



**PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP
PERILAKU *RESELLER* HERBA PENAWAR AL
WAHIDA INDONESIA PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Salah Satu Syarat Untuk Meraih
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Dalam Bidang Ekonomi Syariah
Konsentrasi Manajemen Bisnis Islam*

Oleh

**AMRI WANDANA TAMBUNAN
NIM 16 402 00018**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2021**



**PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP
PERILAKU *RESELLER* HERBA PENAWAR AL
WAHIDA INDONESIA PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat Mencapai
Gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam Bidang Ekonomi Syariah
Konsentrasi Ilmu Ekonomi*

Oleh:

AMRI WANDANA TAMBUNAN

NIM : 16 402 00018

Pembimbing I

Dr. H. Arbanur Rasyid, MA
NIP: 1973072 519990 31 002

Pembimbing II

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M
NIP: 19841130 201801 2 001

PRODI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN**

2021



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

J. T. Ruzal Nurdin Km. 4.5 Sibitang Padangsidimpuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. AMRI WANDANA TAMBUNAN
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 04 Mei 2021
Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam IAIN Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. AMRI WANDANA TAMBUNAN yang berjudul "Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku *Reseller* Herba Penawar Al Wahida Indonesia Padangsidimpuan". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Dr. H. Arbanur Rasyid, MA
NIP. 1973072 519990 31 002

PEMBIMBING II

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M
NIP. 19841130 201801 2 001

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Amri Wandana Tambunan
NIM : 16 402 00018
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku *Reseller* Herba Penawar Al Wahida Indonesia Padangsidimpuan

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah pada pihak lain kecuali arahan dari pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 04 Mei 2021
Saya yang Menyatakan,



Amri Wandana Tambunan
NIM : 16 402 00018

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

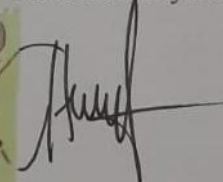
Nama : Amri Wandana Tambunan
NIM : 16 402 00018
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan teknologi dan seni, menyetujui untuk memberikan kepada pihak Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif atas karya ilmiah saya yang berjudul "Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku *Reseller* Herba Penawar Alwahida Indonesia Padangsidimpuan", beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini pihak Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (data base), merawat, dan mempublikasikan karya ilmiah. Saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Padangsidimpuan, 27 April 2021

Pembuat Pernyataan



Amri Wandana Tambunan
NIM. 16 402 00018



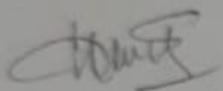
KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sibitang Padangsidimpuan, 22733
Telpox (0634) 22080 Facsimile (0634) 24022


DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

NAMA : Amri Wandana Tambunan
NIM : 16 402 00018
FAKULTAS/PROGRAM STUDI : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah MB-2
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Reseller Herba Penawar Alwahida Indonesia Padangsidimpuan

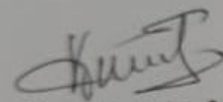
Ketua



Drs. Kamaluddin, M.Ag.
NIP. 19651102 199103 1 001

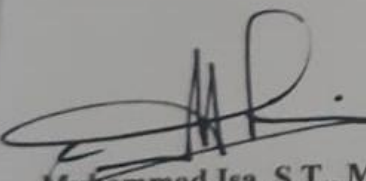
Sekretaris



Nurul Uzzah, M.Si.
NIP. 19900122 201801 2 003

Anggota


Drs. Kamaluddin, M.Ag.
NIP. 19651102 199103 1 001


Nurul Uzzah, M.Si.
NIP. 19900122 201801 2 003


Muhammad Isa, S.T., M.M.
NIP. 19800605 201101 1 003


Dr. Rukiah, SE., M.Si.
NIP. 19760324 200604 2 002

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Selasa/ 15 Juni 2021
Pukul : 14.00 WIB – Selesai
Hasil/Nilai : Lulus/70,75(B)
Index Prestasi Kumulatif : 3,38
Predikat : SANGAT MEMUASKAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4.5 Sibolang Padangsidempuan 22733
 Telp. (0634) 22090 Fax. (0634) 24022

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PERILAKU *RESELLER* HERBA PENAWAR AL WAHIDA INDONESIA PADANGSIDIMPUAN.

NAMA : AMRI WANDANA TAMBUNAN
 NIM : 16 402 00018

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
 dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidempuan, 31 Juli 2021
 Dekan,



Dr. Darwis Harahap, S.HL., M.Si
 NIP.19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : AMRI WANDANA TAMBUNAN
Nim : 1640200018
Judul : **Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku *Reseller* Herba Penawar Alwahida Indonesia Padangsidempuan**

Latar belakang masalah pada penelitian adalah pesatnya perkembangan bisnis syariah terutama produk-produk halal yang sesuai dengan syariat dan yang dianjurkan dalam islam. PT Herba Penawar Alwahida Indonesia sebagai salah satu produsen maupun distributor produk halal yang sudah berdiri di indonesia tentunya ingin menjadikan produknya sebagai produk halal terbaik yang berada dipasar indonesia. Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah distributor produk halal tersebut selalu menerapkan etika berbisnis sesuai syariat islam.

Pembahasan penelitian iniberkaitan dengan bidang ilmu manajemen bisnis syariah. Sehubungan dengan pendekatan yang dilakukan adalah teori-teori yang berkaitan dengan etika berbisnis yang di dalamnya disebutkan manajemen bisnis adalah usaha untuk mencapai suatu tujuan tertentu melalui kegiatan orang lain. Dengan mengadakan koordinasi atas sejumlah aktivitas orang lain yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengendalian.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket. Data yang didapat dalam penelitian ini berdasarkan jawaban responden terhadap angket yang telah dibagikan kepada responden. Adapun analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linearitas, uji regresi sederhana, uji determinasi (uji R^2), dan uji hipotesis (t), dengan menggunakan bantuan spss.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa etika bisnis Islam berpengaruh dari hasil uji hipotesis (Uji t) dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel Etika Bisnis Islam sebesar 3,690 dan untuk t_{tabel} diperoleh dari rumus $df = (n-k-1)$, $df = 90$, hasil diperoleh dari t_{tabel} sebesar 1,66196 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,690 > 1,66196$) dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa Etika Bisnis Islam berpengaruh secara signifikan terhadap Perilaku *Reseller* Herba Penawar Alwahida Indonesia Padangsidempuan.

Kata Kunci : *Etika, Bisnis, Produk Halal*

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian *Shalawat* serta Salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, *madinatul 'ilmi*, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: **“Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Reseller Herba Penawar Alwahida Indonesia Padangsidimpuan”**, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada Bidang Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan banyak terima kasih utamanya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor IAIN Padangsidimpuan, serta Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum,

Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Drs. Kamaluddin, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan, Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A, selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah dan selaku Sekretaris Prodi Ekonomi Syariah Ibu Nurul Izzah, M.Si serta seluruh civitas akademika IAIN Padangsidempuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
4. Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A selaku Pembimbing I dan Ibu Rodame Monitorir Napitupulu, M.M. selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi, SS., S.Ag., M.Hum selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan IAIN Padangsidempuan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak serta Ibu dosen IAIN Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.
7. Ibu Agustina Sary selaku pemilik *Business Centre* Padangsidimpuan yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Teristimewa saya ucapkan terima kepada keluarga tercinta (Ayahanda Doras Tambunan, ibunda Almh. Juliati Siregar dan ibunda pengganti Siti Aisyah Siregar S.Sos) yang telah mendidik dan selalu berdoa tiada hentinya, yang paling berjasa dalam hidup peneliti yang telah banyak berkorban serta memberi dukungan moral dan material, serta berjuang tanpa mengenal lelah dan putus asa demi kesuksesan dan masa depan cerah putra-putrinya, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayang-Nya kepada kedua orang tua tercinta dan diberi balasan atas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya, serta kepada kakak dan adik tercinta (Pratu. Doli Wanmar Tambunan dan Alwi Darwis Tambunan) yang senantiasa memberi bantuan doa dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Untuk sahabat peneliti Indah Khairunnisa Siregar, Siti Kholilah, Riska Rumianti, Hasmida Royani, Taupik Hidayat, Ekhsan Yusuf, Panji Ashari, dan seluruh sahabat Kos Syariah Arif Naldie, Latif Al-hubeib, Reza septiyadi, Irhammudin sagala yang selalu memberi semangat dan telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Terima kasih kepada teman-teman seperjuangan prodi Ekonomi Syariah 3 Manajemen Bisnis 2 angkatan 2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN

Padangsidimpun atas dukungan, saran, dan semangat yang kalian sampaikan kepada peneliti.

11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Ungkapan terima kasih peneliti hanya mampu berdoa semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada peneliti, semoga segala amalan yang baik tersebut akan memperoleh balasan rahmat dan karunia dari Allah SWT. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, peneliti berharap semoga penulisan skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Padangsidimpun, 27 April 2021

Peneliti,

Amri Wandana Tambunan
NIM. 16 402 00018

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf Latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	šad	š	esdan ye
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	žā	ž	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El

م	Mim	M	Em
ن	nun	N	En
و	wau	W	We
ه	ha	H	Ha
ء	hamzah	..'	apostrof
ي	ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

- a. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—/	fathah	A	A
—/	Kasrah	I	I
—و	dommah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
و.....	fathah dan wau	Au	a dan u

- c. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....ا.....	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
.....ي	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah

و...	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas
------	----------------	---	---------------------

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua, yaitu :

- a. Ta Marbutah hidup yaitu Ta Marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.
- b. Ta Marbutah mati yaitu Ta Marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya Ta Marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka Ta Marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
- b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam

EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN.....	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Batasan Masalah.....	11
D. Definisi Operasional Variabel.....	11
E. Rumusan Masalah	12
F. Tujuan Penelitian.....	12
G. Kegunaan Penelitian.....	13
H. Sistematika Pembahasan	13

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Kerangka Teori.....	16
1. Etika Bisnis Islam	16
a. Pengertian Etika	16
b. Pengertian Etika Bisnis Islam.....	17
c. Dasar-dasar Etika Bisnis Islam.....	20
d. Perilaku Bisnis Syariah	24
B. Penelitian Terdahulu	28
C. Kerangka Pikir.....	33
D. Hipotesis.....	34

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian	35
B. Jenis Penelitian.....	35
C. Populasi dan Sampel	35
D. Jenis Data dan Sumber Data	36
E. Instrumen Pengumpulan Data	37
F. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen	37
G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	38

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia.....	43
------------------------------------------------------------	----

1. Sejarah Singkat PT.Herba Penawar Alwahida Indonesia	43
2. Visi dan Misi	43
3. Susunan Organisasi PT HPAI	44
4. PILAR (P.A.S.T.I)	44
B. Hasil Analisis Data	48
1. Hasil Uji Validitas	48
2. Hasil Uji Realibilitas	49
C. Analisis Data	50
1. Hasil Statistik Deskriptif	50
2. Hasil Uji Normalitas	51
3. Hasil Uji Linearitas	51
4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	52
5. Uji Hipotesis (Uji t)	53
6. Analisis Regresi Linear Sederhana	54
D. Pembahasan Analisis Data	55
E. Keterbatasan Penelitian	57

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	59
B. Saran	59

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Daftar <i>Business Centre</i> HNI HPAI Sumatera Utara.....	3
Tabel 1.2 : Penjualan Produk Herba Penawar Alwahida Indonesia.....	5
Tabel 1.3 : Definisi Operasional Variabel.....	11
Tabel 2.1 : Penelitian Tedahulu	28
Tabel 4.1 : Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Etika Bisnis Islam	48
Tabel 4.2 : Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Perilaku <i>Reseller</i>	49
Tabel 4.3 : Hasil Uji Realibilitas	49
Tabel 4.4 : Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	50
Tabel 4.5 : Hasil Uji Normalitas	51
Tabel 4.6 : Hasil Uji Linearitas Variabel Etika Bisnis Islam	51
Tabel 4.7 : Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	52
Tabel 4.8 : Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	53
Tabel 4.9 : Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Kerangka Pikir	34
-----------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lahirnya kesadaran dalam menerapkan syariat Islam dalam kehidupan ekonomi berarti harus merubah pola pikir dari sistem ekonomi kapitalis ke sistem ekonomi syariah termasuk dalam dunia bisnis. Dunia bisnis tidak dapat dipisahkan dari etika bisnis, perilaku bisnis yang tidak beretika terjadi pada hampir semua negara. Etika bisnis dapat berarti refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis. Moralitas merupakan aspek baik/buruk, terpuji/tercela, benar/salah, wajar/tidak wajar, pantas/tidak pantas dari perilaku manusia.¹

Dalam ekonomi Islam, bisnis dan etika tidak dipandang sebagai dua hal yang bertentangan, sebab bisnis yang merupakan simbol dari urusan duniawi juga dianggap sebagai bagian integral dari hal-hal yang bersifat investasi akhirat. Jika orientasi bisnis dan upaya investasi akhirat (diniatkan sebagai ibadah dan merupakan totalitas kepatuhan kepada Tuhan), maka bisnis dengan sendirinya harus sejalan dengan kaidah-kaidah moral yang berlandaskan keimanan kepada akhirat. Definisi lain yang cukup baik dapat dilihat dari definisi yang dikemukakan oleh Umer Chapra yang menyatakan, ilmu ekonomi Islam sebagai cabang ilmu pengetahuan yang membantu mewujudkan kesejahteraan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber-sumber daya yang langka yang sesuai dengan *maqasid*, tanpa mengekang

¹ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 70.

kebebasan individu secara berlebihan, menimbulkan ketidak seimbangan makro ekonomi dan ekologi atau melemahkan keluarga dan solidaritas sosial dan jalinan moral masyarakat. Dari definisi tersebut, Umer Chapra sebagaimana ekonom lainnya menekankan ekonomi Islam itu bertujuan untuk menciptakan kesejahteraan manusia sesuai dengan prinsip-prinsip *maqasid* (kemaslahatan) yang telah diatur dalam syariat Islam.²

Dalam ajaran Islam kegiatan ekonomi tidak dapat dipisahkan dari nilai-nilai dasar dalam Al-Qur'an, Hadist Nabi dan sumber-sumber ajaran Islam lainnya, Islam juga membicarakan tentang aktifitas manusia dalam mendapatkan dan mengatur harta dalam rangka mencukupi kebutuhan hidup sebagai manusia baik secara individual maupun kolektif yang menyangkut perolehan, pendistribusian ataupun penggunaan untuk memenuhi kebutuhan hidup.³

Setiap pelaku bisnis semata-mata bukan hanya mencari *profit* saja, akan tetapi yang paling penting adalah mencari keridhaan dalam menggapai keberkahan atas rezeki yang diberikan oleh Allah SWT. Para pengusaha juga harus menghindari perbuatan yang menyimpang dalam mencari keuntungan pribadi semata tanpa memperdulikan sebab dari perbuatan tersebut dapat merugikan pihak lain.⁴

² Nur Ahmad Fadhil, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Hijri Pustaka Utama, 2001), hlm. 53.

³ Idri (last), *Hadis Ekonomi (Ekonomi Dalam Persepektif Islam Hadis Nabi)* (Jakarta: Kencana, 2015), hlm. 6.

⁴ Desy Astrid Anindya, 'Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pada Wirausaha Di Desa Delitua Kecamatan Delitua', *At-Tawassuth*, 2.2 (2017), hlm.390.

Keberhasilan Nabi Muhammad SAW dalam berbisnis dipengaruhi oleh kepribadian diri yang dibangun atas dasar dialogis realitas sosial masyarakat Jahiliyah dengan dirinya.⁵ Dalam praktiknya, Nabi Muhammad selalu menerapkan sifat kejujuran, amanah, tepat menimbang, tidak melakukan gharar, menjauhi perbuatan ihtikar, dan tidak melakukan al-ghabn. Sebagai umatnya, kita diharuskan meneladani akhlak berbisnis Nabi pada zaman sekarang. Apalagi zaman sekarang dengan segala teknologi yang ada.⁶

Dalam perdagangan atau bisnis yang ada di Indonesia yaitu, PT Herba Penawar Alwahida Indonesia, yang kemudian dikenal sebagai Herba Penawar Alwahida Indonesia, merupakan salah satu perusahaan Bisnis Halal *Network* di Indonesia yang fokus pada penyediaan produk-produk barang konsumsi yang halal dan berkualitas. Herba Penawar Alwahida Indonesia, sesuai dengan akta pendirian perusahaan, secara resmi didirikan pada tanggal 19 Maret 2012.

Adapun daftar-daftar BC (*business centre*) yang berada di Sumatera Utara adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1
Daftar *Business Centre* HNI HPAI Sumatera Utara

No.	Nama BC HNI HPAI	Alamat BC HNI HPAI
1.	BC Asahan	Jl. Williem Iskandar 27 Mutiara Kisaran, Asahan, Sumut
2.	BC Binjai	Jl. Pengilar 1 No 10 Amplas, Medan Amplas, Medan, Sumut
3.	BC Deli Serdang	Jl. Rahayu Gg. Buntu No 1 Raya Menteng, Binjai, Medan Kota, Sumut

⁵ Aqil Barqi Yahya, 'Etika Bisnis (Perilaku) Bisnis Rasulullah Muhammad SAW Sebagai Pedoman Berwirausaha.', *Jurnal Masharif Al-Syariah*, 5.1 (2020), hlm. 95.

⁶ Muhammad Saifullah, 'Etika Bisnis Islami Dalam Praktik Bisnis Rasulullah', ..*Jurnal Walisongo*, 19.1 (2011), hlm.146.

4.	BC Deli Serdang 2	Jl. Merdeka Timur, Lingkungan III No. 14C, Lhokseumawe
5.	BC Tanjung Balai	Jl. Arteri (depan Panglong Tunas Family) Sirantau, Datuk Bandar Kota, Tanjung Balai
6.	BC Medan 1	Jl. Gaferta Ujung / Bakti No. 38, Tanjung Gusta, Medan, Sumut
7.	BC Medan 2	Jl. Teuku Amir Hamzah No. A-58 Griya Riatur, Helvetia Timur, Medan Helvetia, Medan
8.	BC Medan 3	Jl. Gelatik 9 No. 194 Perumnas Mandala Medan II Medan, Sumut
9.	BC Padangsidempuan	Jl. Sutan Soripada Mulia 72, Sadabuan, Padangsidempuan
10.	BC Pematang Siantar	Jl. Naga Tujuh, Naga Pita, Siantar Martoba, Pematang Siantar, Sumut.
11.	BC Tebing Tinggi	Jl. Karya No. 365 Karya Jaya Rambutan, Tebing Tinggi, Sumut

Sumber: *Panduan sukses HPAI*

Dilihat dari tabel tersebut menunjukkan bahwa BC HPAI di Sumatera Utara berkembang dengan pesat. Seiring perkembangan teknologi, HPAI terus melakukan perubahan dalam memasarkan produk. Tantangan bagi perusahaan HPAI di era serba teknologi sekarang adalah kemampuan akses dalam menjangkau pasar secara luas. BC HPAI Padangsidempuan sebagai pusat terbesar di Padangsidempuan diharuskan mampu bersaing dengan perusahaan lain dalam menerapkan strategi pemasaran yang berbasis prinsip syariah, menggunakan strategi *online* maupun *offline*.

Herba Penawar Alwahida Indonesia merupakan hasil dari perjuangan panjang dengan tujuan untuk menjayakan produk-produk halal berkualitas yang berdasarkan *Thibbun nabawi*; membumikan, memajukan, dan mengaktualisasikan ekonomi Islam di Indonesia melalui *entrepreneurship*, dan juga turut serta dalam memberdayakan dan mengangkat UMKM

nasional.⁷ Herba Penawar Alwahida Indonesia banyak menjual produk produk yang islami dan halal yaitu, *herbs products, healthy food dan beverages, cosmetics and home care, fashion anf lifestyle, marketing tools*. Herba Penawar Alwahida Indonesia menjadikan perusahaan jaringan pemasaran papan atas kebanggaan umat Islam menghasilkan pengusaha-pengusaha muslim yang dapat dibanggakan, baik sebagai pemasar, pembangun jaringan maupun produsen, untuk membangun peradaban umat yang religius, menyadarkan kepada umat pola hidup sehat dan mengenalkan serta mendistribusikan produk muslim yang *Halalan Thayyiban*. Menjadikan Herba Penawar Alwahida Indonesia sebagai sarana untuk perbaikan kesejahteraan anggota dan masyarakat.

Dalam hal ini peneliti telah mengambil sampel pada *Busines Centre* Alwahida Indonesia Padangsidempuan berupa jumlah data penjualan produk oleh *reseller* Herba Penawar Alwahida Indonesia yang berada di padangsidempuan.

Tabel 1.2
Penjualan Produk Herba Penawar Alwahida Indonesia

No.	Bulan	Produk yang dijualkan	
		2018	2019
1.	Januari	Rp. 112.305.000,00	Rp. 612.023.000,00
2.	Februari	Rp. 81.123.000,00	Rp. 588.068.500,00
3.	Maret	Rp. 110.529.000,00	Rp. 526.949.000,00
4.	April	Rp. 42.578.250,00	Rp. 538.428.000,00
5.	Mei	Rp. 66.258.000,00	Rp. 495.534.000,00
6.	Juni	Rp. 249.341.000,00	Rp. 433.884.750,00
7.	Juli	Rp. 233.451.250,00	Rp. 496.676.500,00
8.	Agustus	Rp. 287.471.250,00	Rp. 177.638.500,00
9.	September	Rp. 292.013.000,00	Rp. 162.420.500,00

⁷ 'HNI - Halal Network International' <<https://hni.net/>> [accessed 26 October 2020].

10.	Oktober	Rp. 290.414.000,00	Rp. 76.838.000,00
11.	Nopember	Rp. 403.633.500,00	Rp. 210.848.500,00
12.	Desember	Rp. 460.016.000,00	Rp.645.191.720,00
Jumlah		Rp. 2.629.133.250,00	Rp. 4.352.477.970,00

Sumber: BC HPAI Padangsidempuan (2020)

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa penjualan produk setiap bulannya pada tahun 2018 dan 2019 tidak semuanya mengalami peningkatan. Pada bulan Agustus 2018 mencapai Rp.287.471.250,00 sedangkan pada bulan Agustus 2019 penjualan mengalami penurunan sebesar Rp.177.638.500,00. Kemudian pada bulan September 2018 penjualan mencapai Rp.292.013.000,00 dan kembali mengalami penurunan pada September 2019 Rp.162.420.500,00. Pada bulan Oktober 2018 penjualan mencapai Rp.290.414.000,00 dan kembali mengalami penurunan yang signifikan pada bulan Oktober 2019 sebesar Rp.76.838.000,00. Dan pada bulan Nopember 2018 penjualan mencapai Rp.403.633.500,00 dan pada bulan Nopember 2019 penjualan mengalami penurunan sebesar Rp.210.848.500,00. Meskipun penjualan mengalami naik turun setiap bulannya, akan tetapi penjualan dari tahun 2018 ke tahun 2019 mengalami kenaikan. Dari data penjualan tersebut dapat dilihat perkembangan industri halal yang sesuai syariat islam mulai banyak digemari oleh konsumen dipasaran.

Dari uraian tabel diatas dapat dilihat penjualan produk tidak selalu naik namun tidak juga menurun. Dalam hal ini distributor atau yang lebih dikenal sebagai *reseller* produk Herba Penawar Alwahida Indonesia Padangsidempuan menjadi peran penting dalam penjualan produk-produk tersebut. Para *reseller* yang selalu menerepkan etika berbisnis sesuai dengan

syariat Islam akan lebih menarik minat konsumen karena didalamnya tidak dilakukan kecurangan ataupun kebohongan oleh karena itu reseller produk dalam hal ini perlu diperhatikan kualitas pelayanannya kepada konsumen. Terutama dalam hal etika ataupun perilaku dalam berbisnis yang harus sesuai dengan etika-etika berbisnis yang dianjurkan dalam syariat Islam.

Perilaku *reseller* dalam memasarkan produk diantaranya adalah dengan menjaga hubungan baik dengan sesama manusia, lingkungan, makhluk hidup, yang lain dan pastinya kepada Allah swt. Perlu dipahami bahwa pasar terbesar adalah pasar yang membeli produk karena kepercayaan dan karena tradisi atau kebiasaan, dan karenanya konsumen berbelanja tanpa pikir panjang. Sebagai *reseller* juga harus memahami dengan produk yang akan dikenalkan kepada konsumen jangan sampai *reseller* tidak paham dengan apa yang disampaikan. Pemahaman tentang produk sangat diperlukan, mulai dari produk itu dibuat sampai dengan produk itu dipasarkan kepada konsumen.

Etika Bisnis Islam merupakan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan. Mempelajari kualitas moral kebijaksanaan organisasi, konsep umum dan *standart* untuk perilaku moral dalam bisnis, berperilaku penuh tanggung jawab dan bermoral. Artinya etika bisnis Islam merupakan suatu kebiasaan atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis suatu perusahaan.⁸ Menawarkan produk halal juga termasuk dalam etika

⁸ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 35.

bisnis Islam. Halal dalam agama Islam haruslah memenuhi 3 kriteria,⁹ yaitu halal zatnya, halal cara memperolehnya, dan halal cara pengolahannya. Halal diperuntukkan bagi segala sesuatu yang baik dan bersih yang dimakan atau dikonsumsi oleh manusia menurut syariat Islam. Halal adalah segala sesuatu yang diperbolehkan oleh syariat Islam untuk di konsumsi, terutama dalam hal makanan dan minuman. Dalam Al-Qur'an surat al-Baqarah ayat 168 dijelaskan:

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتِ
الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya:

*Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan; karena sesungguhnya setan itu adalah musuh yang nyata bagimu.*¹⁰

Ayat ini diturunkan sebagai peringatan dan sanggahan terhadap apa yang dilakukan oleh orang-orang musyrik arab yang mengharamkan makanan atas mereka, seperti bahirah, saibah dan wasilat. Makasar.2014.hlm.3.

Ibnu Abbas berkata bahwa ayat ini turun sebab suatu kaum dari Tha'if, bani 'Amir bin Sa' sa' ah, Khuza'ah, dan Bani Mudlaj yang mengharamkan sebagian tanaman, bahirah, saibah, wasilah, dan daging. Ayat ini kemudian turun untuk menjelaskan bahwa semua makanan yang mereka haramkan adalah halal kecuali sebagian jenis makanan yang memang diharamkan oleh Allah SWT.

3. ⁹ Kasmawati, *Makanan Halal Dan Tayyib Perspektif Al-Qur'an* (Makassar, 2014), hlm.

¹⁰ Depag RI. 2006. *Al-Qur'an dan Terjemahan*. Jakarta: CV Nadalana. hlm. 25.

Maka adanya peringatan ini karena setidaknya disebabkan dua hal yang dilakukan oleh orang-orang jahiliyah, pertama mereka mengharamkan sesuatu yang sebenarnya tidak dilarang oleh Allah, dan kedua adanya perilaku menyekutukan Allah dalam pengharaman makanan-makanan ini.

Ayat ini bersifat umum karena ditujukan kepada seluruh manusia atau tidak terbatas pada orang-orang yang beriman saja, "*ya-ayyuhan-nafsu.*" Hal ini bisa dipahami karena seruan yang terkandung di dalamnya dibutuhkan semua umat manusia yakni tentang pentingnya makanan dalam kehidupan. Lebih pentingnya dalam penekanannya terletak pada jenis makanannya terlebih dahulu. Makanan yang dimaksud adalah semua yang ada di bumi dengan catatan khusus harus yang diharamkan dan baik bagi manusia, "*kulu mimma fil- 'ardhi halalan thayyiban.*"¹¹

Halal/*halalan* dan baik/*thayyiban* yang dimaksud adalah yang tidak diharamkan/*hurrimat* yang secara langsung dapat merugikan kehidupan manusia. Seperti yang diterangkan dalam QS. al-Ma'idah ayat 3. Makanan yang haram adalah tidak halal dan pasti kotor. Hanya bujukan setan yang menggoda manusia untuk makan makanan yang diharamkan. Karena itu, manusia diserukan untuk tidak mengikuti langkah-langkah setan, "*wa la tattabi u khuthuwatisyaythani.*" Perintah ini menegaskan dan memperkuat bahwa manusia memang benar-benar harus makan makanan yang halal dan baik-baik saja. Bujukan setan begitu nyata didunia sehingga setan adalah musuh yang nyata bagi manusia, "*innahu lakum 'aduwwum-mubinun.*"

¹¹ Dwi Suwiknyo , *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hlm.33.

Manusia diberikan fasilitas didunia untuk pemenuhan kehidupan dasar manusia yakni ketahanan pangan. Allah memberikan nikmat berbagai makanan yang ada dibumi dan mudah didapatkan, baik dari hasil bumi maupun hewan ternak. Semua boleh dipakai, dimakan dan diminum manusia dengan beberapa catatan yakni *halalan, thayyiban* dan tidak berlebih-lebihan/*wa la tusrifu*.¹²

Dalam terjemahan di atas Allah telah memerintahkan kepada manusia untuk hanya memakan (mengkonsumsi) makanan halal. Jika diterapkan dalam kondisi saat ini, maka ayat tersebut tidak hanya diterapkan dalam makanan saja, tetapi semua produk yang dikonsumsi oleh manusia ataupun yang diperjual belikan manusia harus sesuai dengan prinsip muamalah yang telah diajarkan dalam syariat Islam. Saat ini umat muslim dapat dengan mudah menemukan produk halal yang mereka butuhkan dengan adanya labelisasi halal yang dicantumkan perusahaan di kemasan produk. Namun tidak hanya dengan produk yang halal, sistem jual beli juga harus sesuai dengan peraturan yang ada dalam ajaran agama Islam, dengan tidak menjalankan transaksi yang dilarang. Seperti riba, gharar, ikhtikar, tadtis, maysir, dan sebagainya yang telah jelas terlarang dalam ajaran Islam.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik unruk melakukan penelitian dengan berjudul “Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku *Reseller* Herba Penawar Alwahida Indonesia Padangsidempuan”

B. Identifikasi Masalah

¹² Dwi Suwiknyo , *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hlm.35.

1. Langkah-langkah etika bisnis Islam dalam Perilaku *Reseller* Herba Penawar Alwahida Indonesia Padangsidempuan.
2. Sikap pebisnis atau perusahaan hanya ingin mendapatkan *profit* sangat besar tanpa memperhatikan halal atau haram barang yang diproduksi.

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus dan mendalam maka peneliti memandang permasalahan penelitian yang diangkat dan dibatasi variabelnya. Peneliti tidak akan membahas semua masalah yang ada, akan tetapi peneliti hanya meneliti tentang pengaruh etika bisnis Islam terhadap perilaku *Reseller* Herba Penawar Alwahida Padangsidempuan.

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.3
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Etika bisnis islam (X)	Etika adalah adat istiadat atau kebiasaan yang berarti etika berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik dan segala kebiasaan yang dianut dan diwariskan dari satu orang ke orang lain atau dari satu generasi ke generasi lainnya. ¹³	<ol style="list-style-type: none"> 1. Takwa 2. <i>Aqshid</i> 3. <i>Khidmad</i> 4. Amanah 	Ordinal

¹³ Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm. 5.

Perilaku <i>reseller</i> (Y)	Perilaku <i>reseller</i> adalah tindakan atau aktivitas dari <i>reseller</i> itu sendiri yang mempunyai bentangan yang sangat luas atara lain: berjalan, berbicara, tertawa, bekerja, kuliah, menulis, membaca, dan sebagainya. ¹⁴	1. Jujur 2. Adil 3. <i>Sportif</i> 4. Ikhlas 5. Membaca 6. Menulis	Ordinal
------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------	---------

E. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah etika bisnis Islam berpengaruh terhadap perilaku *reseller* Herba Penawar Alwahida Indonesia Padangsidempuan?”

F. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh etika bisnis Islam terhadap perilaku *reseller* Herba Penawar Alwahida Indonesia Padangsidempuan.

G. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Herba Penawar Alwahida Indonesia Padangsidempuan

Penelitian ini diharapkan untuk lebih meningkatkan etika berbisnis terhadap *reseller* yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian sehingga dapat dijadikan bahan acuan untuk menciptakan dan

¹⁴ Alwi Musa Muzaiyin, ‘Perilaku Pedagang Muslim Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam.’, *Hurnal Kawanim*, 2.1 (2018), hlm. 3.

mempertahankan pelanggan agar mampu menghadapi pesaing yang mencoba merebut konsumen.

2. Bagi Akademisi.

Sebagai referensi tambahan bagi peneliti berikutnya khususnya yang membahas hal yang sama dengan judul penelitian ini serta sebagai acuan untuk penelitian yang akan dilakukan kedepannya.

H. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini memuat mengenai Latar Belakang Masalah, berisi tentang argumentasi peneliti dengan mendeskripsikan beberapa masalah atau fenomena yang akan diangkat sebagai masalah pada penelitian ini. Identifikasi Masalah, memuat segala variabel yang terkait dengan variabel peneliti yang akan diteliti. Batasan Masalah, berisi mengenai yang akan diteliti agar lebih fokus dan terarah sehingga masalah tidak meluas. Defenisi operasional variabel, memuat istilah setiap variabel yang di batasi atau dipertegas makna apa yang di maksud peneliti. Rumusan Masalah, merupakan rumusan dari batasan masalah yang akan diteliti dan di cara penyelesaiannya melalui penelitian. Tujuan Penelitian, memperjelas apa yang menjadi tujuan dari penelitian ini. Kegunaan penellitian, hasil penelitian agar dapat memberi manfaat bagi setiap orang yang membutuhkan.

BAB II Landasan Teori

Bab ini berisi komponen teori, di dalamnya terdiri dari beberapa bagian meliputi kerangka teori yaitu berisikan teori atau konsep yang dapat mendukung masalah penelitian agar dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah, Penelitian terdahulu memuat hasil penelitian sebelumnya yang memiliki kemiripan dengan variabel penelitian yang di angkat oleh peneliti yang bertujuan agar penelitian yang di angkat bukan merupakan pandangan tetapi penelitian yang dapat menghasilkan penelitian ilmiah yang baru. Kerangka pikir, yaitu merupakan kerangka yang dikemukakan peneliti untuk menjelaskan bahwa adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang dikemukakan peneliti yang akan dibuktikan secara empiris.

BAB III Metodologi Penelitian

Bab ini berisi metode penelitian yang digunakan dalam penulisan proposal ini terdiri dari lokasi dan waktu penelitian yang akan di lakukan. Jenis penelitian yang berisi tentang penjelasan jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian. Populasi dan sampel, memuat keseluruhan objek yang akan di teliti setelah memperkecil jumlah populasi yang akan diteliti dengan metode sampel untuk mempermudah peneliti. Instrumen pengumpulan data, Analisis data menjelaskan rumus statistik yang akan digunakan dalam menganalisis data yang diperoleh dari tiap-tiap variabel.

BAB IV Hasil Penelitian

Bab ini membahas tentang gambaran objek penelitian. Deskripsi data penelitian berisi tentang teknik pengumpulan data yaitu adalah dokumentasi,

studi kepustakaan, dan angket. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji statistik deskriptif, uji normalitas, uji linearitas, uji analisis regresi sederhana, uji koefisien determinasi (R^2), serta uji t.

BAB V Penutup

Bab ini merupakan penutup yaitu kesimpulan yang berisi tentang hasil yang telah diperoleh dan saran-saran kepada peneliti, selanjutnya terkait dengan hasil penelitian yang dilakukan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kerangka Teori

1. Etika Bisnis Islam

a. Pengertian Etika

Pengertian etika (*etimologi*) berasal dari bahasa Yunani, yaitu *ethos* yang berarti watak kesusilaan atau adat kebiasaan (*custom*). Etika biasanya berkaitan erat dengan perkataan moral yang merupakan istilah dari bahasa latin, yaitu *mos* dan dalam bentuk jamaknya *mores*, yang berarti juga adat kebiasaan atau cara hidup seseorang dengan melakukan perbuatan yang baik (kesusilaan) dan menghindari hal-hal tindakan yang buruk.¹⁵

Secara umum menurut A. Sonny Keraf (1993:41), etika dapat dibagi menjadi dua bagian. Pertama, etika umum yang membahas kondisi dasar bagaimana manusia bersifat etis, dalam mengambil keputusan etis, dan teori etika serta mengacu pada prinsip moral dasar yang menjadi pegangan dalam bertindak dan tolak ukur dan pedoman untuk menilai baik buruknya suatu tindakan yang dilakukan seseorang atau kelompok orang. Etika umum tersebut dianalogkan dengan ilmu pengetahuan, doktrin, dan ajaran yang membahas pengertian umum dan teori etika.¹⁶

¹⁵ Rosady Ruslan, *Etika Khumasan Konsepsi & Aplikasi*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 31.

¹⁶ Ruslan, *Etika Khumasan Konsepsi & Aplikasi*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 31., hlm. 31.

Kedua, etika khusus, yaitu penerapan prinsip-prinsip moral dasar dalam bidang khusus, yaitu bagaimana mengambil keputusan dan bertindak dalam kehidupan sehari-hari pada proses dan fungsional dari suatu organisasi, atau dapat juga sebagai seorang profesional untuk bertindak etis yang berdasarkan teori-teori etika dan prinsip-prinsip moral dasar. Etika khusus tidak terlepas dari sistem nilai-nilai yang dianut kebudayaan, adat istiadat, moral dasar, kesusilaan, pandangan hidup, kependidikan, kepercayaan, hingga nilai-nilai kepercayaan keagamaan yang dianut.¹⁷

b. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika menurut Al-Qur'an secara langsung bahasa arab adalah *al-khuluq* dari kata dasar *khuluqa-khuluqan* yang berarti tabiat. Budi pekerti, kebiasaan. *Khuluq* berasal dari kata dasar *khuluqa* sangat berdekatan dengan kata dasar *khalafa* berubah bentuknya menjadi *al-khaliq* yang berarti pencipta dan *al-mukhluf* yang berarti diciptakan. Sedangkan dari *khaluqa-khuluq* perubahannya menjadi *al-akhlaq* yang kemudian dikenal menjadi sebuah ilmu yang berdiri sendiri.¹⁸

Etika dalam persepsi Al-Qur'an bersifat humanistik dan rasionalistik. Humanistik dalam pengertiannya mengarahkan manusia pada pencapaian hakikat kemanusiaan yang tertinggi dan

¹⁷ Rosady Ruslan, *Etika Khumasan Konsepsi & Aplikasi*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 34.

¹⁸ M. Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014), hlm. 45.

tidak bertentangan dengan fitrah manusia itu sendiri.¹⁹ Bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Menurut arti dasarnya, bisnis memiliki makna sebagai “*the buying and selling of goods and service*”. Bisnis berlangsung karena adanya kebergantungan antar individu, adanya peluang internasional, usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan standar hidup, dan lain sebagainya.²⁰

Bisnis Islami akan hidup secara ideal dalam sistem dan lingkungan yang Islami juga. dalam lingkungan yang tidak Islami, pelaku bisnis akan mudah terseret dan sukar berkelit dalam kegiatan yang dilarang agama, mulai dari uang pelicin saat perizinan usaha, menyimpan uang dalam rekening koran yang berbunga, hingga iklan yang tidak selayaknya, dan sebagainya. Bisnis non-Islami juga tidak akan hidup secara ideal dalam sistem dan lingkungan yang Islami. Bisnis non-Islami pasti akan berhadapan dengan aturan-aturan yang melarang setiap kegiatan yang bertentangan dengan syariat. Karenanya, bisnis-bisnis maksiat semacam pub, diskotik, panti pijat, perbankan ribawi,

¹⁹ Elvan Syahputra, ‘Perilaku Konsumsi Masyarakat Modern Perspektif Islam Telah Pemikiran Imam Al-Ghazali Dalam Ihya’lilumuddin’, *Jurnal Ekonomi Syariah*, 2.2 (2017), hlm.144.

²⁰ Ika Yunia Fauziah, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 3.

prostitusi, judi, dan sebagainya pasti tidak akan tumbuh di dalam sistem Islami.²¹

Sebagaimana berdasarkan firman Allah SWT pada surah Al-baqarah 188 yang berbunyi :

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ
لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ



Artinya:

Dan janganlah sebagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian dari pada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui.²²

Secara sederhana mempelajari etika bisnis Islam berarti tentang mana baik atau buruk, benar atau salah dalam dunia bisnis berdasarkan prinsip-prinsip moralitas yang dibungkus dengan batasan syariah.²³

c. Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam

Secara umum sistem etika bisnis Islam berbeda dibandingkan sistem etika barat. Penjabaran pemikiran yang menciptakan perjalanan yang dinamis dengan cirinya yang

²¹ Jusmaylani, *Bisnis Berbasis Syariah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hlm. 86.

²² Depag RI. 2006. *Al-Qur'an dan Terjemahan*. Jakarta: CV Naladan, hlm. 29.

²³ Badroen Faisal, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 87.

berubah-ubah dan bersifat sementara sesuai peradaban yang dominan.

Terciptanya pemikiran etika biasanya didasari pada pengalaman dan nilai-nilai yang diyakini para pelopornya. Pengaruh ajaran agama model etika di Barat justru menciptakan ekstrimitas baru dimana cenderung merenggut manusia dan ketertiban duniawi dibandingkan sudut lain yang sangat mengemukakan rasionalisme dan keduniawian. Sedangkan dalam islam mengajarkan kesatuan hubungan antar manusia dengan penciptanya. Kehidupan totalitas duniawi dan *ukhrawi* dengan berdasarkan sumber utama yang jelas Al-Qur'an dan Hadits.

Etika Islam memiliki kaidah dasar yang dikembangkan oleh para sarjana muslim. Kaidah ini merupakan turunan dari hasil penerjemahan modern akan konsep elementer dari nilai moral islami. Kaidah yang dimaksud adalah Ketauhidan, keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan ihsan.²⁴

1) Tauhid

Tauhid merupakan pondasi ajaran islam. Dengan tauhid, manusia menyaksikan bahwa tiada sesuatu apapun yang layak disembah selain Allah, dan tidak ada pemilik langit, bumi dan seisinya selain dari pada Allah. Dalam Islam, segala sesuatu yang diciptakan tidak ada yang sia-sia, tetapi

²⁴ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm.15.

memiliki tujuan. Tujuan diciptakannya manusia ialah untuk beribadah kepada-Nya. Karena segala aktivitas manusia dalam hubungannya dengan alam dan sumberdaya serta manusia (*mu'amalah*) dibingkai dengan kerangka hubungan dengan Allah. Kekayaan etika ataupun akhlak sangat diperlukan dalam konteks tauhid terutama dalam prinsip ekonomi guna menghindari sikap yang tidak etis dalam kegiatan bisnis. Karena manusia mempertanggungjawabkan segala perbuatannya, termasuk aktifitas ekonomi dan bisnis.²⁵

Aspek tauhid pun idealnya dimiliki seorang muslim yang hendak membeli, menjual, dan meminjam. Seorang yang memproduksi dengan nama Allah, maka barang yang diproduksi termasuk juga dalam proses produksi barang halal. Kendala kehalalan yang khas ilmu ekonomi Islam, yang menganggap buruk komoditi-komoditi yang mempunyai nilai konsumsi nol dalam ekonomi Islami.

Dalam kasus semacam itu, asumsi pemanfaatan secara bebas tak dapat dipenuhi, akibatnya ruang komoditi akan didefinisikan secara berbeda dalam sistem ekonomi Islam dibandingkan dengan sistem ekonomi lain dengan biaya etik yang pasti dibebankan atas produk-produk buruk ini

2) Keadilan / Keseimbangan

²⁵ Akhamad Mujahidin, *Ekonomio Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 14–15.

Pandangan Islam mengenai kehidupan berasal dari suatu persepsi ilahi mengenai keharmonisan alam. Konsep adil, dimensi horizontal, jujur dalam bertransaksi, tidak dirugikan dan tidak merugikan. Keseimbangan juga harus terwujud dalam kehidupan ekonomi. Karenanya, setiap kebahagiaan individu harus mempunyai nilai yang sama dipandang dari sudut sosial.

Untuk memaksimalkan jumlah kepuasan dalam masyarakat, penting sekali pemerataan penghasilan dikendalikan dalam pengertian mutlak. Sesungguhnya dalam segala jenis bisnis yang dijalankannya, Nabi Muhammad SAW menjadikan nilai standar utama. Ia meninggalkan riba dan memasyarakatkan *mudharabah* atau kontrak musyarakah, karena sistem bagi hasil dalam dua transaksi dianggap lebih mendekati nilai-nilai adil dan seimbang.²⁶

3) Kehendak Bebas

Dikutip dari jurnal Jaffray bahwa Boland berpendapat mengenai kehendak bebas adalah tanggung jawab untuk bertindak sendiri, berusaha sendiri, menyelenggarakan sendiri, baik terhadap keluarga maupun dunia sekitar, misalnya berusaha untuk memelihara kesehatan. Dalam hal ini janganlah terbius dan memperbagus kemalasan manusia karena berkata

²⁶ Sulaemang L., 'Hukum Riba Dalam Perspektif Hadis Jabir Ra', *Jurnal Al- 'Adil*, 8.1 (2015), hlm. 158.

segala sesuatu yang terjadi adalah “takdir Allah atau nasib” hingga akibatnya orang bersikap pasif terhadap perjuangan, baik jasmani maupun rohani. Manusia mesti mengambil tindakan untuk hidup di hari esok.²⁷

4) Tanggung Jawab

Tanggung jawab yaitu salah satu prinsip pokok bagi kaum profesional. Orang yang profesional sudah dengan sendirinya berarti bertanggung jawab atas profesi yang dimilikinya. Dalam melaksanakan tugasnya, ia akan bertanggung jawab dan melakukan pekerjaan dengan sebaik mungkin dengan standar dan dengan hasil maksimal serta mutu yang terbaik.²⁸

5) Ihsan

Di dalam Al-qur’an, kata ihsan bersama dengan berbagai derivasi dan kata jadinya disebutkan secara berulang-ulang. Penyebutan tersebut sebanyak 108 kali yang disebut tersebar dalam 101 ayat dan pada 36 surat.²⁹

Para ulama menggolongkan ihsan menjadi 4 bagian yaitu:

a) Ihsan kepada Allah

²⁷ Jaffray, ‘*Hubungan Providensia Allah Dan Kehendak Bebas Manusia.*’, *Jurnal Filsafat*, 26.1 (2016), hlm.2.

²⁸ Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm. 18.

²⁹ M. Hatta, ‘*Impelementasi Isi Atau Materi Pendidikan Iman, Islam, Ihsan, Amal Sholeh, Dan Islah.*’, *Journal Of Islamic Educational Management*, 2.1 (2019), hlm. 5.

- b) Ihsan kepada diri sendiri
- c) Ihsan kepada sesama manusia
- d) Ihsan bagi sesama makhluk

Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa Ihsan memiliki 1 rukun yaitu “ Engkau beribadah kepada Allah Swt seakan-akan engkau melihat-Nya, maka sesungguhnya Dia melihat mu”.³⁰

d. Perilaku Bisnis Syariah

Standar perilaku bisnis syariah mendidik agar para pelaku bisnis dalam menjalankan bisnisnya dengan: (1) takwa, (2) *aqshid*, (3) *khidmad*, (4) amanah secara terus menerus.³¹

1) Takwa

Seorang pebisnis muslim diperintahkan untuk selalu mengingat Allah dalam aktivitas mereka. Mereka hendaknya sadar penuh dan responsif terhadap prioritas-prioritas yang telah ditentukan oleh Allah. Kesadaran ini hendaknya menjadi sebuah kekuatan pemicu (*driving force*) dalam segala tindakan. Semua kegiatan transaksi bisnis hendaknya ditujukan untuk tujuan hidup yang lebih mulia.

Dalam mencari kebahagiaan umat Islam diperintahkan untuk mendapat kebahagiaan akhirat dengan menggunakan nikmat yang Allah karuniakan. Takwa merupakan nama yang

³⁰ Nur Hadi, 'Iman Dan Ihsan Dalam Kitab Mataran Arba'n An-Nawawi.', *Jurnal Intelektual: Jurnal Pendidikan Dan Studi Keislaman*, 9.1 (2016).hlm.77.

³¹ Nurdin and Muslim, *Moral Kognisi Islam* (Bandung: CV. Alfabeta), hlm. 177.

mencakup semua amal-amal kebijakan. Siapa yang mengerjakan sebagian dirinya berarti telah menyanggah ketaqwaan.³²

2) Aqshid

Aqshid adalah sederhana, rendah hati, lemah lembut, santun (simpatik). Berperilaku baik, sopan santun dalam kegiatan adalah dasar dari kebaikan tingkah laku. Sifat ini sangat dihargai dengan nilai yang tinggi mencakup semua sisi manusia. Allah memerintahkan orang muslim untuk rendah hati dan lemah lembut.³³ Di dalam (QS. Ali „Imron [3]: 159).

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ^ط وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظًا
الْقَلْبِ لَأَنفَضُوا^ط مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ^ط وَأَسْتَغْفِرْ لَهُمْ
وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ^ط فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ
مُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya:

Maka disebabkan rahmat dari Allahlah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjhindar – menjauhkan diri dari sekelilingmu.³⁴

³² Amien Wahyudi, 'Iman Dan Taqwa Bagi Guru Bimbingan Dan Konseling', *Jurnal Fokus Konseling*, 2.2 (2016), hlm. 97.

³³ Anang Mas Duki, 'Al-Qur'an Dan Budaya Komunikasi Dalam Musyawarah: Telaah Suroh Ali Imran 159 Dalam Pandangan Mufasssir.', 3.2 (2015). hlm.88.

³⁴ Depag RI. 2006. *Al-Qur'an dan Terjemahan*. Jakarta: CV Nadalana. hlm.71.

Dalam berbisnis perilaku sopan santun harus ditetapkan dengan siapaapun, tanpa memandang status sosial. Pebisnis muslim harus bersikap manis dan murah hati terhadap orang yang kurang mampu, jika tidak mampu membantu secara materi setidaknya memperlakukan dengan sopan dan kata-kata yang baik.³⁵

3) Khidmat

Khidmat artinya melayani dengan baik. Setiap pebisnis di ajarkan untuk melayani setiap konsumen yang ada dan memberikan pelayanan yang baik. Kesuksesan suatu usaha dapat dilihat dari pelayanan yang diterapkan. Dalam melakukan pelayanan, bukan hanya santun dan lemah lembut yang dilakukan, akan tetapi mengembangkan sikap toleransi.

4) Amanah

Amanah merupakan komitmen untuk memenuhi kesepakatan, dalam rangka menjaga kepercayaan dari pihak lain. Perjanjian kesepakatan termasuk kontrak dalam dunia bisnis, perjanjian tersebut dilakukan untuk mewujudkan komitmen yang tinggi. Penghianatan atas perjanjian bisnis akan mengakibatkan rusaknya kepercayaan sesama.³⁶

³⁵ Ali Mutakin, 'Teori Maqashid Al Syariah Dan Hubungannya Dengan Metode Istibath Hukum', *Jurnal Ilmu Hukum*, 19.2 (2017), hlm.3.

³⁶ Hamdani, *Good Corporate Governance* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016), hlm. 199.

Kejujuran yang terletak pada kegiatannya, tetapi godaan untuk mendapatkan *profit* membuat lalai sehingga, banyak dari pebisnis membenarkan berbagai cara dan tidak mengindahkan sifat jujur.

Demikian pula pelaku bisnis harus mempunyai sikap ramah. Sikap longgar dan bermurah hati perlu juga dibangun oleh setiap pelaku bisnis dalam transaksi bisnis. Dalam transaksi terjadi kontak antara produsen dan konsumen. Dengan sikap ramah, seorang pelaku bisnis akan mendapat simpati dari konsumen, dan bahkan menurut ajaran Islam akan mendapat berkah dari hasil yang diperoleh.³⁷

B. Penelitian Terdahulu

Untuk menguatkan penelitian ini maka peneliti mengambil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul yang diteliti. Adapun dikemukakan terdahulu sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Tedahulu

No.	Nama	Judul	Hasil
1.	Diah Sulistiyani, (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Walisingo	Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islami dan Religiusitas Terhadap	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa secara parsial hanya pengetahuan etika bisnis islami yang berpengaruh signifikan

³⁷Muhammad Djagfar, *Anatomi Perilaku Bisnis Dialektika Etika Dengan Realitas*, (UIN-Malang Press: 2019).hlm.273.

	Semarang, 2015) ³⁸	Perilaku Pedagang Muslim (Studi Kasus pada Pedagang Sembako di Pasar Karangobar)	terhadap perilaku pedagang muslim.
2.	Farid Hidayat (Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Walisingo, 2018) ³⁹	Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Religiusitas Terhadap Perilaku Bisnis Syariah Pada Pengurus Hipsi Kota Semarang	Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial menunjukkan bahwa pengaruh variabel etika bisnis Islam (X1) terhadap variabel perilaku bisnis syariah (Y) adalah negatif. Kondisi ini menunjukkan bahwa ketika kesadaran etika bisnis tinggi justru akan menurunkan perilaku bisnis syariah meskipun tidak signifikan.
3.	Endah Dwi Agustina (Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2016) ⁴⁰	Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Dana Hidayatullah Kota Yogyakarta	Nilai R square menunjukkan bahwa tingkat kepuasan nasabah BPRS Dana Hidayatullah dipengaruhi oleh implementasi etika bisnis islam yang dilakukan oleh lembaga.
4.	Desy Astrid Anindya (Pascasarjana Akuntaansi Universitas	Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pada	Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya etika bisnis menyoroti moral perilaku manusia

³⁸ Diah Sulistiyani, 'Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islami Dan Religisitas Terhadap Perilaku Pedagang Muslim' (2015).hlm.1.

³⁹ Farid Hidayat, 'Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Regiusilitas Terhadap Perilaku Bisnis Syariah Pada Pengurus Hipsi Kota Semarang.' (2018).hlm.1.

⁴⁰ Endah Dwi Agustina, 'Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Nasabah Bprs Dana Hidayatullah Kota Yogyakarta.' (2016).hlm.1.

	Muhammadiyah Sumatra Utara, 2017) ⁴¹	Wirausaha Di Desa Delitua Kecamatan Delitua	yang mempunyai profesi dibidang bisnis dan dimiliki secara global oleh pelaku usaha secara umum.
5.	Wahyu Mijil Sampurno (Program Studi Ekonomi Isla, Universitas Islam Indonesia, 2016) ⁴²	Penerapan Etika Bisnis Islam dan Dampaknya Terhadap Kemajuan Bisnis Industri Rumah Tangga	Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa aspek perusahaan ditinjau dari segi implementasi aksioma etika bisnis Islam yaitu tsuhid, keseimbangan, tanggung jawab, kehendak bebas, dan kebijakan/ihsan.
6.	Amir Salim (Dosen Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syari'ah Indo Global Mandiri Palembang, 2018) ⁴³	Analisis Pemahaman dan Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang Pengepul Barang Bekas Di Kota Palembang	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Etika Bisnis Islam Pedagang Pengepul Barang bekas. Berdasarkan hasil penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pemahaman etika bisnis Islam pedagang pengepul barang bekas diantaranya faktor tauhid mempengaruhinya sebesar 73,38% dan faktor ihsan sebesar 79,79%. Dengan demikian, hasil penelitian faktor-faktor yang mempengaruhi pemahaman etika bisnis Islam pedagang pengepul barang bekas dapat dikategorikan

⁴¹ Desi Astrid Anindiya, 'Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pada Wirausaha Di Desa Delitua.' (2017).hlm.1.

⁴² Wahyu Mijil Sampurno, 'Penerapan Etika Bisnis Islam Dan Dampaknya Terhadap Kemajuan Bisnis Industri Rumah Tangga.' (2016).hlm.1.

⁴³ Amir Salim, 'Analisis Pemahaman Dan Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang Pengepul Barang Bekas Di Kota Palembang.' (2018).hlm.1.

			baik.
7.	Muhammad Fahmul Iltiham & Danif (Malang, 2016) ⁴⁴	Penerapan Konsep Etika Bisnis Islam pada Manajemen Perhotelan di PT. Syari'ah Guest House Malang	Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa PT.Syari'ah Guest House Malang adalah salah satu contoh hotel syari'ah yang sudah menerapkan prinsip etika bisnis Islam meskipun masih tergolong kecil dan baru akan tetapi hotel tersebut bisa berkomitmen untuk menjalankan bisnis secara syari'ah.
8.	Afrida Putritama (Staf Pengajar Jurusan Pendidikan Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta, 2018) ⁴⁵	Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Industri Perbankan Syariah	Hasil yang dapat disimpulkan dalam penelitian ini adalah penerapan prinsip etika bisnis Islam dalam perbankan syari'ah yang sesuai dengan syariat, fiqih, maupun siyasah sangat penting dalam rangka menciptakan kemasalahatan umat yang merupakan tujuan pendirian perbankan syariah.
9.	Galuh Anggraeny (Studi pada Mahasiswa Akuntansi IAIN Surakarta, 2017) ⁴⁶	Pembelajaran dan Implementasi Etika Bisnis Islam	Etika bisnis Islam sudah mulai disadari oleh para mahasiswa semester 5 di IAIN Surakarta. Mereka sudah mampu mengidentifikasi masalah yang ada terkait dengan etika dan

⁴⁴ Muhammad Fahmul Iltiham, 'Penerapan Konsep Etika Bisnis Islam Pada Manajemen Perhotelan Di Pt. Syari'ah Guest House Malang.' (2016).hlm.1.

⁴⁵ Afrida Putri Tama, 'Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Industri Perbankan Syariah.' (2018).hlm.1.

⁴⁶ Galuh Anggraeny, 'Pembelajaran Dan Impelementasi Etika Bisnis Islam.' (2018).hlm.1.

			ingin menjadi bagian dari orang yang menjalankan etika ini dan mensosialisasikannya.
10.	Ahmad Hulaimi (Magister Ilmu Ekonomi, Universitas Mataram, 2017) ⁴⁷	Etika Bisnis Islam dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi	Hasil yang dapat disimpulkan dalam penelitian ini adalah bahwa pedagang sapi di Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur sudah menerapkan prinsip etika bisnis Islam tersebut.
11.	Tarsius Murwadji (Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran, 2016) ⁴⁸	Etika Bisnis Sebagai Dasar Pertanggung Jawaban Sosial dan Lingkungan Perbankan	Hasil yang dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa pertanggung jawaban sosial merupakan salah satu pilar manajemen masa depan disamping profitabilitas, pembaruan, kedudukan pasar, produktivitas, sumber-sumber keuangan dan fisik, karya dan pengembangan manejer, dan karya dan sikap pekerjaan.
12.	Fauzan (Malang, 2014) ⁴⁹	Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek H. Slamet Di Kota Malang	Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan keterbatasan penelitian, maka dapat dikemukakan kesimpulan sebagai berikut, yaitu: Dimensi keadilan dalam etika bisnis, Dimensi

⁴⁷ Ahmad Hulaimi, 'Etika Bisnis Islam Dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi.' (2017).hlm.1.

⁴⁸ Tarsius Murwadji, 'Etika Bisnis Sebagai Dasar Pertanggungjawaban Sosial Dan Lingkungan Perbankan. Padjadjaran. (2016).hlm.1.

⁴⁹ Fauzan, 'Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek H. Slamet Di Kota Malang.' (2014).hlm.1.

			Kejujuran dalam etika bisnis, Dimensi kepercayaan dalam etika bisnis, Penerapan etika bisnis.
13.	Erly Juliyani (2016) ⁵⁰	Etika Bisnis Dalam Persepektif Islam	Berdasarkan hasil penelitian bahwa etika bisnis Islam adalah ahlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar.
14.	Sofia Yustiani (Fakultas Ekonomi STAIN Purwokerto, 2010) ⁵¹	Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	Etika menjadi dasar atau landasan berperilaku baik dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam bisnis.
15.	Putu Edgar Tanaya (Fakultas Hukum Universitas Udayana, 2016) ⁵²	Tinjauan Sosiologi Hukum Terhadap Corporate Social Responbility Sebagai Etika dan Bisnis Sosial	Berdasarkan hasil penelitian bahwa setiap perlakuan yang dilakukan perusahaan terhadap aspek-aspek eksternal tersebut pada akhirnya akan mempengaruhi keberlanjutan dan perkembangan badan hukum tersebut.

Pelaksanaan peneliti ini berjudul Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku *Reseller* Produk Herba Alwahida Padangsidimpuan, dengan identifikasi masalah pertama, Terdapat pengaruh etika bisnis Islam

⁵⁰ Erly Juliyani, 'Etika Bisnis Dalam Persepektif Islam.' (2016).hlm.1.

⁵¹ Sofia Yustiani, 'Etika Bisnis Dan Tanggungjawab Sosial Perusahaan.' (2010).hlm.1.

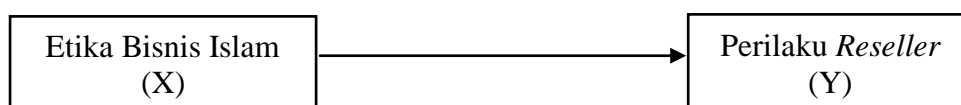
⁵² Putu Adgar Tanayah, 'Tinjauan Sosiologi Hukum Terhadap Corporate Social Responbility Sebagai Etika Dan Bisnis Sosial.' (2016).hlm.1.

dalam perilaku *reseller* herba penawar Alwahida Indonesia Padangsidimpuan. Kedua, sikap pebisnis atau perusahaan yang hanya ingin mendapatkan *profit* sangat besar tanpa memperhatikan halal atau haram barang yang diproduksi.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah gambaran tentang antara variabel dalam suatu penelitian. Kerangka pikir diuraikan oleh jalan pikir menurut kerangka yang logis, inilah yang disebut *logical construct*.⁵³ Dalam penelitian ini akan dijelaskan mengenai pengaruh secara parsial dan simultan variabel etika bisnis Islam (X) dan terhadap perilaku *reseller* (Y). Serta menjelaskan seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan variabel dependennya.

Gambar 2.1
Kerangka Pikir



D. Hipotesis

Hipotesis merupakan kesimpulan sementara yang harus dibuktikan kebenarannya, hasil pembuktian bisa jadi salah bisa juga benar. hipotesis tidak selalu ada karena secara implisit hipotesis itu “ada” pada tujuan peneliti.⁵⁴ Berdasarkan hasil pengamatan dan penelitian penulis atas

⁵³ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam* (Jakarta: Jakarta Rajawali, 2008), hlm.75.

⁵⁴ Nur Asnawi and Masyhuri, *Metodelogi Riset Manajemen Pemasaran* (Malang: UIN Maliki Press, 2009), hlm. 144.

permasalahan yang terjadi di atas permasalahan yang terjadi diatas maka penulis mengemukakan dugaan yaitu:

H_{01} : Etika bisnis Islam tidak berpengaruh terhadap perilaku *Reseller* Herba Penawar Alwahida Indonesia Padangsidempuan.

H_{a1} : Etika bisnis Islam berpengaruh terhadap perilaku *Reseller* Herba Penawar Alwahida Indonesia Padangsidempuan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Padangsidempuan. Waktu penelitian dimulai pada bulan Desember 2020 sampai Mei 2021.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori tertentu dengan meneliti hubungan antar variabel.⁵⁵ Penelitian ini dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya.

C. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah keseluruhan yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kapasitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempertimbangkan dan menarik kesimpulan.⁵⁶ Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah *reseller* Produk Herba Penawar Alwahida Indonesia di Padangsidempuan sebanyak 92 *reseller*.

⁵⁵ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), hlm. 38.

⁵⁶ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Manajemen* (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 148.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Dinamakan penelitian sampel apabila kita bermaksud untuk menggeneralisasikan adalah mengangkat kesimpulan peneliti sebagai suatu yang berlaku bagi populasi.⁵⁷ Pengambilan sampel untuk penelitian menurut Suharsimi Arikunto, jika subjeknya kurang dari 100 sebaiknya diambil semuanya, jika subjeknya besar atau lebih dari 100 dapat diambil 10-15% atau 20-25% lebih tergantung kemampuan peneliti dari berbagai macam segi. Dengan demikian, dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel *reseller* Produk Herba Penawar Alwahida Indonesia di Padangsidempuan sebanyak 92 *reseller*.

D. Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah primer. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan. Seperti wawancara dan kuesioner.⁵⁸ Data primer dalam penelitian ini adalah *reseller* Herba Penawar Alwahida Indonesia atau agen Herba Penawar Alwahida Indonesia Padangsidempuan dan tanggapan responden yang diperoleh melalui konsumen pada produk herbal Herba Penawar Alwahida Indonesia.

⁵⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2014), hlm.174.

⁵⁸ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Manajemen* (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 53.

E. Instrumen Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara adalah instrumen yang digunakan untuk memperoleh keterangan dengan cara tanya jawab, dengan menggunakan alat panduan wawancara. Dalam hal ini peneliti mewawancarai *reseller* HPAI untuk mengetahui penerapan etika bisnis Islam terhadap perilaku *reseller* HPAI di Padangsidempuan.

b. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi beberapa pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁵⁹ Dalam hal ini peneliti memberikan kuesioner kepada *reseller* HPAI mengenai penerapan etika bisnis Islam.

F. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen

a. Uji Validitas

Uji Validitas adalah suatu ukuran untuk menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan suatu instrumen.⁶⁰ Instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang diinginkan. Perhitungannya menggunakan metode *Corrected Item-Total Correlation* dengan rumus sebagai berikut:

⁵⁹ Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2014), hlm. 149.

⁶⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2014), hlm.211.

- 1) Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- 2) Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya dan diandalkan⁶¹. Suatu pengukuran disebut memiliki keandalan jika konsisten memberikan jawaban yang sama. Dalam penelitian, jika suatu pengukuran konsisten dari waktu ke waktu lainnya, maka pengukuran itu dapat diandalkan dan dipercaya dalam derajat tertentu.

Pengukuran reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Jika reliabilitas kurang dari 0,60 adalah kurang baik, sedangkan 0,70 dapat diterima dan di atas 0,80 adalah baik.

G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk

⁶¹ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), hlm. 130.

umum.⁶² Statistik deskriptif juga bertujuan menunjukkan nilai *maximum*, *minimum*, *mean*, dan *standar deviation* dari data yang terkumpul.

2. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak. Jika jumlah data cukup banyak dan penyebarannya tidak 100% normal (tidak normal sempurna), maka kesimpulan yang ditarik berkemungkinan salah. Untuk menghindari kesalahan tersebut lebih baik memakai beberapa rumus yang telah diuji keterandalannya, yaitu dengan uji kolmogorop-smirnov. Dengan kriteria pengujian adalah:⁶³

Jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima.

Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak.

3. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui linieritas data, yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis kolerasi atau regresi linier. Pengujian data SPSS dengan menggunakan *Test for Liniarity* dengan pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubunhan yang linier bila signifikansi (*Linearity*) kurang dari 0,05.

⁶² Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 29.

⁶³ Duwi Priyanto, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta: PT Andi Offset, 2014), hlm. 73.

4. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Analisis Determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase sembarang pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Semakin besar R^2 (mendekati 1), maka ketepatannya semakin baik. Jadi dapat dikatakan variabel independen adalah besar terhadap variabel dependen.

5. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji dasarnya menunjukkan seberapa jumlah pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Dalam hal ini apakah variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Untuk mempermudah penelitian ini, analisis data menggunakan SPSS versi 20. Penelitian ini dilakukan dengan melihat langsung pada hasil perhitungan koefisien regresi melalui SPSS pada bagian *unstandardized coefficients* B dengan *standard error estimate* sehingga akan didapatkan hasil yang dinamakan T_{hitung} . Sebagai dasar pengambilan keputusan dapat digunakan kriteria pengujian sebagai berikut:

- a. Jika $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima. Hal ini seperti Etika Bisnis Islam secara individual tidak berpengaruh terhadap Perilaku *Reseller*.

- b. Jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$, atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti Etika Bisnis Islam secara individual berpengaruh terhadap Perilaku *Reseller*.

6. Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif serta untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan nilai. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Rumus dari analisis regresi sederhana adalah sebagai berikut ini:⁶⁴

$$Y' = a + bX + e$$

Keterangan:

Y = subjek dalam variabel dependen yang diprediksi.

a = harga Y bila X = 0 (harga konstan)

b = angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan.

X = subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu

⁶⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 270.

$E = \text{error}$

Sehingga persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$PR = a + bEBI + e$$

Keterangan

KK = Perilaku *Reseller*

a = Nilai Konstanta

b = Koefisien Regresi

EBI = Etika Bisnis Islam

E = *error*

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PT Herba Penawar Alwahida Indonesia

1. Sejarah singkat PT Herba Penawar Alwahida Indonesia

PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia, yang kemudian dikenal sebagai HPAI merupakan salah satu perusahaan Bisnis Halal *Network* di Indonesia yang fokus pada produk-produk herbal. HPAI sesuai dengan akta pendirian perusahaan, secara resmi didirikan pada tanggal 19 Maret 2012.⁶⁵

HPAI dibangun dari perjuangan panjang yang bertujuan menjayakan produk-produk halal dan berkualitas berazaskan *Thibbunnabawi*, serta dalam rangka membumikan, memajukan, mengaktualisasikan ekonomi Islam di Indonesia melalui *enterpneurship*.

2. Visi dan misi

Visi :

- 1) Menjadi pemimpin industri halal kelas dunia dari Indonesia .

Misi :

- 1) Menjadi perusahaan jaringan pemasaran papan atas kebanggan umat.
- 2) Menjadi wadah perjuangan penyediaan produk halal bagi umat Islam.

⁶⁵ *Panduan Sukses HPAI Referensi Utama Produk Halal Dunia*, hlm. 3.

- 3) Menghasilkan pengusaha-pengusaha yang dapat dibanggakan, baik sebagai pemasar, pembangun jaringan maupun produsen.

3. Susunan Organisasi PT HPAI

Berikut adalah susunan kepemimpinan PT. HPAI yang berpusat di Jakarta Timur:⁶⁶

- a. Dewan Pengawas Syariah
 - 1) Dr. H. Mawardi Muhammad Saleh, MA (*Advisor*)
 - 2) Dr. H. Endy M. Astiwaru, MA, AAAIJ, FIIS (BPH DSN-MUI)
- b. Dewan Komisaris
 - 1) H. Muslim M. Yatim, Lc (Komisaris Utama)
 - 2) H. Rofik Hananto, S.E.(Komisaris)
- c. Dewan Direktur
 - 1) H. Agung Yulianto, SE, AK, M. Kom (Direktur Utama)
 - 2) H. Erwin Chandra Kelana, S.T (Direktur *Marketing*)
 - 3) H. Supriyono, S.T. (Direktur Produk & Logistik)

4. PILAR (P.A.S.T.I)

Lima pilar perusahaan, yaitu Produk, Agenstok, *Support System*, Teknologi, dan Integritas Manajemen (PASTI), telah berhasil terekonstruksi dengan kokoh. Lima pilar ini, siap menopang berdirinya bangunan megah, tinggi dan kokoh, yaitu HPAI.⁶⁷

⁶⁶ PT. HPAI- Halal Network International (HNI). Kempel Billy & Moon, Jln. Kelapa Sawit Raya Blok H-11 Pondok Kelapa, Duren Sawit Jakarta Timur 13450 diakses 1 Mei 2021, <https://hni.net/profile>.

⁶⁷ *Panduan Sukses HPAI Referensi Utama Produk Halal Dunia*, hlm. 6.

a. Produk

Salah satu produk herbal yang sudah terdaftar di LPPOM MUI dan bersertifikat halal adalah PT HPAI. HPAI merupakan penyedia produk-produk barang konsumsi yang halal dan berkualitas.⁶⁸ Secara umum produk HPAI terbagi menjadi 3 yaitu Herbs Product (obat-obatan), Healtha Food & Beverage (kopi, susu, madu, dll), dan *Cosmetic & Home Care* (kebutuhan sehari-hari).⁶⁹

b. Agenstok

Agenstok HPAI merupakan jalur distribusi ritel dari Produk-produk HPAI. Rangkaian jalur distribusi tersebut secara berurutan dari yang terbesar, yaitu: *Bussines Center*, Pusat *Agency*, Pusat Stokis Daerah, dan Stokis yang tersebar hampir di seluruh propinsi di wilayah Indonesia bahkan dapat dikembangkan ke luar negeri.⁷⁰

c. *Support System*

Manajemen HPAI bersama CELLS (*Cooperation of Excecutive Loyal Leaders* atau Perhimpunan Kesatuan dan Kerjasama Para *Leader Setia* dan Agen HPAI) telah menciptakan *Support System* HPAI yang baku, mudah dan praktis untuk

⁶⁸ Fathan Budiman. "Sertifikasi Halal Bagi Masyarakat Kabupaten Boyolali Jawa Tengah (Studi Tentang Keputusan Pembelian Produk HPAI)," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(02), 2020,379-388; hlm.2 ., <http://Jurnal.stie-aas.ac.id/indeks.php/jie>.

⁶⁹ Sri Rahmayani,dkk. "Pengaruh Atribut Produk Terhadap Persepsi Konsumen Atas Produk Pasta Gigi Herbal HNI-HPAI di Kota Padang", *E-Journal UNP Ecogen*, Volume.2 No.3. (05 September 2019): hlm. 565., <http://ejournal.unp.ac.id>

⁷⁰ *Panduan Sukses HPAI Referensi Utama Produk Halal Dunia*, hlm. 7.

mendukung dan memudahkan Agen HPAI dalam mengembangkan Bisnis Halal *Network* HPAI.

HPAI bersama dengan CELLS berinvestasi membangun sistem dalam rangka sukseksi *Marketing Plan*, yang lebih dikenal sebagai *Support System*. HPAI *Support System* adalah metode, konsep, dan cara kerja Agen HPAI untuk mencapai kesuksesan bisnis di HPAI dalam satu sistem kerja yang terintegrasi.

d. Teknologi

HPAI fokus pada teknologi yang mampu mendorong serta meningkatkan kinerja perusahaan dalam hal pelayanan, kemudian akses informasi, dan transaksi yang *real time* sehingga membantu jalan agen, dan *stakeholder* mencapai kesuksesan dalam berbisnis bersama. HPAI membangun beberapa instrumen teknologi yang disebut sebagai:

- 1) HSIS (*HPAI Support Integrated System*) HSIS mengintegrasikan transaksi online dengan berbagai fitur dan informasi yang dapat diakses secara *real time* mengenai pertumbuhan omset, ketersediaan saldo produk dan perkembangan jumlah agen perhari.
- 2) AVO (*Agen Virtual Office*) AVO adalah *personal page member* yang dapat digunakan oleh seluruh Agen HPAI untuk dapat mengetahui perkembangan jaringan, dan *personal statement*.

3) *SMS Center* berfungsi sebagai layanan informasi terpusat yang dapat dijangkau oleh seluruh agen HPAI hingga ketinggian daerah. *SMS center* menjadi komunikasi dua arah antara *Customer Care* dengan Agen HPAI dalam hal pembaruan informasi mengenai program dan promo perusahaan.

e. Integritas Manajemen

HPAI terus meningkatkan profesionalismenya. Dan selalu berusaha memberi pelayanan yang terbaik. Hal ini sudah sukses diwujudkan, dan kesuksesan HPAI memunculkan empat nilai integritas yang dimilikinya, yaitu:⁷¹

- 1) Kejujuran Dimensi nilai kejujuran, HPAI menunjukkan sebuah perusahaan yang dalam mengembangkan strategi pemasaran selalu berkata apa adanya dan tidak melakukan kebohongan, serta bersifat terbuka.
- 2) Ketulusan HPAI menunjukkan tidak adanya keterpaksaan dalam menerapkan suatu tindakan dalam strategi bisnis *halal network* HPAI.
- 3) Keadilan HPAI memperlakukan konsumen sesuai dengan haknya. HPAI menerapkan nilai integritas akan memperlakukan konsumen atau pemangku kepentingan lain tidak semena-mena dan memberikan apa yang sudah menjadi haknya tanpa ada keinginan untuk melakukan pengurangan

⁷¹ *Panduan Sukses HPAI Referensi Utama Produk Halal Dunia*, hlm. 8.

- 4) Kepercayaan Nilai integritas HPAI lainnya adalah nilai kepercayaan. Integritas menciptakan suatu kepercayaan bagi orang lain. Kepercayaan berarti memberikan sesuatu kepada orang lain untuk dikerjakan sesuai dengan ekspektasi yang dimiliki.

B. Hasil analisis Data

1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui apakah suatu instrumen mengukur konsep yang harus diukur dengan baik. Untuk menentukan layak atau tidaknya suatu item, maka akan dilakukan uji signifikan koefisien korelasi. Berikut ini uji validitas item pernyataan variabel Etika Bisnis Islam:

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Etika Bisnis Islam

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	keterangan
Item 1	0,652	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n-2$ ($92-2$) = 90 pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,2050$	Valid
Item 2	0,706		Valid
Item 3	0,749		Valid
Item 4	0,742		Valid
Item 5	0,792		Valid
Item 6	0,779		Valid
Item 7	0,590		Valid
Item 8	0,543		Valid
Item 9	0,245		Valid
Item 10	0,225		Valid

Sumber: Data diolah, Tahun 2021

Hasil uji validitas item pernyataan variabel Etika Bisnis Islam pada tabel IV.1 dapat disimpulkan seluruh item pernyataan untuk

variabel Etika Bisnis dinyatakan valid. Berikut uji validitas item pernyataan variabel Perilaku *Reseller*:

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Perilaku *Reseller*

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Item 1	0,415	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n-2$ ($90-2$) = 90 pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,2050$	Valid
Item 2	0,789		Valid
Item 3	0,743		Valid
Item 4	0,805		Valid
Item 5	0,838		Valid
Item 6	0,855		Valid
Item 7	0,750		Valid
Item 8	0,735		Valid
Item 9	0,382		Valid
Item 10	0,407		Valid

Sumber: Data diolah, Tahun 2021

Berdasarkan hasil uji validitas item pernyataan variabel Perilaku *Reseller* pada tabel IV.2 dapat disimpulkan seluruh item pernyataan untuk variabel perilaku *Reseller* dinyatakan valid.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas dari variabel *Knowledge Management* dan Kinerja Karyawan adalah sebagai berikut ini:

Tabel 4.3
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	N of Item	Keterangan
Etika Bisnis Islam	0,779	10	Reliabel
Perilaku <i>Reseller</i>	0,867	10	Reliabel

Sumber: Data diolah, Tahun 2021

Tabel IV.3 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's alpha* untuk variabel Etika Bisnis Islam (X) adalah $0,779 > 0,60$ yang artinya seluruh item pernyataan reliabel. Sedangkan *Cronbach's alpha* untuk variabel Perilaku *Reseller* (Y) adalah $0,867 > 0,60$ yang artinya seluruh item pernyataan reliabel.

C. Analisa Data

1. Hasil Statistik Deskriptif

Hasil statistik deskriptif dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.4
Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Etika Bisnis Islam	92	33	48	40,28	3,014
Perilaku <i>Reseller</i>	92	28	49	41,80	4,165
Valid N (listwise)	92				

Sumber: Data diolah, Tahun 2021

Berdasarkan tabel IV.4 dapat dilihat bahwa Etika Bisnis Islam dengan jumlah data (N) sebanyak 92 mempunyai nilai mean 40,28 dengan nilai minimum 33 dan nilai maksimum 48 serta standar deviasinya sebesar 3,014. Sedangkan variabel Perilaku *Reseller* mempunyai nilai mean sebesar 41,80 dengan nilai minimum 28 dan nilai maksimum 49 serta standar deviasinya sebesar 4,165.

2. Hasil Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini sebagai berikut:

Tabel 4.5
Hasil Uji Normalitas
One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		92
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3,88156201
Most Extreme Differences	Absolute Positive	,083
	Negative	-,083
Kolmogorov-Smirnov Z		,798
Asymp. Sig. (2-tailed)		,548

Sumber: Data diolah, Tahun 2021

Hasil uji normalitas pada tabel IV.5 dapat dilihat bahwa nilai sebesar *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,548, tingkat signifikan lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual tersebut distribusi normal.

3. Hasil Uji linearitas

Hasil uji linearitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.6
Hasil Uji Linearitas Variabel Etika Bisnis Islam
Terhadap *Perilaku Reseller*

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Reseller *	(Combined) Between Groups Linearity	353,334	14	25,238	1,586	,102
		207,425	1	207,425	13,037	,001

Etika Bisnis Islam	Deviation from Linearity	145,909	13	11,224	,705	,752
	Within Groups	1225,145	77	15,911		
	Total	1578,478	91			

Sumber: Data diolah, Tahun 2021

Hasil uji linearitas Etika Bisnis Islam terhadap Perilaku *Reseller* dapat dilihat pada tabel IV.6 bahwa nilai signifikan pada *Deviation from Linearity* sebesar 0,752. Jadi nilai *Deviation from linearity* $> 0,05$ ($0,752 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel Etika Bisnis Islam terhadap Perilaku *Reseller* terdapat hubungan yang linear.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui sampai sejauh mana kecocokan atau ketetapan garis yang berbentuk dalam mewakili seluruh data atau variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas yang tidak dimasukkan kedalam model. Model dianggap baik jika koefisiensi determinasi sama dengan satu atau mendekati satu. Adapun hasil koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,363 ^a	,131	,122	3,903

Sumber: Data diolah, Tahun 2021

Berdasarkan hasil tabel IV.7 dapat diketahui bahwa nilai R^2 sebesar 0,131 menunjukkan bahwa 13,1% variabel Etika Bisnis Islam terhadap Perilaku *Reseller* sedangkan 86,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

5. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Hasil uji hipotesis (Uji t) sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	21,626	5,484		3,944	,000
Etika Bisnis Islam	,501	,136	,363	3,690	,000

Sumber: Data diolah, Tahun 2021

Berdasarkan hasil uji hipotesis (Uji t) dapat dilihat pada tabel IV.8 bahwa t_{hitung} untuk variabel Etika Bisnis Islam sebesar 3,690 dan untuk t_{tabel} diperoleh dari rumus $df = (n-k-1)$, $df = 90$, hasil diperoleh dari t_{tabel} sebesar 1,66196 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,690 > 1,66196$) dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa Etika Bisnis Islam berpengaruh secara signifikan terhadap Perilaku *Reseller* Herba Penawar Alwahida Indonesia Padangsidempuan.

6. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh secara linear antara dua atau satu variabel independen Etika Bisnis Islam (X) dengan variabel dependen Perilaku *Reseller* (Y).

Tabel 4.9
Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	21,626	5,484		3,944	,000
1 Etika Bisnis Islam	,501	,136	,363	3,690	,000

Sumber: Data diolah, Tahun 2021

Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana pada tabel IV.9 dilihat pada kolom *Unstandardized Coefficients* bagian kolom B maka persamaan analisis regresi linear sederhana dalam penelitian ini adalah:

$$PR = \alpha + bEBI + e$$

$$PR = 21,626 + 0,501EBI + 5,484$$

Keterangan:

PR : Perilaku *Reseller*

EBI : Etika Bisnis Islam

B : Koefisien

e : Error

Penjelasan dari regresi tersebut dapat dijelaskan dengan sebagai berikut:

- a. Nilai Konstanta sebesar 21,626 artinya jika variabel Etika Bisnis Islam nilainya adalah 0, maka variabel Perilaku *Reseller* sebesar 21,626 satuan.
- b. Koefisien regresi variabel Etika Bisnis Islam sebesar 0,501 artinya apabila variabel Etika Bisnis Islam meningkat 1 satuan, maka Perilaku *Reseller* mengalami peningkatan sejumlah 0,501 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Etika Bisnis Islam dengan Perilaku *Reseller*, semakin tinggi Etika Bisnis Islam maka semakin meningkat pula Perilaku *Reseller*.

D. Pembahasan Analisis Data

Penelitian ini berjudul Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku *Reseller* Herba Penawar Alwahida Indonesia Padangsidimpuan. Dari hasil analisis yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Product and Service*) versi 20.

Secara umum menurut A. Sonny Keraf, etika dapat dibagi menjadi dua bagian. Pertama, etika umum yang membahas kondisi dasar bagaimana manusia bersifat etis, dalam mengambil keputusan etis, dan teori etika serta mengacu pada prinsip moral dasar yang menjadi pegangan dalam bertindak dan tolak ukur dan pedoman untuk menilai baik buruknya suatu tindakan yang dilakukan seseorang atau kelompok orang. Etika

umum tersebut dianalogkan dengan ilmu pengetahuan, doktrin, dan ajaran yang membahas pengertian umum dan teori etika.⁷²

Etika menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah ilmu yang membahas tentang mana yang baik dan mana yang buruk serta membahas tentang hak dan kewajiban moral atau ahlak manusia itu sendiri. Dengan mengikuti contoh dari teladan Nabi Muhammad SAW, yang di dalam akidah islamiyah dinyatakan sebagai manusia yang paling sempurna akhlakunya.⁷³

Berdasarkan hasil uji regresi yang dilakukan pada penelitian ini diketahui bahwa: Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku *Reseller* Herba Penawar Alwahida Indonesia Padangsidempuan yaitu Hasil uji t menyatakan bahwa t_{tabel} sebesar 1,66196 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku *Reseller* Herba Penawar Alwahida Indonesia Padangsidempuan.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan pengertian Etika Bisnis Islam yang didalamnya disebutkan. Etika Bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya tentu melanjutkan tentu melakukan hal yang benar

⁷² Rosady Ruslan, *Etika Khumasan Konsepsi & Aplikasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 32.

⁷³ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), diakses pada tanggal 01 Mei 2021, <https://kbbi.web.id>

berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan.⁷⁴

Kesimpulan dari penelitian ini adalah Etika Bisnis Islam berpengaruh Terhadap Perilaku *Reseller* Herba Penawar Alwahida Indonesia Padangsidimpuan.

E. Keterbatasan Penelitian

Keseluruhan dari rangkaian kegiatan dalam penelitian ini telah dilakukan sesuai dengan tahapan-tahapan yang ada dalam metodologi penelitian, hal ini direncanakan agar hasil yang didapat dari penelitian ini betul-betul asli dan terstruktur. Tetapi untuk memperoleh hasil yang lengkap untuk suatu penelitian susah dikarenakan ada berbagai keterbatasan yang dialami oleh peneliti.

Adapun keterbatasan-keterbatasan dalam melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah:

1. Saat menyebarkan angket peneliti tidak mengetahui secara pasti kejujuran responden dalam menjawab pernyataan-pernyataan yang diberikan oleh peneliti sehingga dapat mempengaruhi data yang diperoleh.
2. Keterbatasan dari variabel yang digunakan yaitu peneliti hanya mengambil satu variabel yaitu Etika Bisnis Islam dari beberapa faktor yang mempengaruhi Perilaku *Reseller*.

⁷⁴ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*. (Bandung: Alfabeta, 2013). hlm. 35.

3. Keterbatasan melakukan penelitian dibebberapa waktu dikarenakan *social distancing* yang diakibatkan oleh Corona Virus (Covid-19) sehingga beberapa *reseller* ada yang tidak mau melakukan pengisian angket yang diberikan peneliti.

Walaupun dengan keterbatasan yang ada, peneliti mengupayakan agar penelitian ini tidak terhalangi oleh keterbatasan dan tidak mengurangi hasil dari penelitian.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya mengenai “Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku *Reseller* Herba Penawar Alwahida Indonesia Padangsidempuan”. Dengan menggunakan metode analisis yang digunakan, maka dapat ditarik kesimpulan dalam penelitian ini yaitu bahwa Etika Bisnis Islam berpengaruh secara signifikan terhadap Perilaku *Reseller* Herba Penawar Alwahida Indonesia Padangsidempuan.

B. Saran

1. Penelitian ini memiliki berbagai keterbatasan, maka saran saya yang disampaikan adalah sebaiknya pihak perpustakaan lebih menambahkan buku-buku terbaru yang menjelaskan lebih detail tentang variabel-variabel yang ada dalam penelitian ini sebagai bahan materi atau sumber referensi bagi peneliti selanjutnya.
2. Responden seharusnya lebih memahami dan mengisi angket secara jujur berdasarkan fakta yang terjadi di lapangan agar tidak terjadi kesalahan dalam pengolahan data pada *SPSS (Statistical Product and Service)*.
3. Keterbatasan melakukan penelitian dalam kondisi *social distancing* yang diakibatkan oleh Corona Virus (Covid-19) sehingga peneliti

menemukan beberapa reseller yang tidak bisa di temui secara langsung atau bertatap muka akan lebih baik peneliti mengajari *reseller* dalam pengisian angket sehingga dapat memberikan arahan kepada reseller jika pertanyaan yang terdapat pada angket kurang dimengerti.

4. Untuk *Business Centre* Padangsidempuan penelitian ini diharapkan sebagai bahan pertimbangan untuk lebih meningkatkan kinerja *reseller* dalam pendistribusian produk dan memberikan keuntungan dan manfaat lebih kepada konsumen dalam pelayanannya.
5. Untuk PT. Herba Penawar Al Wahida penelitian ini diharapkan sebagai bahan acuan untuk lebih meningkatkan kinerja seluruh karyawan yang bekerja di dalam perusahaan, khususnya dalam hal etika berbisnis yang sesuai dengan syariat Islam dan juga sebagai bahan evaluasi untuk perekrutan atau penerimaan karyawan PT. Herba Penawar Al Wahida di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, 2013, Bandung : Alfabeta.
- Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah*, 2009 Yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR.
- Desy Astrid Anindya, “Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pada Wirausaha Di Desa Delitua Kecamatan Delitua”, *At-Tawassuth*, Vol. II, No. 2, 2017.
- Duwi Priyanto, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*, 2014, Yogyakarta: PT Andi Offset.
- Faisal Badroen, et al, *Etika Bisnis Islam*, 2006, Jakarta: Kencana.
- Fathan Budiman. “*Sertifikasi Halal Bagi Masyarakat Kabupaten Boyolali Jawa Tengah (Studi Tentang Keputusan Pembelian Produk HPAI)*,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(02), 2020,379-388; hlm.2 ., <http://Jurnal.stie-aas.ac.id/indeks.php/jie>.
- Idri, *Hadis Ekonomi, Ekonomi Dalam Persepektif Islam Hadis Nabi*, 2015, Cet I, Jakarta: Kencana.
- M. Ma`ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah*, 2014, Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Morissan, *Metode Penelitian Survei*, 2014, Jakarta: Kencana.
- Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, 2012, Jakarta: Penebar Plus.
- Muhammad Saifullah, *Etika Bisnis Islami dalam Praktik Bisnis Rasulullah*, *Jurnal Walisongo*, Volume 19, Nomor 1, 2011.
- Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam* . 2008, Jakarta: Rajawali Pers.
- Muhammad Djagfar, *Anatomi Perilaku Bisnis Dialektika Etika Dengan Realitas*, 2019, UIN-Malang: Press.
- Nur Asnawi & Masyhuri, *Metodelogi Riset Manajemen Pemasaran*, 2009, Malang: UIN Maliki Press.
- Nurdin, *Muslim dkk, Moral Kognisi Islam*, 177, Bandung: CV ALFABETA.

P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktis*, 2004, Jakarta: PT Rineka Cipta.

PT. HPAI- Halal Network International (HNI). Kompel Billy & Moon, Jln. Kelapa Sawit Raya Blok H-11 Pondok Kelapa, Duren Sawit Jakarta Timur 13450 diakses 1 Mei 2021, <https://hni.net/profile>.

Setiawan dan Dwi Ebda Kusrini, *Ekonometrika*, 2010, Yogyakarta: CV Andi Offset.

Sri Rahmayani,dkk. “Pengaruh Atribut Produk Terhadap Persepsi Konsumen Atas Produk Pasta Gigi Herbal HNI-HPAI di Kota Padang”, E-Joernal UNP Ecogen, Volume.2 No.3. (05 September 2019): hlm. 565., <http://ejournal.unp.ac.id>

Sugiono, *Metodologi Penelitian Manajemen*, 2016, Bandung: Alfabeta.

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*, 2010, Jakarta: Rineka Cipta.

Sukrisno Agoes dan I Cenik Ardana, *Etika Bisnis dan Profesi*, 2014, Jakarta: Salemba Empat.

Syed Nawab Hadar Naqvi, 1985, *Ethics and Economics:An Islamic Synthesis*, Terj. Husin Anis dan Asep Hikmat, Bandung: Mizan.

www.hpaindonesia.net avo

Dokumentasi

A. Dokumentasi Penelitian



