- Mampu memberikan profit pada bisnis - Mencerminkan kegiatan usaha yang tidak menyalahi aturan-aturan agama	Ordinal

Sumber: Data Olahan Penulis (2021)

Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data penelitian ini berasal dari informasi para pelaku bisnis budidaya ikan air tawar di desa Gendingan yang didapatkan melalui jawaban kuesioner yang diajukan. Berdasarkan hal tersebut, maka sumber data yang akan diperoleh pada penelitian ini adalah termasuk data primer. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan terdiri atas kuesioner, observasi dan dokumentasi.

Instrumen Penelitian

1) *Skala Likert* : Metode kuesioner pada penelitian ini lebih menekankan pada metode skala *Likert*. Data yang diperoleh melalui kuesioner dalam skala *Likert* dapat berupa data nominal, ordinal, interval, dan rasio. Data penelitian ini, yang berupa jawaban kuesioner akan dinilai dengan skala rasio yang mengkuantitatifkan jawaban responden.

2) *Penerapan MSI (Metode Suksesif Interval)* : 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 & Dukulang, 2019). Metode perubahan data ordinal menjadi data interval atau rasio pada penelitian ini dilakukan dengan bantuan program *Microsoft Excel*.

Metode Analisis Data

Analisis data merupakan serangkaian proses mulai dari mencari, menyusun dan menghitung secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, kuesioner dan catatan lapangan 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 (Sugiyono, 2009). Data yang terkumpul dalam penelitian ini akan dianalisis menggunakan metode :

- 1) *Analisis Regresi Linier Berganda*
- 2) *Uji Asumsi Klasik*: Yang terdiri atas uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dijabarkan dalam bentuk tiga jenis uji, yaitu uji t atau uji parsial, uji F atau uji simultan dan koefisien determinasi (R^2).

D. 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.

Gambaran Pelaku Usaha Budidaya Ikan Air Tawar di Desa Gendingan, Kabupaten Tulungagung

Para pelaku usaha budidaya ikan air tawar 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 setidaknya dipengaruhi dua faktor, pertama faktor nilai jual ikan, harga jual ikan di pasar menjadi dorongan yang besar bagi para pelaku usaha untuk terjun ke dalam bidang budidaya ikan. Kedua, biaya produksi, yang mana prioritas dalam menentukan jenis ikan akan mempengaruhi besarnya biaya yang dikeluarkan melalui biaya pakan, perawatan kolam, biaya PDAM, obat (jika ikan sedang sakit), dan biaya lainnya.

Karakteristik Responden Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan cara memberikan angket kuesioner kepada 35 responden yang merupakan para pelaku usaha budidaya ikan air tawar di desa Gendingan, dapat diambil beberapa karakteristik responden penelitian yang meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pendapatan per bulan, dan lamanya usaha. Berikut merupakan tabel-tabel distribusi karakteristik responden penelitian:

Tabel 2. *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)

Tabel 3. *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)

Tabel 4. *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)

Tabel 5. *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)

Tabel 6. *Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Usaha*

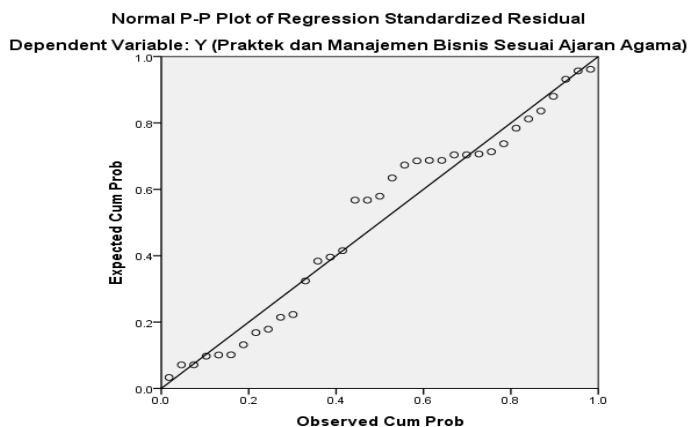
No.	Lamanya Usaha	Jumlah	Presentase (%)
1.	≤ 5 tahun	4	11%
2.	5-10 tahun	15	43%
3.	10-15 tahun	12	34%
4.	≥ 15 tahun	4	11%
Jumlah		35	100%

Sumber: Data Olahan Penulis (2021)

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.

1) *Uji Normalitas*: Untuk dapat menguji normalitas model regresi, penelitian ini menggunakan metode *Normal P-plot Regression Standardized Residual*. Pengambilan keputusannya adalah jika data mengikuti arah garis diagonal, maka asumsi normalitas terpenuhi. Selain itu, uji normalitas juga didukung dengan perhitungan statistik metode *one sample Kolmogorov-smirnov* dengan pengambilan keputusan jika nilai signifikansi > 0.05 maka asumsi normalitas terpenuhi. Berikut merupakan hasil uji normalitas:



Gambar 1. Hasil Grafik Uji Normalitas

Tabel 11. *Hasil Statistik Uji Normalitas*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		35
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.05227971
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.141
	Positive	.098
	Negative	-.141
Test Statistic		.141

Asymp. Sig. (2-tailed)	.076 ^c
------------------------	-------------------

Sumber: Data Diolah dengan SPSS (2021)

Hasil pengujian normalitas yang ditunjukkan pada gambar 1 dan tabel 11 menunjukkan bahwa asumsi normalitas terpenuhi. Hal ini dibuktikan dengan grafik p-plot dengan titik yang tersebar di sekitar garis diagonal. Sedangkan hasil uji statistik metode *one sample Kolmogorov-smirnov* menunjukkan hasil nilai signifikansi sebesar $0.076 > 0.05$.

2) *Uji Multikolinearitas*: Multikolinearitas dapat diketahui dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai *Tolerance* > 0.01 atau nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas. Hasil pengujian multikolinearitas adalah sebagai berikut:

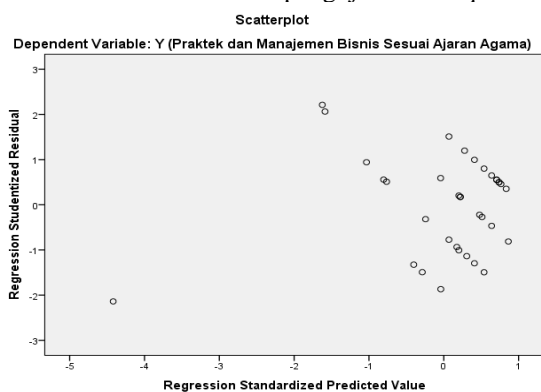
Tabel 12. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				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 Diolah dengan SPSS (2021)

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan hasil nilai *Tolerance* semua variabel > 0.1 dan nilai VIF < 10 , sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini tidak mengalami multikolinearitas.

3) *Uji Heteroskedastisitas*: Terjadi tidaknya heteroskedastisitas dideteksi menggunakan *Scatterplot* yaitu dengan menganalisis plot berdasarkan *Standardized Predictor* dan *Standardized Residual* melalui program SPSS. Uji heteroskedastisitas dapat dilihat apabila terdapat pola 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 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Gambar 2 menunjukkan hasil uji heteroskedastisitas *scatterplot* dimana titik tidak membentuk suatu pola tertentu dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0.

Analisis Regresi Linier Berganda

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

Tabel 13. Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			

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)

Dari hasil pengujian regresi linier berganda menunjukkan hasil nilai koefisien dari kedua variabel bebas bernilai 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.

Uji Hipotesis

1) *Uji t atau Uji Parsial*: Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} , dengan derajat signifikansi 5%. Uji t akan berpengaruh signifikan apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan derajat signifikansi < 0.05 . Nilai t_{tabel} yang digunakan pada penelitian ini sebesar 2.036. Berikut merupakan hasil uji t:

Tabel 14. Hasil Uji t atau Uji Parsial

Coefficients ^a					
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 Diolah dengan SPSS (2021)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai t_{hitung} dari kedua variabel bebas $>$ nilai t_{tabel} . Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel tetap.

2) *Uji F atau Uji Simultan*: Uji F atau uji simultan bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel tetap. Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} , apabila nilai $F_{hitung} >$ nilai F_{tabel} dan nilai signifikansi < 0.05 , maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel tetap secara simultan. Nilai F_{tabel} yang digunakan pada penelitian ini sebesar 3.29. Berikut merupakan hasil uji F:

Tabel 15. Hasil Uji F atau Uji Simultan

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

Sumber: Data Diolah dengan SPSS (2021)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$. Maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama (simultan) kedua variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel tetap.

3) *Koefisien Determinasi (R^2)*: Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel bebas terhadap variabel tetap. Berikut merupakan hasil uji koefisien determinasi (R^2):

Tabel 16. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.839 ^a	.704	.686	.05389

Sumber: Data Diolah dengan SPSS (2021)

Dilihat dari besarnya nilai *R Square* menunjukkan sebesar 0.704. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa, kedua variabel bebas pada penelitian ini memiliki kontribusi sebesar 70.4% terhadap variabel tetap.

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 nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi < 0.05 .

1) *Aksioma Etika Bisnis Islam (X_1) Berpengaruh terhadap Praktek dan Manajemen Bisnis yang Sesuai Ajaran Agama (Y)*: Aspek-aspek aksioma etika bisnis islam yang sudah dijelaskan sebelumnya mampu dipahami dan diimplementasikan para pelaku usaha budidaya ikan air tawar di desa Gendingan. Para pelaku usaha budidaya ikan air tawar di des 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 *illahiyyah* (ketuhanan). Aktivitas bisnis yang diajarkan islam tidak hanya orientasi duniawi semata, tetapi islam mengajarkan orientasi yang lebih dari itu, yakni bisnis adalah manifestasi kehambaan manusia kepada Allah SWT melalui amal duniawi yaitu bisnis.

2) *Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam (X_2) Berpengaruh terhadap Praktek dan Manajemen Bisnis yang Sesuai Ajaran Agama (Y)*: 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 sekaligus mempertahankannya, maka pencapaian bisnis yang diraih adalah pencapaian bisnis yang disyariatkan oleh islam sekaligus sejalan dengan aspek-aspek ekonomi. Di sinilah 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 diharapkan dapat terwujud sehingga membuahkan hasil berupa kesejahteraan sosial dan ekonomi serta memperoleh nilai keberkahan dari Allah SWT.

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* : 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 *illahiyyah* sehingga tidak adanya kekhawatiran akan adanya penyimpangan bentuk aktivitas bisnis yang tidak dibolehkan oleh islam. Selain itu, dapat menciptakan keunggulan dalam bersaing. Di sisi lain, penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam tentunya harus dimaknai sebagai tindakan dalam berbisnis yang akan membawa dampak positif dalam perkembangan bisnis itu sendiri. Etika bisnis islam akan berdampak positif dan nilai manfaatnya jika pencapaian bisnis mengedepankan etika bisnis islam sebagai landasan pola pikir bagi para pelaku usaha dalam menjalankan bisnis.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian yang dijelaskan 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 islam yang dilakukan oleh para pelaku usaha 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 cukup baik. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan responden 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.

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 referensi yang baik bagi masyarakat dalam menjalankan aktivitas bisnis.

3) Untuk penelitian selanjutnya yang memiliki bahasan serupa dengan topik penelitian ini agar dapat 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.

F. UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu sehingga penulisan jurnal ini dapat terselesaikan. Ucapan terima kasih khusus kami sampaikan kepada bapak Prof. Dr. M. Umar Burhan, SE., MS. selaku dosen pembimbing dan seluruh jajaran serta seluruh dosen maupun staf jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya yang sudah meluangkan waktunya serta memberikan saran sehingga memungkinkan jurnal ini bisa diterbitkan.

G. DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Zaenal. 2006. *Pendekatan Kualitatif pada Skripsi Mahasiswa Psikologi UNDIP 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. 2010. *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 & Dukalang, 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 Tenggarong*. 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 Padangsidempuan)*. 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