

**ANALISIS PENERAPAN DAN DAMPAK ETIKA BISNIS
ISLAM TERHADAP KEMAJUAN BISNIS PADA
SUPERMARKET DE' HALAL MART YOGYAKARTA**

*Analysis Of Implementation And Impact Of Islamic Business Ethics
On Business Progress In Supermarket De ' Halal Mart Yogyakarta*

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagai persyaratan
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Ekonomi Islam



Oleh :
Nila Astuti Harahap
14423159

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2018

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama : Nila Astuti Harahap

NIM : 14423159

Program Studi : Ekonomi Islam

Fakultas : Ilmu Agama Islam

Judul Skripsi : Analisis Penerapan dan Dampak Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan
Bisnis Pada Supermarket De' Halal Mart Yogyakarta

Dengan ini menyatakan bahwa hasil skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulis skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 09 Mei 2018



Nila Astuti Harahap



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

Gd. K.H.A. Wahid Hasyim Kampus Terpadu UII, Jl. Kaliurang KM. 14,5 Yogyakarta
Telp. (0274) 898462, Fax. 898463, E-Mail: fiai@uii.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi ini telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Panitia Ujian Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 6 Juni 2018
Judul Skripsi : Analisis Penerapan dan Dampak Etika Bisnis Islam terhadap Kemajuan Bisnis pada Supermarket De' Halal Mart Yogyakarta
Disusun oleh : NILA ASTUTI HARAHAP
Nomor Mahasiswa : 14423159

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI:

Ketua : Dr. Siti Achiria, SE, MM
Penguji I : Dr. Rahmani Timorita Y., M.Ag
Penguji II : Junaidi Safitri, SEI, MEI
Pembimbing : Dr. Anton Priyo Nugroho, SE, MM



Yogyakarta, 7 Juni 2018

Dekan

Dr. H. Tamyiz Mukharrom, MA

- ☐ Syari'ah/Ahwal Al-Syakhshiyah, Akreditasi A berdasarkan SK No. 112/SK/BAN-PT/Akred/S/III/2015
- ☐ Pendidikan Agama Islam, Akreditasi A berdasarkan SK No. 502/SK/BAN-PT/Akred/S/V/2015
- ☐ Ekonomi Islam, Akreditasi B berdasarkan SK No. 372/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2014

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertandatangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi :

Nama Mahasiswa : Nila Astuti Harahap

Nomor Mahasiswa : 14423159

Judul Skripsi : Analisis Penerapan dan Dampak Etika Bisnis Islam Terhadap
Kemajuan Bisnis Pada De' Halal Mart Yogyakarta

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqosah skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 23 Mei 2018

09 Ramadhan 1439 H



Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M.

NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia
di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Berdasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor : 729/Dek/60/Das/FIAI/III/2018 tanggal 09 Mei 2018 atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara :

Nama : Nila Astuti Harahap

Nomor/Pokok NIMKO : 14423159

Mahasiswa Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia

Program Studi/Konsentrasi : Ekonomi Islam/Keuangan dan Perbankan Syariah

Tahun Akademik : 2017/2018

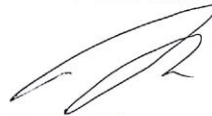
Judul Skripsi : Analisis Penerapan dan Dampak Etika Bisnis Islam Terhadap
Kemajuan Bisnis

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, sudah dapat diajukan memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana. Dengan ini kami berharap agar skripsi saudara di atas untuk dimunaqosahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 09 Mei 2018

Dosen Pembimbing



Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M.

Halaman Persembahan

Yang Paling Utama Dari Segalanya

Alhamdulillah atas nikmat dan karunia Allah SWT penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik, semoga ilmu yang penulis dapatkan di bangku kuliah dapat di amalkan dan menjadi berkah. Shalawat dan salam selalu terlimpahkan kepada Rasulullah SAW..

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang-orang yang sangat kukasihi dan kusayangi

Sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya sederhana ini kepada Ibu dan Ayah yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat ku balas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Ibu dan Ayah bahagia karna ku sadar, selama ini belum bisa berbuat yang lebih. Untuk Ibu dan Ayah yang selalu membuatku termotivasi, selalu mendoakanku, dan selalu menasehatiku menjadi lebih baik. Terima Kasih juga kepada Kakek, Nenek, adik-adik saya, yang selalu mendoakan saya serta memberikan semangat untuk saya agar bisa menyelesaikan karya sederhana ini dan mencoba untuk selalu membanggakan keluarga tersayang.

Teman-teman yang kusayangi dan kucintai

Kepada teman-teman angkatan 2014, terlebih untuk teman teman seperjuangan kelas Ekonomi Islam C yang dari awal kita selalu kompak mensupport satu sama lain.

Dosen Pembimbing Tugas Akhirku...

Kepada Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, SE., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingannya selama ini dan seluruh Dosen Pengajar di Fakultas Ilmu Agama Islam .Terima kasih banyak untuk semua ilmu

yang diberikan, didikan dan pengalaman yang sangat berarti yang telah kalian berikan kepada saya sebagai salah satu mahasiswa Universitas Islam Indonesia.

MOTTO

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: “حَقُّ الْمُسْلِمِ عَلَى الْمُسْلِمِ سِتٌّ: إِذَا لَقَيْتَهُ فَسَلِّمْ عَلَيْهِ، وَإِذَا دَعَاكَ فَأَجِبْهُ، وَإِذَا اسْتَنْصَحَكَ فَأَنْصَحْهُ، وَإِذَا عَطَسَ فَحَمِدِ اللَّهَ فَسَمِّتْهُ، وَإِذَا مَرِضَ فَعُدْهُ، وَإِذَا مَاتَ فَاتَّبِعْهُ”. (رَوَاهُ مُسْلِمٌ)

Dari Abu Hurairah r.a., ia berkata, Rasulullah SAW. Bersabda, “Hak seorang muslim terhadap sesama muslim itu ada enam: jika kamu bertemu dengannya maka ucapkanlah salam, jika ia mengundangmu maka penuhilah undangannya, jika ia meminta nasihat kepadamu maka berilah ia nasihat, jika ia bersin dan mengucapkan: ‘Alhamdulillah’ maka do’akanlah dengan Yarhamukallah, jika ia sakit maka jenguklah, dan jika ia meninggal dunia maka iringkanlah (jenazahnya)”. (HR. Muslim)

ABSTRAK

ANALISIS PENERAPAN DAN DAMPAK ETIKA BISNIS ISLAM PADA SUPERMARKET DE' HALAL MART YOGYAKARTA

Oleh :

NILA ASTUTI HARAHAHAP

14423159

Etika bisnis Islam merupakan norma etika berbasis Al-Qur'an dan Hadist yang harus dijadikan sebagai pedoman hidup bagi para pebisnis. Namun pada kenyataannya, banyak orang atau oknum pebisnis yang melakukan kecurangan sehingga keluar dari norma etika bisnis yang sesuai dengan Al-Qur'an. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis secara komprehensif tentang penerapan etika bisnis di bidang supermarket yakni Supermarket De' Halal Mart Yogyakarta. Kemudian dilanjutkan dengan mendeskripsikan bagaimana dampak yang didapatkan perusahaan setelah menerapkan etika bisnis Islam tersebut. Dalam penelitian ini faktor yang digunakan untuk menganalisis penerapan dan dampak etika bisnis Islam terhadap kemajuan bisnis adalah prinsip etika bisnis islam yakni *utinity* (kesatuan), *equibilirium* (keseimbangan), *free will* (kehendak bebas), *responsibility* (tanggungjawab), *benevolence* (kebenaran). Kemudian faktor tersebut digunakan untuk menganalisis yang menjadi indikator kemajuan bisnis pada sebuah perusahaan, yakni modal, pendapatan, volume penjualan, dan tenaga kerja. Penyusun menggunakan metode penyusunan deskriptif kualitatif. Subyek penyusunan adalah supermarket De' Halal Mart. Data penyusunan ini dikumpulkan melalui metode observasi, pencatatan dokumen, dan wawancara. Instrumen penyusunan ini adalah sebagai pedoman wawancara, lembar pencatatan dan alat untuk mendokumentasikan. Hasil penyusunan ini menerangkan bahwa Supermarket De' Halal Mart merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang bisnis retail yang dijalankan dengan konsep islami. Dapat disimpulkan bahwa De' Halal Mart telah mengintegrasikan kelima aksioma etika bisnis Islam tersebut terhadap beberapa aspek parameter kemajuan bisnis yang penulis gunakan yaitu modal, penapatan, volume penjualan dan tenaga kerja.

Kata Kunci : Etika Bisnis Islam, Penerapan dan Dampak, De' Halal Mart.

ABSTRACT

ANALYSIS OF IMPLEMENTATION AND IMPACT OF ISLAMIC BUSINESS ETHICS ON SUPERMARKET DE' HALAL MART YOGYAKARTA

By:

NILA ASTUTI HARAHAAP

14423159

Islamic business ethics is the ethical norm based on Al-Qur'an and Hadith that should be used as a guide for the life of the businessman. But in fact, many people or unscrupulous business people who cheat so out of the norms of business ethics in accordance with the Qur'an. This study aims to describe and analyze comprehensively about the application of business ethics in the supermarket namely Supermarket De 'Halal Mart Yogyakarta. Then proceed with describing how the impact the company gained after applying Islamic business ethics. In this study the factors used to analyze the application and impact of Islamic business ethics on business progress are the principles of Islamic business ethics of utinity, equilibirium, free will, responsibility, benevolence. Then these factors are used to analyze the indicators of business progress in a company, namely capital, income, sales volume, and labor. The compiler uses descriptive qualitative method of compilation. The subject of preparation is the supermarket De 'Halal Mart. This compilation data was collected through observation methods, document recording, and interviews. This drafting instrument is as an interview guide, recording sheet and tool for documenting. The results of this arrangement explains that Supermarket De 'Halal Mart is a company engaged in the retail business that is run with Islamic concept. It can be concluded that De 'Halal Mart has integrated the five axioms of Islamic business ethics on several aspects of the business progress parameters that writers use namely capital, revenue, sales volume and labor.

Keywords: Islamic Business Ethics, Implementation and Impact, De' Halal Mart.

DAFTAR ISI

JUDUL	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	Error! Bookmark not defined.
REKOMENDASI PEMBIMBING	iii
NOTA DINAS	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	vi
ABSTRAK.....	Error! Bookmark not defined.ii
DAFTAR ISI.....	Error! Bookmark not defined.i
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	Error! Bookmark not defined.v
KATA PENGANTAR	Error! Bookmark not defined.
TRANSLITERASI ARAB-LATIN	Error! Bookmark not defined.
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
B. Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
C. Tujuan.....	Error! Bookmark not defined.
D. Manfaat	Error! Bookmark not defined.
E. Literatur Review	Error! Bookmark not defined.
F. Sistematika Penulisan	Error! Bookmark not defined.
BAB II LANDASAN TEORI.....	Error! Bookmark not defined.
A. Pengertian Bisnis Retail	Error! Bookmark not defined.
B. Pengertian Etika	Error! Bookmark not defined.
C. Etika Bisnis Dalam Perpektif Islam	Error! Bookmark not defined.
1. <i>Unity</i> (Kesatuan).....	Error! Bookmark not defined.
2. <i>Equilibrium</i> (Keseimbangan)	Error! Bookmark not defined.
3. <i>Free Will</i> (Kebebasan Berkehendak)....	Error! Bookmark not defined.
4. <i>Responsibility</i> (Tanggungjawab)	Error! Bookmark not defined.
5. <i>Benevolence</i> (Kebenaran)	Error! Bookmark not defined.
D. Indikator Kemajuan/Keberhasilan Bisnis.....	Error! Bookmark not defined.
1. Modal.....	Error! Bookmark not defined.

	2. Pendapatan.....	Error! Bookmark not defined.
	3. Volume penjualan.....	Error! Bookmark not defined.
	4. Tenaga kerja	Error! Bookmark not defined.
BAB III	METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
	A. Metode Penelitian	Error! Bookmark not defined.
	1. Desain Penelitian	Error! Bookmark not defined.
	2. Lokasi Penelitian Dan Waktu Pelaksanaan.....	Error! Bookmark not defined.
	3. Subjek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
	4. Objek Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
	5. Populasi dan Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
	6. Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
	B. Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
	C. Instrumen Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
	D. Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
	E. Teknik Analisa Data	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
	A. Gambaran Umum.....	Error! Bookmark not defined.
	B. Penerapan Dan Dampak Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis Pada De Halal Mart Yogyakarta	Error! Bookmark not defined.
	1. Penerapan Tauhid	Error! Bookmark not defined.
	2. Penerapan Keseimbangan	Error! Bookmark not defined.
	3. Penerapan Kehendak Bebas.....	Error! Bookmark not defined.
	4. Penerapan Tanggung Jawab	Error! Bookmark not defined.
	5. Penerapan Etika Kebenaran.....	Error! Bookmark not defined.
	6. Modal.....	Error! Bookmark not defined.
	7. Pendapatan.....	Error! Bookmark not defined.
	8. Volume Penjualan.....	Error! Bookmark not defined.
	9. Tenaga kerja	Error! Bookmark not defined.
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	Error! Bookmark not defined.
	A. Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
	B. Saran.....	Error! Bookmark not defined.
	DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.

LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.
Dokumentasi	Error! Bookmark not defined.
RIWAYAT HIDUP	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Hasil Penelitian Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis.....	67
Tabel 3.2 Hasil Penelitian Dampak Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk De' Halal Mart.....	111
Gambar 1.2 Produk De' Halal Mart.	112
Gambar 1.3 Produk De' Halal Mart.....	113
Gambar 1.4 Produk De' Halal Mart.....	114
Gambar 1.4 Selesai wawancara Dengan Manajer De' Halal Mart	114

KATA PENGANTAR



إِنَّ الْحَمْدَ لِلَّهِ نَحْمَدُهُ وَنُسْتَعِينُهُ وَنَسْتَغْفِرُهُ وَنَسْتَهْدِيهِ وَنَعُوذُ بِاللَّهِ مِنْ شُرُورِ أَنْفُسِنَا وَمِنْ سَيِّئَاتِ أَعْمَالِنَا، مَنْ يَهْدِهِ اللَّهُ فَلَا مُضِلَّ لَهُ وَمَنْ يَضِلَّ فَلَا هَادِيَ لَهُ. أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ. اَللّٰهُمَّ صَلِّ وَسَلِّمْ وَبَارِكْ عَلَى مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ وَمَنْ اهْتَدَى بِهَدَاهُ إِلَى يَوْمِ الْقِيَامَةِ. أَمَّا بَعْدُ

Alhamdulillahillāhirabbil'alamīn, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan hidayah, kesempatan, dan kemudahan kepada kita semua dalam menjalankan amanah yang menjadi tanggung jawab kita. Shalawat serta Salam kepada junjungan alam, pemimpin umat, kekasih Allah yaitu Nabi Besar Muhammad SAW, keluarga, sahabat serta para pengikut beliau yang setia hingga akhir zaman yang telah membawa pencerahan dalam kehidupan ini. Maka penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan salah satu tugas dalam rangka mengakhiri studi program strata satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta.

Sebagai tugas akhir dan suatu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Islam maka penulis menyusun skripsi dengan judul **ANALISIS PENERAPAN DAN DAMPAK ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP KEMAJUAN BISNIS PADA SUPERMARKET DE' HALAL MART YOGYAKARTA**. Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat dan menyumbangkan sedikit kontribusi bagi ilmu pengetahuan. Namun, penulis juga menyadari bahwa tugas akhir ini bukanlah tujuan akhir dari belajar karena belajar adalah sesuatu yang tidak terbatas.

Penyusun menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna yang disebabkan oleh keterbatasan kemampuan, pengalaman dan pengetahuan dari penyusun. Dalam kesempatan ini, penyusun ingin menghaturkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dukungan baik secara langsung maupun secara tidak langsung dalam penyusunan laporan penelitian ini. Penyusun menyadari sepenuhnya bahwa,

penyusunan laporan penelitian ini merupakan usaha besar penyusun yang tidak mungkin berhasil dengan baik tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, sehingga sudah sepantasnya penyusun mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D, selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. H. Tamyiz Mukharrom, MA selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Ibu Dr. Rahmani Timorita Yulianti, M.Ag Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
4. Dosen Pembimbing skripsi Dr. Anton Priyo Nugroho, SE., MM yang tidak pernah lelah untuk membimbing kami sehingga skripsi dapat ini dapat terselesaikan.
5. Seluruh dosen FIAI yang telah mendidik dan membimbing penulis hingga akhir masa kuliah ini.
6. Segenap Dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Agama Islam yang telah memberikan ilmu kepada penulis serta membantu dan mempermudah penyusun mengurus administrasi baik dalam penyusunan skripsi maupun selama proses perkuliahan.
7. Manajer De' Halal Mart yang telah memberikan kesempatan penulis untuk melakukan penelitian di De' Halal Mart, meluangkan waktunya untuk bersedia menjadi narasumber peneliti.
8. Ayah Bahrinuddin dan Ibu Samsidar Nasution yang tiada lelahnya mendoakan dan memberi dukungan kepada anaknya sehingga anaknya bisa menyelesaikan pendidikan S1 di Universitas Islam Indonesia.

9. Kaka Efrida Yanti Rambe dan Kak Desniaty Harahap yang selalu jadi panutan dan memotivasi. Terimakasih kakak-kakaku pelajaran hidupnya selama ini.
10. Sahabat-sahabat terbaik Nursaida, dan Fatimah. Apa jadinya hidupku tanpa kalian yang selalu nyemangatin dan mengisi hari-hari dari awal perkuliahan. Semoga kalian sukses dimanapun kalian berada.
11. Pihak-pihak yang membantu dalam penyusunan penelitian yang tidak dapat penyusun sebutkan satu per satu. Terima kasih banyak untuk semuanya.

Mudah-mudahan segala bentuk bantuan yang diberikan kepada penyusun tersebut menjadi amal baik yang diterima disisi Allah SWT, Amin Ya Rabbal Alamin, segala kekurangan dan ketidak sempurnaan tentu akan terdapat dalam penelitian ini, oleh karena itu segala saran dan koreksi selalu terbuka bagi penyusun sepanjang hal yang mengarah kepada kebaikan dan kesempurnaan. Di akhir kata pengantar ini, teriring harapan semoga penelitian ini dapat bermanfaat adanya, baik bagi penyusun maupun bagi masyarakat umumnya.

Yogyakarta, 13 Maret 2018
Penyusun

Nilu Astuti Harahap

**KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN
KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA**

Nomor: 158 Th. 1987

Nomor: 0543b/U/1987

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1) Pendahuluan

Penyusunan transliterasi Arab-Latin merupakan salah satu program penyusunan Puslitbang Lektur Agama, Badan Litbang Agama, yang pelaksanaannya dimulai tahun anggaran 1983/ 1984. Untuk mencapai hasil rumusan yang lebih baik, hasil penyusunan itu dibahas dalam pertemuan terbatas guna menampung pandangan dan pikiran para ahli agar dapat dijadikan bahan telaah yang berharga bagi forum seminar yang sifatnya lebih luas dan nasional.

Transliterasi Arab-Latin memang dihayati oleh bangsa Indonesia karena huruf Arab di-pergunakan untuk menuliskan kitab agama Islam berikut penjelasannya (Al-Qur'an dan Hadis), sementara bangsa Indonesia mempergunakan huruf latin untuk menuliskan bahasanya. Karena ketiadaan pedoman yang baku, yang dapat dipergunakan oleh umat Islam di Indonesia yang merupakan mayoritas bangsa Indonesia, transliterasi Arab-Latin yang terpakai dalam masyarakat banyak ragamnya. Dalam menuju kearah pembakuan itulah Puslitbang Lektur Agama melalui penyusunan dan seminar berusaha menyusun pedoman yang diharapkan dapat berlaku secara nasional.

Dalam seminar yang diadakan tahun anggaran 1985/1986 telah dibahas beberapa makalah yang disajikan oleh para ahli, yang kesemuanya memberikan sumbangan yang besar bagi usaha ke arah itu. Seminar itu juga membentuk tim yang bertugas merumuskan hasil seminar dan selanjutnya hasil tersebut dibahas lagi dalam seminar yang lebih luas, Seminar Nasional

Pembakuan Transliterasi Arab-Latin Tahun 1985/1986. Tim tersebut terdiri dari 1) H. Sawabi Ihsan MA, 2) Ali Audah, 3) Prof. Gazali Dunia, 4) Prof. Dr. H.B. Jassin, dan 5) Drs. Sudarno M.Ed.

Dalam pidato pengarahan tanggal 10 Maret 1986 pada semi nar tersebut, Kepala Litbang Agama menjelaskan bahwa pertemuan itu mempunyai arti penting dan strategis karena:

1. Pertemuan ilmiah ini menyangkut perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu pengetahuan ke-Islaman, sesuai dengan gerak majunya pembangunan yang semakin cepat.
2. Pertemuan ini merupakan tanggapan langsung terhadap kebijaksanaan Menteri Agama Kabinet Pembangunan IV, tentang perlunya peningkatan pemahaman, penghayatan, dan pengamalan agama bagi setiap umat beragama, secara ilmiah dan rasional.

Pedoman transliterasi Arab-Latin yang baku telah lama didambakan karena amat membantu dalam pemahaman terhadap ajaran dan perkembangan Islam di Indonesia. Umat Islam di Indonesia tidak semuanya mengenal dan menguasai huruf Arab. Oleh karena itu, pertemuan ilmiah yang diadakan kali ini pada dasarnya juga merupakan upaya untuk pembinaan dan peningkatan kehidupan beragama, khususnya umat Islam di Indonesia.

Badan Litbang Agama, dalam hal ini Puslitbang Lektur Agama, dan instansi lain yang ada hubungannya dengan kelecturan, amat memerlukan pedoman yang baku tentang transliterasi Arab-Latin yang dapat dijadikan acuan dalam penyusunan dan pengalih-hurufan, dari Arab ke Latin dan sebaliknya.

Dari hasil penyusunan dan penyajian pendapat para ahli diketahui bahwa selama ini masyarakat masih mempergunakan transliterasi yang berbeda-

beda. Usaha penyeragamannya sudah pernah dicoba, baik oleh instansi maupun perorangan, namun hasilnya belum ada yang bersifat menyeluruh, dipakai oleh seluruh umat Islam Indonesia. Oleh karena itu, dalam usaha mencapai keseragaman, seminar menyepakati adanya Pedoman Transliterasi Arab-Latin baku yang dikuatkan dengan suatu Surat Keputusan Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan untuk digunakan secara nasional.

b) Pengertian Transliterasi

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

c) Prinsip Pembakuan

Pembakuan pedoman transliterasi Arab-Latin ini disusun dengan prinsip sebagai berikut:

1. Sejalan dengan Ejaan Yang Disempurnakan.
2. Huruf Arab yang belum ada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan cara memberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar “satu fonem satu lambang”.
3. Pedoman transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

d). Rumusan Pedoman Transliterasi Arab-Latin

Hal-hal yang dirumuskan secara kongkrit dalam pedoman transliterasi Arab-Latin ini meliputi:

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah

4. Ta'marbutah
5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf syamsiah dan qamariah)
7. Hamzah
8. Penyusunan kata
9. Huruf capital
10. Tajwid

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṣa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet

س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	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
هـ	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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	Fathah	A	A
◌ِ	Kasrah	I	I
◌ُ	Dhammah	U	U

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu

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

Contoh:

كَتَبَ • Kataba

فَعَلَ - fa'ala

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
◌َ ا ...	fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas

ي... ..	kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
و... ..	Hammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ - qāla قِيلَ - qīla
يَقُولُ - yaqūlu رَمَى - ramā

4. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

a. Ta marbutah hidup

Ta marbu"ah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah 't'.

b. Ta marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah 'h'.

c. Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbu"ah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ raudah al-atfāl
الْأَطْفَا raudatul atfāl
الْمَدِينَةُ al-Madīnah
الْمُنَوَّرَةُ al-Munawwarah
 al-Madīnatul-
 Munawwarah
طَلْحَةَ - talhah

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam 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.

Contoh:

الْحَجَّ - al-hajj رَبَّنَا - rabbanā

نَزَّلَ - nazzala نُّعَمُّ - nu''ima

الْبِرَّ - al-birr

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariah.

a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang diikuti oleh huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti huruf syamsiah maupun huruf qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

الْقَلَمُ al-qalamu الرَّجُلُ - ar-rajulu

الْبَدِيءُ - al-badī'u السَّيِّدِ - as-sayyidu

دُ

الْجَلَالُ - al-jalālu - as-syamsu الشَّمْسُ

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak ditengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, is dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

إِن - inna تَأْخُذُونَ - ta'khuzūna
أُمِرْتُ - umirtu اَلنَّوْءُ - an-nau'
أَكَلَ - akala شَيْءٍ - syai'un

8. Penyusunan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata ter-tentu yang penyusunannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penyusunan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya. Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ	Wa innallāha lahuwa khair arrāziqīn
	Wa innallāha lahuwa khairrāziqīn
وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ	Wa auf al-kaila wa-almīzān
	Wa auf al-kaila wal mīzān
إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلِ	Ibrāhīm al-Khalīl
	Ibrāhīm al-Khalīl
بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا	Bismillāhi majrehā wa mursahā

وَاللّٰهُمَّ إِنِّي أَسْأَلُكَ بِحَبْلِ جَبَرٍ وَعَلَى النَّاسِ حُجُّ الْبَيْتِ مَنْ اسْتَطَاعَ
إِلَيْهِ سَبِيلًا

manistatā'a ilaihi sabīla Walillāhi 'alan-nāsi hijjul-baiti manistatā'a ilaihi sabīlā

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ

Wa mā Muhammadun illā rasl

إِنَّا أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي
بِبَكَّةَ مُبَارَكًا

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallaẓi
bibakkata mubārakan

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنْزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ

Syahru Ramadān al-laẓi unzila fih al-

Qur'ānu

Syahru Ramadān al-laẓi unzila fihil

Qur'ānu

وَلَقَدْ رَآهُ بِالْأَفْقِ الْمُبِينِ

Wa laqad ra'āhu bil-ufuq al-mubīn

Wa laqad ra'āhu bil-ufuqil-mubīn

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Alhamdu lillāhi rabbil al-'ālamīn

Alhamdu lillāhi rabbilil 'ālamīn

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

Contoh:

نَصْرٌ مِّنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ Nasrun minallāhi wa fathun qarīb

الْأَمْرُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī'an

Lillāhil-amru jamī'an

وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ Wallāha bikulli syai'in 'alīm

10. Tajwid

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

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bisnis merupakan kegiatan ekonoms yang meliputi tukar menukar, jual beli, memproduksi–memasarkan, bekerja–mempekerjakan, dan interaksi manusiawi lainnya dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan atau memaksimalkan keuntungan dan kemakmuran. Bisnis juga merupakan kegiatan antar manusia dalam upaya mencari keuntungan bisnis tidak bersifat sepihak, tetapi diadakan dalam interaksi dan sebagai komunikasi sosial yang saling menguntungkan kedua belah pihak yang terlibat didalamnya. Jika dilihat dari kacamata ekonomi, bisnis yang baik adalah bisnis yang dapat menghasilkan keuntungan maksimal, akan tetapi bisnis juga dilihat dari segi moral yaitu perilaku yang sesuai dengan norma-norma moral, suatu perbuatan dapat dinilai baik kalau memenuhi standar etis, demikian juga tidak kalah pentingnya bahwa bisnis juga dilihat dari kacamata hukum, yaitu “bisnis yang baik” yaitu bisnis yang patuh pada hukum. Bisnis yang ber “etika” merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kegiatan bisnis itu sendiri, karena tujuan dari bisnis tidak hanya semata-mata memaksimalkan keuntungan saja yang akan mengakibatkan timbulnya keadaan yang tidak etis, tetapi juga harus memperhatikan lingkungan bisnis atau sebagai “stakeholders benefit” atau manfaat bagi *stakeholders*”. (K. Bertens, 2000, 164).

Dalam keadaan persaingan ketat memperebutkan perhatian konsumen, dan dunia bisnis yang semakin kompetitif, bagian pemasaran perusahaan akan terus mencari terobosan baru melalui promosi untuk mengimbangi atau mengatasi upaya-upaya promosi oleh pesaing. Pada hakekatnya, promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. (Rodhiyah, 2011, p . 67)

Perkembangan bisnis ritel di Indonesia dapat dikatakan cukup pesat akhir-akhir ini, terutama ritel modern dalam semua variasi jenisnya. Beberapa faktor pendukung perkembangan usaha ritel modern diantaranya adalah cukup terbukanya peluang pasar, perkembangan usaha manufaktur yang akan memasok produknya ke retailer (peritel), dan upaya pemerintah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dengan cara salah satunya mengembangkan bisnis ritel. Perkembangan yang dialami bisnis ritel, dalam perjalanannya bukannya tanpa menimbulkan masalah sama sekali. Banyaknya pemain dalam bisnis ritel membuat persaingan menjadi sangat ketat. Peritel besar, terutama perusahaan asing, semakin gencar melakukan ekspansi bisnisnya di Indonesia. Peritel modern kecil dan peritel tradisional menjadi pihak yang berada dalam kondisi yang tidak menguntungkan.

Pengamatan para pakar dan peneliti bisnis ritel umumnya sampai pada kesimpulan bahwa kehadiran peritel besar dalam bentuk hipermarket, supermarket, department store, dan lain-lain, membahayakan kelangsungan hidup bisnis ritel kecil dan tradisional. Peneliti ritel Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia (FE UI) Rizal Halim (Bisnis.Com, 23/8/2009), dalam sebuah pengamatannya terhadap kehadiran hipermarket menyatakan bahwa, dari kehadiran hipermarket terdapat dua kemungkinan yang ditimbulkan yaitu toko lokal atau warung yang tutup atau peritel skala kecil mengurangi karyawannya karena omzetnya berkurang (Joko Tri Utomo, 2010, p. 70).

Bisnis merupakan sesuatu yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Tidak heran jika Islam yang bersumber pada Al- Qur'an dan Sunnah memberi tuntunan dalam bidang usaha. Bisnis selama ini, dikesankan sebagai usaha mencari keuntungan sebanyak-banyaknya, bahkan harus ditempuh dengan cara kotor dan tidak etis. Islam tidak membiarkan begitu saja seseorang bekerja sesuka hati untuk mencapai keinginannya dengan menghalalkan segala cara seperti melakukan penipuan, kecurangan, sumpah palsu, riba, menyuap dan perbuatan batil lainnya. Tetapi dalam Islam diberikan suatu batasan atau garis pemisah antara yang boleh dan yang tidak boleh, yang benar dan salah serta

yang halal dan yang haram. Allah swt telah menetapkan batas-batas tertentu terhadap perilaku manusia sehingga menguntungkan satu individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya. Batasan atau garis pemisah inilah yang dikenal dengan istilah etika. (Rahmah, 2016, p. 1).

Selama ini banyak orang yang memahami bisnis adalah bisnis yang tujuan utamanya hanyalah untuk memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya. Hukum ekonomi klasik mengendalikan modal sekecil-kecilnya dan mengeruk keuntungan sebesar mungkin telah menjadikan pelaku bisnis menghalalkan segala cara untuk meraoh keuntungan, mulai dari cara memperoleh bahan baku, bahan yang digunakan, tempat produksi, tenaga kerja, pengelolaannya, dan pemasaran yang dilakukan seefektif dan seefisien mungkin. Hal ini tidak mengherankan pelaku bisnis jarang memperhatikan tanggungjawab social dan etika bisnis. (Saifullah, 2011).

Etika sebagai refleksi kita berfikir tentang apa yang dilakukan dan khususnya tentang apa yang harus dilakukan dan yang tidak boleh dilakukan. Etika adalah sebagai cabang filsafat yang mempelajari baik buruknya perilaku manusia. Karena itu etika sering disebut dengan filsafat moral atau filosofis. Dalam kegiatan perdagangan atau bisnis tidak pernah luput dari sorotan etika. Perhatian etika untuk bisnis seumur dengan bisnis itu sendiri. Sejak manusia terjun dalam perniagaan, disadari juga bahwa kegiatan ini tidak terlepas dari masalah etis. Misalnya, sejak manusia berdagang ia tahu tentang kemungkinan penipuan. Aktivitas perniagaan selalu berurusan dengan etika, artinya selalu harus mempertimbangkan apa yang boleh dan apa yang tidak boleh dilakukan. (Bertens, 2000, p. 33-36).

Kunci etis dan moral bisnis sesungguhnya terletak pada pelakunya, itu sebabnya misi diutusny Rasulullah ke dunia adalah untuk memperbaiki akhlak manusia yang telah rusak. Seorang pengusaha muslim berkewajiban untuk memegang teguh etika dan moral bisnis Islami yang mencakup Husnul Khuluq. Pada derajat ini Allah akan melapangkan hatinya, dan akan membukakan pintu rezeki, dimana pintu rezeki akan terbuka dengan akhlak mulia tersebut, akhlak

yang baik adalah modal dasar yang akan melahirkan praktik bisnis yang etis dan moralis. Salah satu dari akhlak yang baik dalam bisnis Islam adalah kejujuran (QS: Al Ahzab;70-71).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا (٧٠) ۖ يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ

وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ ۗ وَاللَّهُ يُوَفِّي مَا وَعَدَ ۚ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ ۖ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا (٧١)

“Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar, niscaya Allah memperbaiki amalan-amalmu dan mengampuni dosa-dosamu. Dan barang siapa menaati Allah dan Rasul-Nya, maka sungguh, dia menang dengan kemenangan yang agung.”

Sebagian dari makna kejujuran adalah seorang pengusaha senantiasa terbuka dan transparan dalam jual belinya ”Tetapkanlah kejujuran karena sesungguhnya kejujuran mengantarkan kepada kebaikan dan sesungguhnya kebaikan mengantarkan kepada surga” (Hadits).

Etika bisnis dalam Islam adalah sejumlah perilaku etis bisnis (*akhlaq al Islamiyah*) yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram (Fitri Amalia, 2013).

Perkembangan bisnis saat ini yang semakin pesat, baik bisnis dalam skala kecil, menengah maupun skala besar, menyebabkan iklim persaingan semakin ketat sehingga para pebisnis berlomba-lomba menguasai pangsa pasar secara luas dan melakukan berbagai upaya untuk mendapatkan profit atau memaksimalkan laba, sehingga kelangsungan atau eksistensi bisnis hanya diukur dari kinerja keuangan, untuk mencapai keinginan tersebut pebisnis kadang-kadang kurang memahami konsumen, kurang memperdulikan lingkungan sekitarnya khususnya konsumen dengan cara yang kurang etis, akibatnya performa internal dan eksternal bisnis kurang memenuhi keadilan bagi konsumen, mudah terjadi pelanggaran etika, yaitu pelanggaran asas-asas etika umum atau kaidah-kaidah dasar moral.

Perkembangan bisnis ritel di Indonesia per tahun 2017 pada kuartal 1 mengalami penurunan dan pada kuartal 2 mengalami kenaikan. perkembangan bisnis ritel pada kuartal 1 th 2017 hanya mencapai angka 3,7 % jauh lebih

rendah di bandingkan tahun sebelumnya. *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG) di Minimarket naik sebanyak 7 % dibanding supermarket yang hanya mencatatkan angka kenaikan 0,4 %, sangat mungkin kepraktisan menjadi alasan konsumen lebih suka berbelanja di Minimarket. Perbaikan penjualan retail tercatat membaik pada Bulan September 2017 dimana menurut Bank Indonesia pendapatan retail naik hingga 5 %. BI sendiri meyakini kinerja ekonomi secara keseluruhan akan membaik di kuartal II ini.

Label halal saat ini menjadi satu alasan masyarakat muslim dalam memilih dan mengkonsumsi suatu makanan, minuman dan lainnya. Selain logo MUI yang sering dicari dalam setiap kemasan yang akan di konsumsi oleh konsumen, supplier, reseller maupun saluran lainnya harus juga diperhatikan halal tidaknya suatu barang tersebut, karena suatu produk dikatakan halal bukan hanya dilihat dari kemasan yang ada logo MUI nya tapi dari proses penyaluran barang dari pabrik hingga ke tangan konsumen juga harus diperhatikan.

Di Yogyakarta tepatnya di Jalan Kaliurang, awal tahun 2017 telah berdiri sekaligus diresmikannya Supermarket bernama “De Halal Mart” yang didirikan oleh PT Damai Kreasi Cipta (Eo Santri Indonesia). De’ Halal Mart menjual produk-produk halal, food court, dll. De’ Halal Mart secara pengelolaan ia siap bersaing dengan swalayan maupun supermarket lainnya yang sudah eksis lebih dulu dan De’ Halal Mart berharap menjadi salah satu solusi bagi penguatan ekonomi umat.

Penelitian ini dilakukan untuk meneliti dampak etika bisnis Islam yang diterapkan terhadap perkembangan perusahaan. Dengan melihat sejauh mana konsep keesaan (tauhid), keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan ishan yang diterapkan pada perusahaan sehingga perusahaan dapat berkembang lebih baik lagi dan dapat bersaing di era global seperti pada saat ini. Selain itu, alasan penelitian ini dilakukan pada De’ Halal Mart Yogyakarta karena pada dasarnya pusat perbelanjaan tersebut baru saja beroperasi, sehingga peneliti tertarik meneliti bagaimana penerapan etika bisnis pada pusat perbelanjaan tersebut.

Peneliti memilih De Halal Mart sebagai objek penelitian karena pada masa sekarang masyarakat sudah banyak yang sadar tentang pentingnya halal dan prinsip Islam (Republika, 2017). Apabila pada perusahaan masih belum diterapkannya nilai-nilai islami peneliti ingin merekomendasikan karya tulisnya sebagai acuan berdasarkan penelitian sebelumnya. Solusi yang sebaiknya diberikan kepada perusahaan adalah memakai etika bisnis Islam sepenuhnya mengingat De Halal Mart adalah salah satu supermarket besar dengan *brand* syariah yang di Yogyakarta sehingga harus benar-benar menerapkan sistem etika bisnis secara Islami.

Berdasarkan latar belakang dan beberapa alasan dalam penelitian tersebut, maka peneliti bermaksud melakukan penelitian skripsi dengan judul “Analisis Penerapan dan Dampak Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis Pada Supermarket De’ Halal Mart Yogyakarta”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian, maka pokok masalah yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Apakah etika bisnis Islam sudah diterapkan pada De’ Halal Mart Yogyakarta?
2. Bagaimana dampak penerapan etika bisnis Islam terhadap kemajuan bisnis pada De’ Halal Mart Yogyakarta?

C. Tujuan

Sesuai dengan masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan secara komperhensif tentang penerapan etika bisnis Islam pada De’ Halal Mart Yogyakarta
2. Mendeskripsikan dan menganalisis dampak dari penerapan etika bisnis Islam yang digunakan oleh De’ Halal Mart Yogyakarta terhadap kemajuan bisnis perusahaan.

D. Manfaat

Adapun hasil dari penelitian ini secara umum diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis dan Praktis

- a. Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan dan referensi bagi mereka yang ingin melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai penerapan etika bisnis pada suatu perusahaan.
- b. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan dan meningkatkan pengetahuan akan dampak dari implementasi etika bisnis islam pada suatu perusahaan.
- d. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan tambahan referensi bagi perusahaan dalam memperhitungkan dampak dari penerapan etika bisnis yang di terapkan pada perusahaannya.

2. Bagi Pemerintah Terkait

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan sumbangan konsep khususnya bagi pemerintah terkait dalam sosialisasi penerapan etika bisnis Islam yang baik dalam suatu perusahaan. Dan diharapkan di kemudian hari semakin banyak perusahaan yang menerapkan etika bisnis Islam pada perusahaannya.

3. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa dijadikan acuan dan masukan bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan guna meningkatkan kinerja perusahaan.

E. Literatur Review

Dalam penelitian ini, yang nantinya akan menjadi pembahasan dalam penelitian ini adalah Analisis dampak dari penerapan etika bisnis Islam pada suatu perusahaan atau lembaga. Dari hasil pengamatan dan pengkajian yang

telah dilakukan terhadap beberapa sumber kepustakaan yang terkait dan permasalahan yang dibahas dalam penulisan proposal ini, peneliti menemukan literature yang mendukung penelitian ini. Penelitian yang dilakukan oleh Rodhiyah melakukan penelitian pada tahun 2011 berjudul Etika Bisnis dan Keadilan Konsumen (Rodhiyah, 2011). Dalam jurnal tersebut menyimpulkan bahwa bisnis tidak dapat dilepaskan dari aturan-aturan atau norma-norma moral yang selalu harus diterima dalam masyarakat atau dalam pergaulan sosial. Pebisnis dalam menjalankan kegiatan wajib berpedoman pada etika dan moral, agar tujuan bisnis tidak hanya memaksimalkan profit, tetapi juga mempunyai tanggung jawab moral atas kegiatannya.

Saifullah melakukan penelitian pada tahun 2011 dengan judul Etika Bisnis Islam dalam Praktek Bisnis Rasulullah (Saifullah 2011). Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa etika bisnis yang dimiliki oleh Nabi Muhammad SAW adalah bersikap jujur, amanah, tepat dalam menimbang, menjauhi gharar, tidak menimbun barang, tidak melakukan al-ghab dan tadlis, dan saling menguntungkan (mutual benefit principle) antara penjual dan pembeli. Pola bisnis yang dipraktikkan Nabi Muhammad SAW ini tentu perlu diadaptasi oleh para pebisnis di masa kini yang terkadang mudah keluar dari etika-etika seperti yang dipraktikkan oleh Nabi Muhammad SAW.

Hidayatullah melakukan penelitian pada tahun 2012 dengan judul Etika Bisnis Perspektif Al-Qur'an (Hidayatullah 2011). Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa upaya mewujudkan etika bisnis untuk membangun tatanan bisnis Islamni yaitu : suatu rekonstruksi kesadaran baru tentang bisnis. Bisnis baik sebagai aktivitas yang dilakukan individual, organisasi atau perusahaan, bukan semata-mata bersifat duniawi semata. Akan tetapi sebagai aktivitas yang bersifat material sekaligus immaterial. Suatu bisnis bernilai, apabila memenuhi kebutuhan material dan spiritual secara seimbang, tidak mengandung kebatilan, kerusakan dan kezaliman. Akan tetapi mengandung nilai kesatuan, kesatuan, keseimbangan, kehemdak bebas,

pertanggungjawaban, kebenaran, kebajikan dan kejujuran. Sehingga dengan ketiga prinsip landasan praktek mal bisnis diatas, dapat dijadikan tolok ukur apakah suatu bisnis termasuk ke dalam wilayah yang bertentangan dengan etika bisnis atau tidak. Selanjutnya diperlukan suatu cara pandang baru dalam melakukan kajian-kajian keilmuan tentang bisnis dan ekonomi yang lebih berpijak pada paradigma pendekatan normatif-etik sekaligus empiric induktif yang mengedapankan penggalian dan pengembangan nilai-nilai Al-Qur'an, agar dapat mengatasi perubahan dan pergeseran zaman yang semakin cepat.

Fauroni melakukan penelitian pada tahun 2003 dengan judul Rekonstruksi Etika Bisnis Perspektif Al-Quran (Fauroni 2003). Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa bisnis disebut sebagai aktivitas manusia yang bersifat material dan juga immaterial yang sekaligus dalamnya terdapat nilai-nilai etika bisnis. Dengan demikian suatu bisnis dapat bernilai, bila kedua tujuannya yaitu pemenuhan kebutuhan material dan spiritual telah dapat terpenuhi secara seimbang. Hakiakn bisnis adalah semua bentuk-bentuk perilaku bisnis yang terbebas dari kandungan prinsip kebatilan dan kezaliman. Sebaliknya terisi dengan nilai kesatuan , kehendak bebas, pertanggungjawaban, keseimbangan dan keadilan serta kebenaran (kebijakan dan kejujuran).

Amalia melakukan penelitian dengan judul Etika Bisnis Islam Konsep dan Implementasi pada Pelaku usaha kecil (Amalia, 2013). Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa Islam menempatkan bisnis sebagai cara terbaik untuk mendapatkan harta. Karenanya, segala kegiatan bisnis harus dilakukan dengan cara-cara terbaik dengan tidak melakukan kecurangan, riba, penipuan, dan tindakan kezaliman lainnya. Kesadaran terhadap pentingnya etika dalam bisnis merupakan kesadaran tentang diri sendiri dalam melihat dirinya sendiri ketika berhadapan dengan hal baik dan buruk, yang halal dan yang haram.

Penelitian yang dilakukan oleh Baidowi pada tahun 2011 dengan judul Etika Bisnis Perspektif Islam (Baidowi 2011). Penelitian tersebut

menyimpulkan bahwa etika merupakan suatu pedoman moral bagi semua tindakan manusia dan menjadi sumber pemikiran baik buruk tindakan itu. Agama merupakan kepercayaan akan sesuatu kekuatan supranatural yang mengatur dan mengendalikan kehidupan manusia. Etika Islam mengatur segala aspek termasuk ekonomi bahwa mesti ada kesepadanan untuk membedakan antara kebaikan dan keburukan. Praktek ekonomi, bisnis, wirausaha, dan lainnya yang bertujuan meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat, diperntahkan dan dipandu baik oleh aturan-aturan ekonomi yang bersifat rasional maupun dituntun oleh nilai-nilai agama.

Penelitian yang dilakukan oleh Arifin pada tahun 2008 dengan judul Dialektika Etika Islam dan Etika Barat Dalam Dunia Bisnis (Arifin 2008). Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa nilai etika merupakan barang yang sangat langka ditemukan dalam dunia bisnis. Akibatnya tidak ditemukan lagi adanya nilai kesatuan, kejujuran, kepercayaan, keadilan, keseimbangan, tanggungjawab social dalam dunia bisnis saat ini. Namun yang tampak adalah bisnis dengan watak kapitalis dan congkak dengan segala bentuk aroganisnisnya. Taka da lagi moral maupun etika dalam ruang lingkup bisnis kapitalis, yang ada adalah segala watak individualis yang pragmatis, dan yang dikejar adalah keuntungan semata tanpa menghiraukan aturan halal dan haram.

Penelitian yang dilakukan oleh Faraby pada tahun 2014 dengan judul Etos Kerja Pedagang Etnis Madura Di Pusat Grosir Surabaya Ditinjau dari Etika Bisnia Islam (Faraby 2014). Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa pedagang etnis Madura di pusat grosir Surabaya mengartikan dan menerapkan etos kerja etnis Madura yaitu bekerja keras dan memantau serta telah menerapkan etika bisnis Islam dengan signifikan social kegiatan bisnis, tidak melakukan sumpah palsu, ramah tamah, tidak boleh menjelekkkan bisnis orang lain, takaran, ukuran, dan timbangan yang benar, bisnis tidak boleh mengganggu kegiatan ibadah kepada Allah SWT, dan bisnis yang dilaksanakan bersih dari unsur riba.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Syaifullah tahun 2014 dengan judul Etika Jual Beli Dalam Islam (Syaifullah 2014). Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa etika jual beli dalam Islam sangatlah luas yang mencakup segala hal yang bersangkutan paut dengannya. Etika Islam mengatur agar perpindahan barang dari tangan satu ke tangan lainnya secara sah dan halal serta baik bagi pihak yang bertransaksi. Islam tidak melarang adanya inovasi dan kreasi disegala lini dalam jual beli, namun Islam memberikan sinyal-sinyal yang harus diikuti agar tidak merusak tatanan bermasyarakat, sehingga silaturahmi diantara manusia sesuai dengan tujuan diciptakan berbeda antara satu dengan lainnya dapat tercapai yang tentunya untuk saling melengkapi. Etika Islam diterapkan sebagai solusi peradaban yang bermartabat dari sekian banyak sistem ekonomi yang masih mengandung unsur aniaya didalamnya, apakah aniaya itu dalam bentuk fisik, psikis maupun harta benda, untuk dapat mengangkat martabat umat manusia secara umum dan khususnya bagi umat Islam.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Rofiah pada tahun 2014 dengan judul Urgensi Etika Didalam Sistem Bisnis Islam (Rofiah 2014). Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa etika dalam bisnis berarti mempelajari tentang mana yang baik/buruk, benar/salah dalam dunia bisnis berdasarkan kepada prinsip-prinsip moralitas. Di dalam sistem bisnis Islam, haruslah beretika demi mendapatkan keuntungan di dunia maupun di akhirat, baik itu dalam permodalan, pemilihan bidang usaha, distribusi, maupun promosi, factor utamanya adalah tidak melanggar prinsip syariah, yang mana kesemuanya tidak merugikan produsen maupun konsumen, dan membetikan manfaat maupun kemaslahatan bagi keduanya. Sehingga etika didalam bisnis Islam ini dapat menjadi alternative bagi bisnis-bisnis usaha yang lainnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Miji Sampurno pada tahun 2016 dengan judul Dampak Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis Home Industry Di Era Global pada Perusahaan Bandeng Montok Ummuqoni Pemalang Jawa Tengah. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa

perusahaan Bandeng Montok Ummuqoni sangat mengedepankan nilai-nilai Syariah di dalamnya. Hal tersebut dapat ditandai dengan adanya pengajian dan briefing sebelum melaksanakan kegiatan proses produksi. Ditinjau dari segi implementasi aksioma etika bisnis Islam yaitu tauhid, keseimbangan, tanggungjawab, kehendak bebas, dan kebajikan. Serta hasil penelitian yang dilakukan maka perusahaan Bandeng Montok Ummuqoni telah mengintegrasikan kelima aksioma tersebut terhadap aspek parameter kemajuan bisnis. Beberapa aspek parameter kemajuan bisnis yang penulis gunakan yaitu aspek pemasaran, aspek manajemen dan SDM, aspek hukum, aspek sosial, aspek dampak lingkungan dan aspek finansial.

Tabel 1.1

Perbandingan Penelitian Terdahulu

NO	Penulis, Tahun Judul	Kesimpulan	Pebedaan Penulis dengan Penelitian Terdahulu
1	Rodhiyah, 2011, Etika Bisnis dan Keadilan Konsumen	Bahwa bisnis tidak dapat dilepaskan dari aturan-aturan atau norma-norma moral yang selalu harus diterima dalam masyarakat atau dalam pergaulan sosial. Pebisnis dalam menjalankan kegiatan wajib berpedoman pada etika dan moral, agar tujuan bisnis tidak hanya memaksimalkan profit, tetapi juga mempunyai tanggung jawab moral atas kegiatannya.	Persamaan dari penelitian ini adalah terletak pada dalam persepektif etika bisnis. sedangkan perbedaannya dengan penelitian terdahulu membahas tentang etika bisnis konvensional sedangkan penelitian penulis ini membahas tentang etika bisnis Islami.
2	Saifullah, 2011, Etika Bisnis Islam dalam Praktek Bisnis Rasulullah	Etika bisnis yang dimiliki oleh Nabi Muhammad SAW adalah bersikap jujur, amanah, tepat dalam menimbang, menjauhi gharar, tidak menimbun barang, tidak melakukan al-ghab dan tadlis, dan saling menguntungkan (<i>mutual benefit principle</i>) antara penjual dan pembeli. Pola bisnis yang dipraktikkan Nabi Muhammad SAW ini tentu perlu diadaptasi oleh para pebisnis di masa kini yang terkadang mudah keluar dari etika-etika seperti yang dipraktikkan oleh Nabi Muhammad SAW.	Persamaan dari penelitian ini adalah terletak pada dalam persepektif etika bisnis Islam. Sedangkan perbedaan Penelitian terdahulu membahas tentang kajian sejarah etika bisnis pada masa rasulullah sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis penerapan dan dampak etika bisnis Islam yang telah diajarkan.
3	Hidayatullah, 2011, Etika Bisnis Perspektif Al-Qur'an	Suatu bisnis bernilai, apabila memenuhi kebutuhan material dan spiritual secara seimbang, tidak mengandung kebatilan, kerusakan dan kezaliman. Akan tetapi mengandung nilai kesatuan, kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, pertanggungjawaban, kebenaran, kebajikan dan kejujuran. Sehingga dengan ketiga prinsip landasan praktek mal bisnis diatas, dapat dijadikan tolok ukur apakah suatu bisnis termasuk ke dalam wilayah yang bertentangan dengan etika bisnis atau tidak.	Persamaan dari penelitian ini adalah terletak pada dalam persepektif etika bisnis Islam. Sedangkan Penelitian terdahulu membahas tentang etika bisnis dalam perpektif Islam hanya menggunakan teori sedangkan penelitian yang dilakukan penulis adalah langsung wawancara dengan perusahaan bagaimana penerapan dan dampa etikas bisnis Islam itu

			dalam kemajuan bisnis.
4	Fauroni, 2003, Rekonstruksi Etika Bisnis Perspektif Al-Quran	Bisnis disebut sebagai aktivitas manusia yang bersifat material dan juga immaterial yang sekaligus dalamnya terdapat nilai-nilai etika bisnis. Dengan demikian suatu bisnis dapat bernilai, bila kedua tujuannya yaitu pemenuhan kebutuhan material dan spiritual telah dapat terpenuhi secara seimbang. Hakiakat bisnis adalah semua bentuk-bentuk perilaku bisnis yang terbebas dari kandungan prinsip kebatilan dan kezaliman. Sebaliknya terisi dengan nilai kesatuan , kehendak bebas, pertanggungjawaban, keseimbangan dan keadilan serta kebenaran (kebijakan dan kejujuran).	Persamaan dari penelitian ini adalah terletak pada dalam persepektif etika bisnis Islam. Sedangkan penelitian yang dilakukan Fauroni 2003, membahas tentang teori-teori etika bisnis dalam perspektif Al-Qur'an sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis tentang penerapan dan dapak etika bisnis Islam dalam kemajuan bisnis.
5	Amalia, 2013, Etika Bisnis Islam Konsep dan Implementasi pada Pelaku usaha kecil.	Islam menempatkan bisnis sebagai cara terbaik untuk mendapatkan harta. Karenanya, segala kegiatan bisnis harus dilakukan dengan cara-cara terbaik dengan tidak melakukan kecurangan, riba, penipuan, dan tindakan kezaliman lainnya. Kesadaran terhadap pentingnya etika dalam bisnis merupakan kesadaran tentang diri sendiri dalam melihat dirinya sendiri ketika berhadapan dengan hal baik dan buruk, yang halal dan yang haram.	Persamaan dari penelitian ini adalah terletak pada dalam persepektif etika bisnis Islam. Sednagkan penelitian yang dilakukan Amalia 2013, membahas tentang etika bisnis Islam dan implementasinya pada pelaku usaha kecil sedangkan yang penelitian yang dilakukan oleh penulis penerapan dan dampak etika bisnis pada supermarket.
6	Baidowi, 2011, Etika Bisnis Perspektif Islam	Etika merupakan suatu pedoman moral bagi semua tindakan manusia dan menjadi sumber pemikiran baik buruk tindakan itu. Agama merupakan kepercayaan akan sesuatu kekuatan supranatural yang mengatur dan mengendalikan kehidupan manusia. Etika Islam mengatur segala aspek termasuk ekonomi bahwa mesti ada kesepadanan untuk membedakan antara kebaikan dan keburukan. Praktek ekonomi, bisnis, wirausaha, dan lainnya yang bertujuan meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat, diperntahkan dan dipandu baik oleh aturan-aturan ekonomi yang bersifat	Persamaan dari penelitian ini adalah terletak pada dalam persepektif etika bisnis Islam. Sedangkan penelitian yang dilakukan Baidowi 2011, membahas tentang bagaimana etika bisnis yang sesuai dengan perspektif Islam sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis tentang penerapan dna dampak etika bisnis Islam terhadap kemajuan bisnis.

		rasional maupun dituntun oleh nilai-nilai agama.	
7	Arifin, 2008, Dialektika Etika Islam dan Etika Barat Dalam Dunia Bisnis	Nilai etika merupakan barang yang sangat langka ditemukan dalam dunia bisnis. Akibatnya tidak ditemukan lagi adanya nilai kesatuan, kejujuran, kepercayaan, keadilan, keseimbangan, tanggungjawab social dalam dunia bisnis saat ini. Namun yang tampak adalah bisnis dengan watak kapitalis dan congkak dengan segala bentuk aroganisnisnya. Taka da lagi moral maupun etika dalam ruang lingkup bisnis kapitalis, yang ada adalah segala watak individualis yang pragmatis, dan yang dikejar adalah keuntungan semata tanpa menghiraukan aturan halal dan haram.	Persamaan dari penelitian ini adalah terletak pada dalam persepektif etika bisnis Islam. Sedangkan penelitian yang dilakukan Arifin 2008, membahas tentang etika bisnis Islam dan etika Barat dalam berbisnis, jadi penelitiannya lebih luas sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis hanya penerapan dan dampak etika bisnis Islam saja.
8	Rofiah, 2014, Urgensi Etika Didalam Sistem Bisnis Islam	Di dalam sistem bisnis Islam, haruslah beretika demi mendapatkan keuntungan di dunia maupun di akhirat, baik itu dalam permodalan, pemilihan bidang usaha, distribusi, maupun promosi, factor utamanya adalah tidak melanggar prinsip syariah, yang mana kesemuanya tidak merugikan produsen maupun konsumen, dan membetikan manfaat maupun kemaslahatan bagi keduanya.	Persamaan dari penelitian ini adalah terletak pada dalam persepektif etika bisnis Islam. Sedangkan penelitian Rofiah 2014, membahas tentang bagaimana etika didalam sistem bisnis Islam sedangkan penelitian yang dilakukan penulis penerapan dan dampak etika bisnis Islam terhadap kemajuan bisnis.
9	Wahyu Mijil Sampurno, 2016 Dampak Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis Home Industry Di Era Global	Perusahaan Bandeng Montok Ummuqoni sangat mengedepankan nilai-nilai Syariah di dalamnya. Hal tersebut dapat ditandai dengan adanya pengajian dan brifing sebelum melaksanakan kegiatan proses produksi. Ditinjau dari segi implementasi aksioma etika bisnis Islam yaitu tauhid, keseimbangan, tanggungjawab, kehendak bebas, dan kebajikan. Serta hasil penelitian yang dilakukan maka perusahaan Bandeng Montok Ummuqoni telah mengintegrasikan kelima aksioma	Persamaan sama-sama membahas tentang aksioma etika bisnis Islam. Sedangkan perbedaan yakni objek penelitian, objek 1). penelitian terdahulu adalah home industry sedangkan penelitian penulis bisnis retail. 2). Parameter atau pengukuran kemajuan bisnis. 3). Teori yang digunakan, teori terdahulu Syed Nawab Haider Naqvi, sedangkan teori yang digunakan penulis adalah Rafik Issa Beekun.

		tersebut terhadap aspek parameter kemajuan bisnis. Beberapa aspek parameter kemajuan bisnis yang penulis gunakan yaitu aspek pemasaran, aspek manajemen dan SDM, aspek hukum, aspek sosial, aspek dampak lingkungan dan aspek finansial	
--	--	---	--

F. Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan penelitian ini terbagi menjadi lima bab, yaitu BAB I Pendahuluan yang berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan. Pembahasan selanjutnya yaitu BAB II yang berisi tentang Penelitian Terdahulu dan Teori dimana pada bab ini penulis mendeskripsikan secara komprehensif mengenai etika dan bisnis, etika bisnis dalam perspektif Islam dan menguraikan teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti, seperti aspek-aspek etika bisnis Islam yang harus menjadi dasar dalam melakukan praktik bisnis jual beli. Pembahasan selanjutnya adalah BAB III yang dibahas pada bab ini adalah metode penelitian, pada bab ini peneliti akan menguraikan tentang desain penelitian, lokasi dan waktu pelaksanaan penelitian, objek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan instrumen penelitian. Selanjutnya masuk pada BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan yang membahas mengenai analisis menyeluruh atas penelitian yang dilakukan, peneliti akan mencoba menguraikan data yang didapat dari hasil wawancara dengan Manajer, karyawan dan konsumen De' Halal Mart Yogyakarta. Pada bagian terakhir adalah BAB V yakni Penutup yang merupakan bagian akhir dari penulisan penelitian ini. Pada bab ini berisikan kesimpulan dari penelitian yang merupakan jawaban dari rumusan masalah dalam penelitian. Selain itu juga berisi saran yang berasal dari rumusan masalah dalam penelitian. Selain itu juga berisi saran yang berasal dari penulis yang ditujukan kepada pihak-pihak yang berhubungan dengan objek dan tujuan penelitian serta analisis yang telah dilakukan oleh peneliti.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Bisnis Retail

Kata bisnis/usaha sendiri berasal dari bahasa Inggris *Bussiness*, yang dibentuk dari kata sifat busy yang artinya kesibukan, yang dapat diartikan sebagai aktivitas ekonomi, yakni kegiatan membuat (produksi), menjual (distribusi), membeli (konsumsi) barang dan jasa serta kegiatan penanaman modal (investasi). (Khusniati Rofiah, 2014, p. 166).

Levy and Weitz (2009), mendefinisikan ritel sebagai satu set kegiatan usaha yang menambah nilai bagi produk dan jasa yang dijual kepada konsumen untuk penggunaan pribadi atau keluarga. Kegiatan ini memiliki nilai tambah termasuk menyediakan bermacam-macam barang, memegang persediaan, dan memberikan pelayanan. (Patrisia, 2013, p. 2).

Menurut Philip Kotler (1995) ritel atau penjualan eceran meliputi semua kegiatan yang melibatkan penjualan barang atau jasa secara langsung pada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan bisnis. Industri ritel sebagai sektor bisnis tentu tidak terlepas dari kekuatan persaingan. Seperti yang dikemukakan Porter bahwa dalam struktur pasar persaingan, tidak memungkinkan penjual dan pembeli mempengaruhi harga, namun untuk bisa memenangkan persaingan –merebut dan mempertahankan pelanggan– sangat ditentukan oleh kemampuan pengecer meningkatkan efisiensi produksi. (Kasmiruddin, 2013, p. 12).

Ritel merupakan mata rantai yang penting dalam proses distribusi barang dan merupakan mata rantai terakhir dalam suatu proses distribusi. Melalui ritel, suatu produk dapat bertemu langsung dengan penggunaanya. Industri ritel di sini didefinisikan sebagai industri yang menjual produk dan jasa pelayanan yang telah diberi nilai tambah untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, kelompok, atau pemakai akhir. Produk yang dijual kebanyakan adalah pemenuhan dari kebutuhan rumah tangga termasuk sembilan bahan pokok. (Euis Soliha, 2008, p.128).

Bisnis retail merupakan kegiatan pemasaran yang untuk memenuhi kebutuhan perseorangan, keluarga, rumah tangga, dimana mereka sebagai konsumen akhir. Banyak perusahaan yang bergerak dibidang bisnis retail dan juga memberikan kontribusi pada perbaikan perekonomian terutama pemenuhan kebutuhan konsumen. Mereka/pembisnis bersaing memberikan kemudahan-kemudahan dalam melayani konsumen, juga dengan berbagai metode/strategi yang diterapkan dalam rangka perebutan konsumen, sekaligus membuat mereka loyal. Kondisi ini memungkinkan terjadinya persaingan, sehingga mereka berusaha untuk menciptakan keunggulan-keunggulan, agar para konsumen memilih berbelanja ditempat yang mereka tawarkan. Keberadaan pasar modern (swalayan) sudah menjadi tuntutan dan gaya hidup dimasyarakat kita. (Istiatin, Sudarwati, 2015, p. 21).

Bisnis ritel dapat diklasifikasikan menurut bentuk, ukuran, tingkat modernitasnya, dan lain-lain, sehingga akan ditemukan berbagai jenis bisnis ritel. Namun, pada umumnya pengertian bisnis ritel dipersempit hanya pada *in-store retailing* yaitu bisnis ritel yang menggunakan toko untuk menjual barang dagangannya. Hal ini bisa diamati pada pembahasanpembahasan isu mengenai bisnis ritel, baik di media massa maupun forum-forum diskusi, tanpa disadari terfokus pada bentuk ritel yang secara fisik kasat mata yaitu toko-toko usaha eceran. Regulasi pemerintah mengenai bisnis ritel berada dalam arus pemikiran seperti pada umumnya karena cenderung menggunakan pendekatan yang membatasi bisnis ritel hanya pada *in-store retailing*. (Joko Tri Utomo, 2011, p. 124).

Dalam pandangan Islam, sebagaimana disebutkan dalam al-Qur'an bahwasanya dianjurkan kepada manusia untuk melakukan segala aktivitas dan tidak memberi peluang bagi seorang muslim untuk menganggur. Islam melarang seseorang untuk putus asa (dalam bekerja), sebagaimana disebutkan dalam al-Qur'an "*faiza faraghta fanshab*", yang artinya, "Maka apabila engkau telah menyelesaikan (suatu urusan), berdirilah (segera untuk urusan yang lain) (QS. 94: 7). Hal tersebut menunjukkan bahwa al-Qur'an menekankan kepada

manusia, kaum muslimin khususnya, agar selalu kerja dan kerja keras. Dimana kerja dan kerja keras harus dijadikan sebagai prinsip dasar hidup bagi kaum muslimin. Sebagaimana firman Allah SWT:

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَى

“dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya”. (QS. 53: 39).

Dalam melakukan bisnis atau usaha tentulah seseorang perlu bekerja. Bekerja adalah sebuah aktivitas yang menggunakan daya yang dimiliki oleh manusia yang merupakan pemberian Allah. Sikap islam terhadap kerja dapat dilihat dari banyaknya ayat-ayat al-Qur'an yang memerintahkan manusia untuk bekerja.

Pedoman secara umum tentang masalah kerja, yaitu Islam tidak membolehkan pengikut-pengikutnya untuk bekerja mencari uang sesuka hatinya dan dengan jalan apapun yang dimaksud, seperti penipuan, kecurangan, sumpah palsu, dan perbuatan batil lainnya. Tetapi Islam memberikan kepada mereka suatu garis pemisah antara yang boleh dan yang tidak boleh dalam mencari perbekalan hidup, dengan menitikberatkan juga kepada masalah kemaslahatan umum, seperti suka sama suka sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan dan dizalimi dalam transaksi tersebut. Garis pemisah ini berdiri di atas landasan yang bersifat *kulli* (menyeluruh) yang mengatakan bahwa semua jalan untuk berusaha mencari uang yang tidak menghasilkan manfaat kepada seseorang kecuali dengan menjatuhkan orang lain, adalah tidak dibenarkan. Semua jalan yang saling mendatangkan manfaat antara individu-individu dengan saling rela-merelakan dan adil, adalah dibenarkan. Prinsip ini telah ditegaskan oleh Allah dalam firmanNya:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ

تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (٢٩) وَمَنْ يَفْعَلْ

ذَلِكَ عُذُوْنَا وَظُلْمًا فَسَوْفَ نُصْلِيهِ نَارًا ۚ وَكَانَ ذَلِكَ عَلَى اللَّهِ يَسِيرًا (٣٠)

“Hai orang-orang yang beriman! Jangan kamu memakan harta-harta saudaramu dengan cara yang batil, kecuali harta itu diperoleh dengan jalan dagang yang ada saling kerelaan dari antara kamu. Dan jangan kamu membunuh diri-diri kamu, karena sesungguhnya Allah Maha Pengasih kepadamu. Dan barangsiapa berbuat demikian dengan sikap permusuhan dan penganiayaan, maka kelak akan Kami masukkan dia ke dalam api neraka.” (QS. 4: 29-30).

Ayat ini memberikan syarat boleh dilangsungkannya perdagangan dengan dua hal. Pertama, perdagangan itu harus dilakukan atas dasar saling rela antara kedua belah pihak. Tidak boleh bermanfaat untuk satu pihak dengan merugikan pihak lain. Kedua, tidak boleh saling merugikan baik untuk diri sendiri maupun orang lain. (Khoiruddin, 2012, p. 16–17).

Dengan demikian ayat ini memberikan pengertian, bahwa setiap orang tidak boleh merugikan orang lain demi kepentingan diri sendiri (*vested interest*). Sebab hal demikian, seolah-olah dia menghisap darahnya dan membuka jalan kehancuran untuk dirinya sendiri. Misalnya mencuri, menyuap, berjudi, menipu, mengaburkan, mengelabui, riba, pekerjaan lain yang diperoleh dengan jalan yang tidak dibenarkan. Tetapi apabila sebagian itu diperoleh atas dasar saling suka sama suka, maka syarat yang terpenting jangan kamu membunuh diri kamu itu tidak ada (Qardhawi, 1993: 38).

Istilah bisnis dalam Al-Qur'an yaitu al-tijarah dan dalam bahasa arab tijaraha, berawal dari kata dasar t-j-r, *tajara*, *tajran wa tijarata*, yang bermakna berdagang atau berniaga. *At-tijaratun wal mutjar* yaitu perdagangan, perniagaan (menurut kamus al-munawwir). Menurut ar-Raghib al-Asfahani dalam al-mufradat fi gharib al-Qur'an, *at-Tijarah* bermakna pengelolaan harta benda untuk mencari keuntungan. Menurut Ibnu Farabi, yang dikutip ar-

Raghib, *fulanuntajirun bi kadza*, berarti seseorang yang mahir dan cakap yang mengetahui arah dan tujuan yang diupayakan dalam usahanya.

Bisnis secara Islam pada dasarnya sama dengan bisnis secara umum, hanya saja harus tunduk dan patuh atas dasar ajaran Al-Qur'an, As-Sunnah, Al-Ijma dan Qiyas (Ijtihad) serta memperhatikan batasan-batasan yang tertuang dalam sumber-sumber tersebut. Ada beberapa ayat di dalam Al Qur'an yang berbicara mengenai bisnis, diantaranya: Al-Baqarah (282); An-Nisaa (29); At-Taubah (24); An-Nur (37); Fatir (29); As-Shaff (10) dan Al-Jum'ah (11).

Islam memberikan kebebasan kepada pemeluknya untuk melakukan usaha (bisnis), namun dalam Islam ada beberapa prinsip dasar yang menjadi etika normatif yang harus ditaati ketika seorang muslim akan dan sedang menjalankan usaha, diantaranya:

1. Proses mencari rezeki bagi seorang muslim merupakan suatu tugas wajib.
2. Rezeki yang dicari haruslah rizki yang halal.
3. Bersikap jujur dalam menjalankan usaha.
4. Semua proses yang dilakukan dalam rangka mencari rezeki haruslah dijadikan sebagai sarana untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT.
5. Bisnis yang akan dan sedang dijalankan jangan sampai menimbulkan kerusakan lingkungan hidup.
6. Persaingan dalam bisnis dijadikan sebagai sarana untuk berprestasi secara fair dan sehat (*fastabikul al-khayrat*).
7. Tidak boleh berpuas diri dengan apa yang sudah didapatkan.
8. Menyerahkan setiap amanah kepada ahlinya, bukan kepada sembarang orang, sekalipun keluarga sendiri.

Dan dalam bertransaksi secara syaria'ah, ada beberapa prinsip yang harus dipegang, yakni: saling ridha (*'An Taradhin*), bebas manipulasi (*Ghoror*), aman/tidak membahayakan (*Mudharat*), tidak spekulasi (*Maysir*), tidak ada monopoli dan menimbun (*ihhtikar*), bebas riba, dan halalan *thayyiban*. (Fitri Amalia, 2013, p. 119).

B. Pengertian Etika

Etika memberi manusia pegangan dalam menjalani kehidupan di dunia. Ini berarti tindakan manusia selalu mempunyai tujuan tertentu yang ingin dicapainya. Menurut Mahmoodin (1996:24) Etika berasal dari bahasa Yunani yaitu etos (tunggal) yang berarti adat kebiasaan, watak, ahlak, sikap, perasaan, dan tatacara berfikir. Bentuk jamaknya *ta etha*, sebagai bentuk jamak dari ethos, *ta etha* berarti adat-kebiasaan atau pola pikir yang dianut oleh sekelompok orang atau yang disebut masyarakat pola tindakan yang dijunjung tinggi dan dipertahankan oleh masyarakat tersebut, dan diwariskan secara turun temurun. Pada tataran ilmu pengetahuan etika merupakan ilmu, yakni ilmu tentang adat istiadat yang baik yang mempunyai arti adat, akhlak, watak, perasaan, sikap dan cara berfikir, kalau dalam jamak artinya adat istiadat.

Pengertian etika menurut (K. Bertents, 2000, 32) dibedakan antara "etika sebagai praktis" dan etika sebagai refleksi". Etika sebagai praktis berarti nilai-nilai dan norma-norma moral sejauh di praktekkan atau tidak dipraktekkan dan bisa mempunyai arti yang sama dengan moral atau moralitas, apa yang harus dilakukan, tidak boleh dilakukan, pantas dilakukan. Sedangkan etika sebagai refleksi adalah pemikiran moral, etika sebagai refleksi lebih banyak menyoroti dan menilai baik buruknya perilaku orang. Sedangkan etika menurut Redi Panuju (1995:3) adalah suatu proses yang dinamis, terus menerus, dan berusaha menyelaraskan dengan perubahan-perubahan yang terjadi pada kehidupan manusia agar manusia menyadari untuk tidak semakin tersisih dari nilai-nilai kemanusiaannya akibat perubahan kemajuan di bidang bisnis (Rodhiyah, 2011, p. 68). Terminologi yang paling dekat dengan pengertian

etika dalam Islam disebut sebagai akhlak (bentuk jama'nya khuluq) (Fitri Amalia, 2013, p. 118).

Ketika membicarakan masalah etika, secara optimis orang tentu akan berfikir mengenai norma dan aturan yang berlaku ditengah masyarakat. Persoalan munculnya konsep etika adalah bertolak darai tata perilaku manusia yang sudah menyalahi aturan yang ada. Dengan melihat perilaku masyarakat modern yang sudah jauh dari nilai-nilai etika, maka bukan tidak mungkin kerusakan umat manusia sudah dimulai. Dalam hal ini tanggungjawab individu sangat diperlukan guna merubah semua itu. Karena pada dasarnya manusia diciptakan dengan membawa berbagai potensi, baik itu potensi berbuat kebaikan dan juga keburukan. Dan salah satu factor perilaku tersebut adalah diengaruhi oleh etika yang ada. (Arifin, 2008, p. 146).

Etika merupakan Filsafat Moral. Etika Bisnis Berasal dari bahasa Yunani, yang dalam bentuk tunggal adalah *ethos* yang artinya kebiasaan, akhlak atau watak. Menurut Issa Rafiq Beekun, etika dapat didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dan buruk. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normative karena ia berperan untuk menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak dilakukan oleh seorang individu tersebut. (Muslich, 1998, p. 24).

Menurut Nurcholis Madjid (1999:58), etos berarti karakter, sikap, kebiasaan, kepercayaan dan seterusnya yang sifatnya khusus tentang seorang individu atau sekelompok manusia. Etos kerja merupakan karakter dan kepercayaan pekerja yang harus ditumbuhkan karena kerja itu bagian dari ibadah. Tanpa itu, pekerja hanya dapat nilai materi secara kuantitas hanya menjanjikan kepuasan yang sifatnya semu belaka. Padahal, nilai spiritual yang berkualitas, berupa 'berkah' sangat penting untuk kehidupan. Pertimbangannya sederhana saja, penghasilan yang diperoleh dengan cara-cara yang tidak halal, maka cepat atau lambat menjadi sumber mala petaka bagi keluarga, masyarakat, negara dan agama (Thohit Luth, 2001:38).

Dalam Islam, istilah yang paling dekat berhubungan dengan istilah etika di dalam Al-Qur'an adalah khuluq, juga terdapat istilah etika lain untuk menggambarkan konsep tentang kebaikan : *khayr* (kebaikan, *birr* (kebenaran), *qist* (persamaan), *'adl* (kesetaraan dan keadilan), *haqq* (kebenaran dan kebaikan), *ma'ruf* (mengetahi dan menyetujui) dan taqwa (ketakwaan). Tindakan terpuji tersebut shalihah dan tindakan yang tercela disebut sebagai sayyi'at. Adapun factor yang mempengaruhi tindakan etis bersandar, dan factor individual yang meliputi tahap perkembangan moral, nilai pribadi dan personalis, pengaruh keluarga, pengaruh teman sebaya, pengalaman hidup, dan factor situasional. (Khusniati Rofiah, 2014, p. 165).

Salah satu kajian penting dalam Islam adalah persoalan etika bisnis. Pengertian etika adalah *a code or set of principles which people live* (kaidah atau seperangkat prinsip yang mengatur hidup manusia). Etika adalah bagian dari filsafat yang membahas secara rasional dan kritis tentang nilai, norma, atau moralitas. Dengan demikian, moral berbeda dengan etika. Norma adalah suatu pranata dan nilai mengenai baik dan buruk, sedangkan etika adalah refleksi kritis dan penjelasan rasional mengapa sesuatu itu baik dan buruk. Menipu orang lain adalah buruk. Ini berada pada tataran moral, sedangkan kajian kritis dan rasional mengapa menipu itu buruk apa alasan pikirannya merupakan lapangan etika. Salah satu kajian etika yang amat populer memasuki abad 21 di millennium ketiga ini adalah etika bisnis. (Aris Baidowi, 2011, p. 3)

Perbedaan antara etika bisnis Islam dengan konvensional ialah pada etika bisnis konvensional hubungannya hanya kepada sesama individu, selama tidak ada yang mengathui bahwa perbuatan itu merugikan orang lain, maka hal itu dianggap sah-sah saja. Lain halnya pada sistem etika bisnis Islam, yang hubungannya tidak hanya kepada sesama manusia, namun juga pada Allah. Segala perbuatannya ialah akan dipertanggungjawabkan di hadapan Allah SWT. Sehingga dalam melakukan bisnis transaksi akan berdampak pada kehidupannya di dunia dan akhirat. (Hanni Khairani, 2015, p. 31).

C. Etika Bisnis Dalam Perpektif Islam

Islam menempatkan pasar sebagai tempat perniagaan yang sah, halal dan ideal. Meskipun terdapat persaingan, pasar dalam Islam tetap ditumbuhkan dengan nilai-nilai syariah seperti keadilan, keterbukaan, kejujuran dan persaingan sehat, dimana persaingan sehat tersebut tetap menempatkan nilai dan moralitas Islam. Ibn Taymiyyah menyebutkan bahwa ada beberapa karakteristik atau ciri pasar yang Islami antara lain : adanya kebebasan bagi setiap orang untuk keluar masuk pasar, tidak ada monopoli, adanya informasi yang cukup, tidak ada sumpah palsu, kecurangan dalam takaran dan tidak adanya penjualan barang yang diharamkan. Ajaran Islam menjunjung tinggi kebebasan individu, tetapi yang dibatasi oleh nilai syariah dan mengarah pada kerjasama dan bukan pada persaingan yang mematikan.

Selain itu Agama Islam juga mengajarkan untuk melakukan praktik ekonomi berdasarkan norma – norma dan etika yang diperbolehkan dalam Islam. Seorang ekonom dapat mempelajari cara praktik bisnis Islam yang berdasarkan ajaran tauhid, dimana hal ini sudah diakui oleh para ekonom muslim maupun non muslim. (Dani Hidayat, 2015, pp. 912–913).

Bisnis adalah kegiatan muamalah, seperti yang dijelaskan pada ayat ini bahwa manusia mencari kelebihan karunia Allah dengan berbisnis tetapi tidak lupa untuk tetap mengutamakan shalat. Al- Qur'an menggaris bawahi bahwa dorongan yang seharusnya lebih besar bagi dorongan bisnis adalah memperoleh apa yang berada di sisi Allah (Hizrian, 2014).

Dalam melakukan bisnis atau usaha tentulah seseorang perlu bekerja. Bekerja adalah sebuah aktivitas yang menggunakan daya yang dimiliki oleh manusia yang merupakan pemberian Allah. Sikap islam terhadap kerja dapat dilihat dari banyaknya ayat-ayat al-Qur'an yang memerintahkan manusia untuk bekerja. (Kuntowijoyo, 1998, 338)

Etika Bisnis dalam Islam adalah sejumlah perilaku etis bisnis (akhlaq al Islamiyah) yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan

halal dan haram. Jadi perilaku etis itu ialah perilaku yang mengikuti perintah Allah dan menjauhi larangannya. Dalam Islam etika bisnis ini sudah banyak dibahas dalam mengenai literature dan sumber utamanya dalam Al Qur'an dan sunnaterrasul. Pelaku-pelaku bisnis diharapkan bertindak secara etis dalam berbagai aktivitasnya. Kepercayaan, keadilan dan kejujuran adalah elemen pokok dalam mencapai suksesnya bisnis dikemudian hari. (Fitri Amalia, 2012, p. 3).

Etika Bisnis ini menjadi penting karena tanpa etika dalam berbisnis, maka bisnis dapat merugikan orang lain seperti mitra bisnis dan konsumen pada umunya. Etika bisnis menjadi penting kare tidak hanya difokuskan untuk pemenuhan profit semata bagi perusahaan tapi juga pemenuhan hak-hak atas konsumen dan lingkungan lainnya. Islam mengajarkan tentang etika bisnis sebagaimana dalam Al-Qur'an.

“Wahai orang-orang yang beriman, janagnlah kalian memakan harta-harta kalian di antara kalian dengan cara yang batil, kecuali dengan perdagangan yang kalian saling ridha. Dan janganlah kalian membunuh diri-diri kalian, sesungguhnya Allah itu Maha Kasih Sayang kepada kalian.” (An-nisa (4): 29).

وَلَقَدْ مَكَّنَّاكُمْ فِي الْأَرْضِ وَجَعَلْنَا لَكُمْ فِيهَا مَعَايِشَ ۚ قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ (١٠)

“Sesungguhnya Kami telah menempatkan kamu sekalian di muka bumi dan Kami adakan bagimu di muka bumi (sumber) penghidupan. Amat sedikitlah kamu bersyukur.”(Al-A'raf (7):10).

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa bisnis itu memang sangat dekat dengan keseharian manusia. Tanggungjawab dalam berbisnis tidak hanya dipikul para pelaku bisnis di dunia saja namun juga dipertanggungjawabkan di akherat kelak.

Dalam transaksi etika bisnis Islam menjelaskan keharusan etika dalam berbisnis diperlukan karena pertama, terjadinya kerusakan moral yang semakin meluas pada perusahaan akhir-akhir ini. Kedua, studi lapangan menunjukkan

bahwa kuatnya pemberdayaa etika yang unggul dapat membawa nama baik perusahaan. Berbisnis merupakan aktivitas yang sangat dianjurkan dalam Islam. Bahkan Rasulullah Sendiri pun telah menyatakan, bahwa Sembilan dari sepuluh pintu rezeki adalah melalui pintu perdagangan (hadist). Artinya, melalui jalan perdagangan inilah, pintu-pintu rezeki akan dapat dibuka, sehingga akan memperoleh nikmat dan karunia Allah SWT. Menurut Rivai dkk (2012 : 39-44) menyebutkan, Rasulullah sangat banyak memberikan petunjuk mengenai etika bisnis berikut ini adalah uraiannya :

- a). Bahwa prinsip esensial dalam bisnis adalah kejujuran. Dalam beberapa ayat, Allah telah memerintahkan untuk berlaku jujur. Dalam doktrin Islam, kejujuran merupakan syarat fundamental dalam kegiatan bisnis. Rasulullah sangat intens menganjurkan kejujuran dalam aktivitas bisnis. Dalam tataran ini, beliau bersabda “pedagang yang senantiasa jujur lagi amanah akan bersama para nabi, orang-orang yang selalu jujur dan orang yang mati syahid.” (HR. Tirmidzi). Rasulullah SAW sendiri selalu bersikap jujur dalam berbisnis. Beliau melarang para pedagang meletakkan barang busuk disebelah bawah dan baru dibagian atas.
- b). Kesadaran tentang signifikansi social kegiatan bisnis. Pelaku bisnis menurut Islam, tidak hanya sekedar mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya, sebagaimana yang diajarkan Bapak ekonomi kapitalis, Adam Smith, tetapi juga berorientasi kepada sikap ta’awun (menolong orang lain) sebagai implikasi kegiatan bisnis.
- c). Tidak melakukan sumpah palsu. Nabi Muhammad SAW, sangat intens melarang para pelaku bisnis melakukan sumpah palsu dalam emlakukan transaksi bisnis. Praktik sumpah palsu dalam kegiatan bisnis saat ini sering dilakukan, karena dapat meyakinkan pembeli, dan pada gilirannya meningkatkan daya beli atau pemasaran. Namun harus disadari, bahwa meskipun keuntungan yang diperoleh melimpah, tetapi hasilnya tidak berkah. dalam melakukan transaksi

bisnis Dalam sebuah HR. Bukhari, Nabi saw bersabda, *“Dengan melakukan sumpah palsu, barang-barang memang terjual, tetapi hasilnya tidak berkah”*.

- d). Ramah-tamah. Seorang pelaku bisnis, harus bersikap ramah dalam melakukan bisnis. Nabi Muhammad SAW, mengatakan, *“Allah merahmati seseorang yang ramah dan toleran dalam berbisnis”* (HR. Bukhari dan Tirmidzi).
- e). Tidak boleh berpura-pura menawar dengan harga yang tinggi, agar orang lain tertarik membeli dengan harga tersebut. Sabda Nabi Muhammad, *“janganlah kalian melakukan bisnis najsya (seseorang pembeli tertentu, berkolusi dengan penjual untuk menaikkan harga, bukan dengan niat untuk membeli, tetapi agar menarik orang lain untuk membeli).”*
- f). Tidak boleh menjelekkan bisnis orang lain, agar orang-orang membeli kepadanya. Nabi Muhammad SAW bersabda, *“Janganlah seseorang diantara kalian menjual dengan maksud untuk menjelekkan apa yang dijual oleh orang lain”* (HR. Muttafaq’alaih).
- g). Tidak melakukan ikhtikar. Ikhtikar ialah (menumpuk dan menyimpan barang dalam masa tertentu, dengan tujuan agar harganya suatu saat menjadi naik dan keuntungan besar pun diperoleh). Rasulullah SAW melarang keras perilaku bisnis semacam itu.
- h). Takaran, ukuran, dan timbangan yang benar. Dalam perdagangan, timbangan yang benar dan tepat harus benar-benar diutamakan. Jelas bahwa berbuat curang dalam berbisnis sangat dibenci oleh Allah, maka mereka termasuk orang-orang yang celaka.
- i). Bisnis tidak boleh mengganggu kegiatan ibadah kepada Allah SWT.
- j). Membayar upah sebelum kering keringat karyawan. Nabi Muhammad SAW bersabda, *“berikanlah upah kepada karyawan, sebelum kering keringatnya”*. Hadist ini mengindikasikan bahwa

pembayaran upah tidak boleh ditunda-tunda. Pembayaran upah harus sesuai dengan kerja yang dilakukan.

- k). Tidak monopoli, salah satu keburukan sistem ekonomi kapitalis ialah melegitimasi monopoli dan oligopoly. Contoh sederhana adalah eksploitasi (penguasaan) individu tertentu atas hak milik social seperti air, udara, serta tanah dan kandungan isinya seperti barang tambang dan mineral. Individu tersebut mengeruk keuntungan secara pribadi, tanpa memberi kesempatan kepada orang lain. Hal seperti ini dilarang dalam Islam.
- l). Tidak boleh melakukan bisnis dalam kondisi eksisnya bahaya (mudharat) yang dapat merugikan dan merusak kehidupan individu dan social. Misalnya, larangan melakukan bisnis senjata disaat terjadi *chaos* (kekacauan) politik. Tidak boleh menjual barang halal seperti anggur kepada produsen minuman keras, karena diduga keras untuk mengolahnya menjadi miras.
- m). Komoditi bisnis yang dijual adalah barang yang suci dan halal, bukan barang haram seperti babi, anjing, minuman keras, ekstasi dan sebagainya. Nabi Muhammad SAW bersabda, “*Sesungguhnya Allah mengharamkan bisnis miras, bangkai, babi, dan patung-patung.*” (HR. Jabir).
- n). Bisnis dilakukan dengan suka rela, tanpa paksaan.
- o). Segera melunasi kredit yang menjadi kewajibannya. Rasulullah SAW memuji seorang muslim yang memiliki perhatian serius dalam pelunasan uatangnya.
- p). Memberi tenggang waktu apabila pengutang (kreditur) belum mampu membayar. Sabda Nabi Muhammad SAW, Bahwa bisnis yang dilaksanakan bersih dari unsur riba (Muhammad Ersya Faraby, 2014, pp. 179–182).

Selain itu Islam juga menempatkan nilai etika di tempat yang lain tinggi. Pada dasarnya, Islam diturunkan sebagai kode perilaku moral dan etika bagi

kehidupan manusia, seperti disebutkan dalam hadist. “Aku diutus untuk menyempurnakan akhlak mulia”. Terminologi paling dekat dengan pengetahuan etika dalam Islam adalah akhlak. Dalam Islam etika (akhlak) sebagai cerminan kepercayaan Islam (iman). Etika Islam memberi sangsi internal yang kuat serta otoritas pelaksana dalam menjalankan standar etika.

Jadi, Islam menjadi sumber nilai dan etika dalam segala aspek kehidupan manusia secara menyeluruh, termasuk dalam dunia bisnis. AL-Quran memberi petunjuk agar dalam bisnis tercipta hubungan yang harmonis, saling ridha, tidak ada unsur eksploitasi (QS.4:29) dan bebas dari kecurangan atau penipuan, seperti keharusan membuat administrasi dalam transaksi kredit (QS. 2 : 282). Syed Nawab Haidar Naqvi dalam buku “Etika dan Ilmu Ekonomi : Suatu Sintesis Islami”, memaparkan empat aksioma etika ekonomi, yaitu tauhid, keseimbangan (keadilan), kebebasan dan tanggung jawab.

Tauhid merupakan wacana teologis yang mendasari segala aktivitas manusia, termasuk dalam berbisnis. Tauhid menyadarkan manusia sebagai makhluk ilahiyah atau makhluk yang bertuhan. Dengan demikian, dalam berbisnis manusia tidak lepas dari pengawasan Tuhan dan dalam rangka melaksanakan perintah Tuhan (QS. 62:10).

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ (١٠)

“Apabila shalat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi; carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak banyak agar kamu beruntung.”

Keseimbangan dan keadilan, berarti bahwa perlakuan bisnis harus seimbang dan adil. Keseimbangan berarti tidak berlebihan (*ekstrem*) dalam mengejar ekonomi (QS.7:31). Kepemilikan individu yang tidak terbatas, sebagaimana dalam sistem kapitalis, tidak dibenarkan.

Kebebasan, berarti manusia sebagai individu dan kolektivitas, mempunyai kebebasan penuh untuk melakukan aktivitas bisnis. Dalam ekonomi, manusia bebas mengimplementasikan kaidah-kaidah Islam. Karena masalah ekonomi termasuk aspek mu'amalah, bukan ibadah, maka berlaku padanya kaidah umum, "semua boleh kecuali yang dilarang". Yang tidak boleh dalam Islam adalah ketidakadilan dan riba. Dalam tataran ini kebebasan manusia sesungguhnya tidak mutlak, tetapi merupakan kebebasan yang bertanggungjawab dan berkeadilan.

Pertanggungjawaban berarti, bahwa manusia sebagai pelaku bisnis mempunyai tanggungjawab moral kepada tuhan atas perilaku bisnis. Harta sebagai komoditi bisnis dalam Islam, adalah amanah Tuhan yang harus dipertanggung jawabkan di hadapan tuhan kelak (Sri Nawatmi, 2010, p. 54).

Hal ini jelas menunjukkan bahwa masalah etika merupakan masalah serius bagi terciptanya kehidupan yang harmonis. Dalam dataran yang lebih luas, permasalahan etika juga menjadi suatu hal sangat penting bagi dunia bisnis. Karena perilaku setiap individu dalam dunia bisnis ternyata merupakan salah satu indikator penentu maju dan mundurnya suatu perjalanan bisnis. Semakin beretika seseorang dalam berbisnis, maka dengan sendirinya dia akan menemui kesuksesan. Sebaliknya bila pelaku bisnis sudah jauh dari nilai-nilai etika dalam menjalankan roda bisnisnya sudah pasti dalam waktu dekat kemunduran akan dia peroleh.

Oleh karena itulah saat ini perilaku manusia dalam sebuah perusahaan yang bergerak dalam dunia bisnis menjadi sangat urgent. Satu bentuk pentingnya perilaku bisnis tersebut dianggap sebagai salah satu masalah jika yang bersangkutan mempunyai perilaku yang kurang baik, dan dianggap bias membawa kerugian dalam suatu perusahaan. Akhirnya hal tersebut dianggap sebagai satu problematika bagi kemajuan bisnis, bahkan kadang dianggap sebagai sebuah anomaly yang harus segera dicarikan jalan keluarnya. Tak salah jika kemudian perusahaan-perusahaan berlomba-lomba untuk mencari satu

solusi dalam mengatasi hal itu. Kemudian muncullah satu bentuk tata nilai yang bias dipegang dan dijadikan pijakan oleh setiap pelaku bisnis dalam mengelola perusahaan. Dan hal itu yang kemudian disebut sebagai kode etik berbisnis, atau bias juga disebut dengan etika bisnis (Arifin, 2008, pp. 147–148).

Islam memberikan kebebasan kepada pemeluknya untuk melakukan usaha (bisnis), namun dalam Islam ada beberapa prinsip dasar yang menjadi etika normatif yang harus ditaati ketika seorang muslim akan dan sedang menjalankan usaha, diantaranya:

1. Proses mencari rezeki bagi seorang muslim merupakan suatu tugas wajib.
2. Rezeki yang dicari haruslah rizki yang halal.
3. Bersikap jujur dalam menjalankan usaha.
4. Semua proses yang dilakukan dalam rangka mencari rezeki haruslah dijadikan sebagai sarana untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT.
5. Bisnis yang akan dan sedang dijalankan jangan sampai menimbulkan kerusakan lingkungan hidup.
6. Persaingan dalam bisnis dijadikan sebagai sarana untuk berprestasi secara fair dan sehat (*fastabikul al-khayrat*).
7. Tidak boleh berpuas diri dengan apa yang sudah didapatkan.
8. Menyerahkan setiap amanah kepada ahlinya, bukan kepada sembarang orang, sekalipun keluarga sendiri.

Dalam bertransaksi secara syari'ah, ada beberapa prinsip yang harus dipegang, yakni: saling ridha (*'An Taradhin*), bebas manipulasi (*Ghoror*), aman/tidak membahayakan (*Mudharat*), tidak spekulasi (*Maysir*), tidak ada monopoli dan menimbun (*ihthikar*), bebas riba, dan *halalan thayyiban*.

Para pelaku bisnis atau disebut juga sebagai pelaku usaha ataupun wirausaha merupakan orang ataupun sekelompok orang yang berjiwa berani mengambil risiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Cara berpikir seorang wirausaha adalah selalu berusaha mencari, memanfaatkan peluang usaha yang dapat memberi keuntungan.

Islam menempatkan nilai etika di tempat yang paling tinggi. Pada dasarnya, Islam diturunkan sebagai kode perilaku moral dan etika bagi kehidupan manusia, seperti yang disebutkan dalam hadis: “ Aku diutus untuk menyempurnakan akhlak yang mulia”. Terminologi paling dekat dengan pengertian etika dalam Islam adalah akhlak. Dalam Islam, etika (akhlak) sebagai cerminan kepercayaan Islam (iman). Etika Islam memberi sanksi internal yang kuat serta otoritas pelaksana dalam menjalankan standar etika.

Konsep etika dalam Islam tidak utilitarian dan relatif, akan tetapi mutlak dan abadi. Jadi, Islam menjadi sumber nilai dan etika dalam segala aspek kehidupan manusia secara menyeluruh, termasuk dalam dunia bisnis. Al-Qur'an memberi petunjuk agar dalam bisnis tercipta hubungan yang harmonis, saling ridha, tidak ada unsur eksploitasi dan bebas dari kecurigaan atau penipuan, seperti keharusan membuat administrasi dalam transaksi kredit. Rafik Issa Beekuun “Etika Binis Islam”, memaparkan lima aksioma etika ekonomi, yaitu, tauhid, keseimbangan (keadilan), kebebasan dan tanggung jawab dan kebenaran.

Adapun aksioma dasar etika Islami itu ada lima aksioma yaitu :

1. Unity (Kesatuan)

Alam semesta, termasuk manusia adalah milik Allah yang memiliki kemahakuasaan (keaulatan) atas makhluk-makhlukNya. Konsep tauhid ini berarti Allah sebagai Tuhan Yang Maha Esa menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya. (Faisal Badroen, 2006, p. 89).

Unity (kesatuan) merupakan refleksi konsep tauhid yang memadukan seluruh aspek kehidupan baik ekonomi, social, politik budaya menjadi keseluruhan homogen, konsisten dan teratur. (Sri Nawatmi, 2010, p. 57). Konsep ini dimaksudkan bahwa sumber utama etika Islam adalah kepercayaan total dan murni terhadap keesaan Tuhan. Yang mana berarti Allah SWT sebagai Tuhan Yang Maha Esa yang menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa pengorbanan hak-hak individu lainnya. Bahwa konsep ini menekankan bahwa sumber utama etika Islam adalah kepercayaan total dan murni terhadap keesaan Tuhan. Aturan-aturan itu sendiri bersumber pada kerangka konseptual masyarakat dalam hubungannya vertikal dengan Allah SWT dan hubungan horizontal dengan kehidupan sesama manusia dan alam semesta secara keseluruhan untuk menuju tujuan akhir yang sama.

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

“Katakanlah: Sesungguhnya sembahyangku, ibadatku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam.”

Individu-individu memiliki kesamaan dalam harga dirinya sebagai manusia. Hak-hak dan kewajiban ekonomik setiap individu disesuaikan dengan kapabilitas dan kapasitas yang dimiliki dan sinkronisasi pada setiap peranan normatif masing-masing struktur sosial. Dengan mengintegrasikan aspek religious dengan aspek lainnya, seperti ekonomi, akan menimbulkan perasaan dalam diri manusia bahwa ia akan selalu merasa direkam segala aktivitas kehidupannya, termasuk dalam aktivitas dalam berekonomi sehingga dalam melakukan segala aktivitas bisnis tidak akan mudah menyimpang dari segala ketentuannya. Perhatian terus menerus untuk memenuhi kebutuhan etika dan dimotivasi oleh ketauhidan kepada Tuhan Yang Maha Esa akan meningkatkan kesadaran individu mengenai insting altruistiknya, baik terhadap sesama manusia maupun alam lingkungannya. Ini berarti konsep tauhid akan memiliki

pengaruh yang paling mendalam terhadap diri seorang muslim. (Beekun, 2004, p. 33).

2. *Equilibrium* (Keseimbangan)

Dalam beraktivitas di dunis kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang disukai. Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain hak lingkungan sosial, hak alam semesta berlaku sebagai stakeholder dari perilaku seseorang. Semua hak-hak tersebut harus ditempatkan sebagaimana mestinya. Tidak mengakomodir salah satu pihak diatas, dapat menempatkan seseorang tersebut kepada kezaliman. Oleh karena itu orang yang adil akan lebih dekat kepada ketaqwaan. (Faisal Badroen, 2006, p. 91).

Keseimbangan atau keadilan menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam dan hubungan dengan harmoni segala sesuatu di alam semesta. Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak manapun. Adil dalam Islam bahwa agar hak semua orang sama dimata Allah, serta agar hak tersebut dapat ditempatkan sebagaimana mestinya sesuai dengan aturan syariah. Karena apabila dengan tidak mengakomodir hak salah satu pihak, maka hal tersebut dapat dikatakan kedzaliman. Karenanya orang yang adil akan lebih dekat kepada ketakwaan. Allah berfirman dalam QS.Al-Maidah (5):8:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ ٓأَلَّا

تَعْدِلُوا ۖ إِعْدِلُوا ۚ هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ٨

“Hai orang-orang yang beriman, hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap suatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah karena adil itu lebih dekat dengan takwa”. (Al-Maidah :8).

Berlaku adil akan dekat dengan takwa, karena itu dalam perniagaan (tijarah), Islam melarang untuk menipu, walau hanya sekedar membawa sesuatu pada kondisi yang menimbulkan keraguan sekalipun. Kondisi ini dapat terjadi seperti gangguan adanya mekanisme pasar atau karena adanya informasi penting mengenai transaksi yang tidak diketahui oleh salah satu pihak (*assymetric information*). Gangguan pada mekanisme pasar dapat berupa gangguan dalam penawaran dan gangguan dalam permintaan (Badroen, 2005, p. 78).

Konsep *equilibrium* ini juga dapat dipahami bahwa keseimbangan hidup di dunia dan di akhirat harus diusung oleh seorang pebisnis muslim. Maka karenanya konsep keseimbangan berarti menyerukan kepada pengusaha muslim untuk bias merealisasikan tindakan-tindakan (dalam bisnis) yang dapat menempatkan dirinya dan orang lain dalam kesejahteraan duniawi dan keselamatan akhirat.

3. Free Will (Kebebasan Berkehendak)

Kebebasan disini adalah bebas memilih atau bertindak sesuai etika atau sebaliknya : “Dan katakanlah (Muhammad) kebenaran itu datanganya dari Tuhanmu, barang siapa yang menghendaki (beriman) hendaklah ia beriman dan barang siapa menghendaki (kafir) biarlah ia kafir” (QS. 18:29). Jadi, jika seseorang menjadi muslim maka ia harus menyerahkan kehendaknya kepada Allah. (Sri Nawatmi, 2010, p. 57). Berdasarkan prinsip ini, para pelaku bisnis mempunyai kebebasan untuk membuat perjanjian, termasuk menepati atau mengingkarinya. Seorang muslim yang percaya pada kehendak Allah, akan memuliakan semua janji yang dibuatnya.

وَقُلِ الْحَقُّ مِنْ رَبِّكُمْ ۖ فَمَنْ شَاءَ فَلْيُؤْمِنْ وَمَنْ شَاءَ فَلْيُكْفُرْ...

"Kebenaran itu datanganya dari Tuhanmu; maka barangsiapa yang ingin (beriman) hendaklah ia beriman, dan barangsiapa yang ingin (kafir) biarlah ia kafir".

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, kebebasan bagi individu dibuka lebar, tetapi kebebasan itu tidak merugikan

kepentingan kolektif. Tidak ada pula batasan pendapatan bagi seseorang untuk aktif bekerja dan berkarya dengan segala potensi yang dimilikinya.

Aktivitas ekonomi dalam konsep ini mengarahkan kepada kebaikan setiap kepentingan bagi seluruh komunitas, baik sector pertanian, perindustrian, perdagangan, maupun lainnya. Larangan adanya bentuk monopoli, kecurangan dan praktik riba adalah jaminan terhadap terciptanya suatu mekanisme pasar yang sehat dan persamaan peluang bentuk berusaha tanpa adanya keistimewaan pada pihak tertentu.

Dalam ekonomi Islam, kebebasan ialah tetap menggabungkan antara nilai-nilai moral dan spiritual. Karena apabila tidak ada filter moral, maka kegiatan ekonomi akan rawan kepada perilaku *destruktif* yang dapat merugikan masyarakat luas. Telah terjadi tradisi dimasyarakat sekarang ini bahwa dalam kegiatan ekonominya cenderung mengedepankan materialisme tanpa memperdulikan moralitas.

Seharusnya kebebasan manusia yang ada adalah kebebasan yang bertanggungjawab yaitu kebebasan yang di dasari oleh '*ilm*' (ilmu) dan kesadaran penuh. Manusia bebas bertindak, yaitu manusia bebas berbuat sesuatu dengan tujuan dan disengaja yang dipengaruhi faktor internal dan eksternal dirinya. Bisa jadi hal itu disebabkan oleh pengaruh ajaran, agama, bacaan, lingkungan dan lain sebagainya. Kebebasan dengan kewajiban moral yaitu bahwa seseorang yang melakukan sesuatu kewajiban karena ia setuju, walau itu membutuhkan pengorbanan, karena didapati tindakan tersebut ternyata dapat membuat ia merasa bebas. Kebebasan bertanggungjawab yaitu sesungguhnya sikap moral yang mature atau dewasa adalah sikap yang bertanggungjawab, dan tidak mungkin ada tanggung jawab tanpa ada kebebasan. (Badroen, 2005, p. 11).

4. Responsibility (Tanggungjawab)

Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan prinsip kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggung jawab atas semua yang dilakukannya. (Naqvi, 1993: 86). Al-Qur'an menegaskan bahwa :

مَنْ يَشْفَعْ شَفْعَهُ حَسَنَةً يَكُنْ لَهُ نَصِيبٌ مِّنْهَا وَمَنْ يَشْفَعْ شَفْعَهُ سَيِّئَةً يَكُنْ لَهُ

كِفْلٌ مِّنْهَا وَكَانَ اللَّهُ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ مُّقِيتًا (٨٥)

“Barangsiapa memberikan hasil yang baik, niscaya ia akan memperoleh bagian pahala. Dan barang siapa menimbulkan akibat yang buruk, niscaya ia akan memikul konsekuensinya. (QS. an-Nisa (4): 85).

Dalam bidang ekonomi dan bisnis prinsip ini dijabarkan menjadi suatu pola perilaku tertentu. Ia mempunyai sifat berlapis ganda dan terfokus baik pada tingkat mikro (individual) maupun tingkat makro (organisasi dan sosial), yang kedua-duanya harus dilakukan secara bersama-sama. (Beekun, 1997: 27) Perilaku konsumsi seseorang misalnya tidak sepenuhnya bergantung kepada penghasilannya sendiri; ia juga harus menyadari tingkat penghasilan dan konsumsi berbagai anggota masyarakat yang lain. (Lukman Fauroni, 2003, p. 102). (Beekun, 1997: 103).

Prinsip pertanggungjawaban menurut Sayid Quthb adalah tanggung jawab yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkupnya, antara jiwa dan raga, antara orang dan keluarga antara individu dan masyarakat serta antara masyarakat satu dengan masyarakat lainnya. (Sri Nawatmi, 2010, p. 57). Dengan adanya kebebasan ekonomi, maka tanggung jawab muslim begitu diperlukan agar menghasilkan tindakan-tindakan yang dapat dipertanggungjawabkan. Tanggungjawab ini mulai dari kebebasan yang luas, kemudian kebebasan untuk memilih keyakinan dan berakhir dengan keputusan yang tegas yang perlu diambilnya. Tanggung jawab sangat berhubungan dengan kebebasan karena tanggungjawab dapat menetapkan batasan atas semua hal yang dilakukannya. (Badroen, 2005, p. 11).

Kebebasan yang tak terbatas adalah sebuah absurditas, ia mengimplikasikan tida adanya sikap tanggungjawab. Untuk memenuhi konsep keadilan dan kesatuan seperti yang kita lihat dalam ciptaan Allah SWT, manusia harus bertanggungjawab terhadap segalan tindakan yang dilakukan.

5. *Benevolence* (Kebenaran)

Kebenaran disini juga meliputi kebajikan dan kejujuran. Maksud dari kebenaran adalah niat, sikap dan perilaku benar dalam melakukan berbagai proses baik itu proses transaksi, proses memperoleh komoditas, proses pengembangan produk maupun proses perolehan keuntungan. (Sri Nawatmi, 2010, p. 57).

Kebajikan artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan melihat Allah, jika tidak mampu maka yakinlah Allah melihat. Aksioma Ihsan dalam bisnis yaitu : (1) kemurahan hati (*leniency*); (2) motif pelayanan (*service motives*); dan (3) kesadaran akan adanya Allah dan aturan yang berkaitan dengan pelaksanaan yang menjadi prioritas.

Dalam al-Qur'an prinsip kebenaran yang mengandung kebajikan dan kejujuran dapat diambil dari penegasan keharusan menunaikan atau memenuhi perjanjian atau transaksi bisnis. Penggambaran sikap al Qur'an ini terlihat dari term *aufu* dalam bentuk *fi'il* amar yang tersebut sebanyak 10 kali. *Aufu* dari kata dasar wafa wafaan, berarti, menepati, memenuhi, melaksanakan (dengan penuh), menyempurnakan (al Munawwir, 1984: 1679). Al-Qur'an menggunakan terma *aufu*, dalam dua konteks; pertama dalam konteks perjanjian dan kedua dalam konteks dan ukuran dan timbangan. Dalam konteks perjanjian al-Qur'an menegaskan perjanjian manusia kepada Allah maupun perjanjian antar sesama manusia. Pemenuhan perjanjian kepada Allah misalnya digambarkan dalam surat al-Baqarah (2): 40.

يَا بَنِي إِسْرَائِيلَ اذْكُرُوا نِعْمَتِيَ الَّتِي أَنْعَمْتُ عَلَيْكُمْ وَأَوْفُوا بِعَهْدِي أُوفِ بِعَهْدِكُمْ

وَإِيَّايَ فَارْهَبُونِ (٤٠)

“Wahai Bani Israil : Ingatlah nikmatKu yang telah Aku karuniakan kepada kamu dan penuhilah janjimu, agar Aku penuhi (pula) janjiKu, dan sernata-mata kepadaku sajalah kamu takut”.

Adapun manfaat menyempurnakan prinsip-prinsip etika bisnis Islam sebagaimana dikemukakan diatas, perlu dikemukakan pula pendapat Rafik Issa Beekun dalam sebuah karya Etika Bisnis Islam. Dalam bukunya ia mengemukakan Sembilan pedoman etika umum bagi bisnis kaum muslim yaitu jujur dan berkata benar, menepati janji, mencintai Allah lebih dari mencintai perniagaan, berbisnis dengan muslim sebelum dengan non muslim, rendah hati dalam menjalani hidup, menjalankan musyawarah dalam semua masalah, tidak terlibat dalam kecurangan, tidak boleh menyuap dan berbisnis secara adil. (Djakfar, 2007, p. 30-32).

Hal lain yang tak kalah penting adalah spirit persaduaaraan sesama muslim dapat pula direfleksikan kepada persoalan bisnis dan transaksi yang sudah dibatasi dalam frame syariat, agar Allah SWT selalu membukakan pintu keberkahan kepada umat dalam setiap aktivitas bisnis dan transaksi yang dijalankan. (Faisal Badroen, 2006, p. 108).

D. Indikator Kemajuan/Keberhasilan Bisnis

Menurut Ina Primiana (2009:49) mengemukakan bahwa keberhasilan usaha adalah permodalan sudah terpenuhi, penyaluran yang produktif dan tercapainya tujuan organisasi. Sedangkan menurut Algifari (2003:118) ia berpendapat bahwa keberhasilan usaha dapat dilihat dari efisiensi proses produksi yang dikelompokkan berdasarkan efisiensi secara ekonomis. Menurut Albert Wijaya dalam Suryana (2011:168) yang mengemukakan bahwa faktor yang merupakan tujuan yang kritis dan menjadi ukuran dari keberhasilan suatu perusahaan adalah laba.

Keberhasilan Usaha/bisnis menurut Suryana (2003:285) adalah keberhasilan dari bisnis dalam mencapai tujuannya. Menurut Hendry Faizal Noor (2007:397) mengungkapkan bahwa keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya.

Keberhasilan usaha merupakan utama dari sebuah perusahaan dimana segala aktivitas yang ada didalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan. Dalam pengertian umum, keberhasilan menunjukkan suatu keadaan yang lebih baik atau unggul dari pada masa sebelumnya. Hal tersebut sesuai dengan yang diungkapkan oleh Moch Kohar Mudzakar dalam Ressa Andari (2011:21) keberhasilan usaha adalah sesuatu keadaan yang menggambarkan lebih dari pada yang lainnya yang sederajat/sekelas. Sesuai dengan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa suatu usaha dikatakan berhasil apabila memiliki suatu kelebihan dibandingkan dengan periode sebelumnya atau dengan perusahaan sekelasnya.

Suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapat laba, walupun laba bukan merupakan satu-satu aspek yang dinilai dari keberhasilan sebuah usaha. Tetapi alasan laba yang menjadi faktor penting adalah karena laba merupakan tujuan dari orang yang melakukan bisnis. Jika penurunan laba atau ketidak stabilan laba, maka perusahaan akan kesulitan untuk mengoperasikan kegiatan usahanya dan menjaga ketahanan usahanya.

Menurut Suryana (2003:85) secara umum indikator keberhasilan usaha sebagai berikut :

1. Modal

Dalam menjalankan sebuah usaha, salah satu faktor pendukung yang dibutuhkan adalah modal, jika kita ibaratkan memulai usaha dengan membangun sebuah rumah, maka adanya modal menjadi bagian pondasi dari rumah yang akan dibangun. Semakin kuat pondasi yang dibuat , maka semakin kokoh pula rumah yang dibangun. Begitu juga pengaruh modal terhadap sebuah bisnis, keberadaannya menjadi pondasi awal bisnis yang akan dibangun. Beberapa modal yang dibutuhkan dalam menjalankan bisnis, antara lain tekad, pengalaman, keberanian, pengetahuan, net working, serta modal uang, namun kebanyakan orang terhambat memulai usaha karena mereka sulit untuk mendapatkan modal uang. Modal usaha adalah mutlak diperlukan untuk

melakukan kegiatan usaha. Oleh karena itu diperlukan sejumlah dana sebagai dasar ukuran finansial atas usaha yang dijalankan. Sumber modal usaha dapat diperoleh dari modal sendiri, bantuan pemerintah, lembaga keuangan baik bank dan lembaga keuangan non bank. (Endang Purwanti, 2012, p. 18).

Modal menjadi salah satu indikator kemajuan suatu bisnis karena dengan menggunakan/memanfaatkan modal dengan seoptimal mungkin, maka akan memberikan keuntungan yang lebih maksimal bagi perusahaan yang sedang di kelola, karena semakin banyak modal suatu perusahaan dapat mengembangkan usaha maupun memperluas pangsa pasar dari bisnis dna usaha tersebut. Sebaliknya jika modal suatu perusahaan menurun atau sedikit maka besar kemungkinan perusahaan tersebut tidak akan dapat bertahan lama / bangkrut.

2. Pendapatan

Tujuan utama suatu perusahaan adalah mencapai laba bersih yang maksimal. Untuk menghasilkan laba atau pendapatan tentunya perusahaan harus rela mengeluarkan biaya yang berhubungan dengan kegiatan operasi perusahaan tersebut. Pendapatan dan beban tidak dapat dipisahkan, dimana pendapatan adalah hasil yang dapat diperoleh dari kegiatan operasi yang dilakukan perusahaan sedangkan beban adalah biaya yang dikeluarkan atau digunakan untuk memperoleh pendapatan yang diharapkan oleh perusahaan. Oleh karena itu sebuah perusahaan perlu memperhatikan pendapatan yang diterima dan pengeluaran yang dilakukan selama kegiatan operasi berlangsung agar perusahaan dapat menghasilkan laba yang diinginkan demi keberlangsungan usahanya. Jika pendapatan terlalu besar dari beban maka perusahaan akan memperoleh laba dan sebaliknya jika pendapatan lebih kecil dari biaya yang dikeluarkan maka perusahaan akan mengalami kerugian. Dengan memaksimalkan pendapatan maka usaha yang dijalankan akan semakin berkembang. (Meiza Efilia, 2014, p. 2).

3. Volume penjualan

Penjualan merupakan puncak kegiatan dalam seluruh perusahaan dalam bisnis/usaha untuk mencapai target yang diinginkan. Penjualan adalah sumber pendapatan yang diperlukan menutup ongkos-ongkos dengan harapan mendapatkan laba. (Fandy Tjiptono, 2012:310). Sedangkan volume penjualan menurut Daryono (2011:187) merupakan ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang atau jasa yang terjual. (Ahmad Ryan Zaelany, 2013, p. 13). Sedangkan di dalam volume penjualan menekankan pada banyaknya produk yang dijual pada suatu kurun waktu tertentu selama satu tahun. (Melvin Pristyo, 2013, p. 31).

Volume penjualan menurut Asri (1991:52) adalah jumlah unit penjualan nyata perusahaan dalam satu periode tertentu. Jadi volume penjualan adalah hasil dari penjualan yang diukur menggunakan satuan (Fandry Nurcahyo, 2016, p. 4). Jadi dapat disimpulkan bahwa volume penjualan adalah penjualan bersih yang diperoleh perusahaan melalui hasil penjualan seluruh produk selama jangka waktu tertentu dan hasil penjualan yang mencapai market share yang merupakan pasar potensial, yang dapat terdiri dari kelompok pembeli selama jangka waktu tertentu. Volume penjualan menjadi salah satu indikator kemajuan bisnis karena jika volume penjualan mengalami peningkatan maka usaha tersebut dapat berkembang, karena dengan meningkatnya volume penjualan meningkat maka pendapatan atau laba akan meningkat. Dan sebaliknya jika volume penjualan menurun maka kemungkinan besar perusahaan tersebut akan bangkrut. Karena jika volume penjualan menurun dari mana perusahaan mendapatkan pemasukan. Sedangkan salah satu tujuan bisnis adalah untuk memperoleh laba.

4. Tenaga kerja

Tenaga kerja adalah setiap orang yang melakukan pekerjaan guna untuk menghasilkan barang dan jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk masyarakat. (UU No. 13 tahun 2003 bab I pasal 1 ayat 2). Tenaga kerja ini menjadi salah satu indikator kemajuan bisnis karena karyawan merupakan

sebagai sumberdaya utama bagi perusahaan, oleh karena itu karyawan dituntut untuk memberikan kinerja yang optimal sehingga konsumen merasa terlayani dengan baik dan merasa puas. Karena jika konsumen merasa tidak puas dapat melakukan komplain yang mana itu dapat merusak nama baik perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa sumber daya manusia sangat berpengaruh terhadap kesuksesan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Jika pelayanan karyawan tidak baik maka konsumen akan berpindah ke perusahaan lain. Sebaliknya jika pelayanan karyawan baik maka konsumen akan semakin bertambah karena konsumen yang satu akan memberitahukan kepada konsumen lainnya bahwa pelayanan usaha yang dijalani itu sangat baik, sehingga para konsumen yang datang nyaman dengan pelayanan karyawan tersebut. jika konsumen yang suatu perusahaan sedikit maka besar kemungkinan perusahaan tersebut tidak akan bertahan lama/bangkrut. Sebaliknya jika konsumen suatu perusahaan itu banyak maka perusahaan tersebut akan semakin berkembang.

Menurut Odekerken et al., (2003), peningkatan usaha dalam bisnis ritel dapat dilakukan dengan membangun relasi (relationship effort). Membangun relasi menjadi hal penting sebagai landasan untuk membangun *customer retention*, dengan alasan:

- a. Harapan konsumen terhadap kualitas dari produk dan jasa konsumsi semakin meningkat.
- b. Persaingan diantara peritel juga semakin meningkat, dengan marketing strategi dan taktik yang relative sama, misalnya dengan menawarkan jenis merchandise yang sama, promosi harga, melakukan share terhadap sitribution channel system, dan memperlakukan konsumen dengan lebih baik melalui layanan yang prima (Berry,1986).
- c. Peritel dihadapkan pada tuntutan baru tentang keterbatasan dan ketidak jelasan marketing environment dalam bisnis ritel antara pasar dengan industry, dan meningkatnya fragmentasi pasar maupun semakin pendeknya daur hidup produk. (Juttner dan Wehrli, 1994) seperti

dikutip dalam Odekerken et al., (2003) oleh (Chr. Whidya Utami, 2006, p.25).

Selain indikator diatas berikut merupakan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kemajuan bisnis ritel :

1. Lokasi usaha

Pemilihan lokasi yang baik adalah faktor penting untuk keberhasilan bisnis ini. Lokasi yang dipilih bukan hanya sekedar yang strategis dan memiliki ukuran yang cukup besar (luas) namun juga perlu diperhatikan tentang masalah akses yang baik ke berbagai lokasi-lokasi penting lain, suasana yang menyenangkan, lahan parkir yang luas dan aman, mudah dijangkau serta harus lebih unggul dari pesaing (Euis Soliha, 2008, p.141). dengan demikian para pelanggan akan ketagihan belanja di perusahaan kita. Karena kenyamanan yang disediakan untuk mereka. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Lokasi yang dipilih harus dekat dengan permukiman masyarakat, atau lebih efisien di tempat orang yang sering berlalu lintas. Karena daerah/lokasi yang strategis sebuah usaha itu dapat memaksimalkan laba. Faktor utama yang harus diperhatikan dalam memulai ataupun mengembangkan usaha ritel adalah factor lokasi. Panduan dalam memilih lokasi usaha ritel yang baik menurut Guswai (2009) adalah sebagai berikut :

a. Terlihat

Lokasi usaha yang baik adalah harus terlihat oleh banyak orang yang lalu lalang di lokasi tersebut. Karena jika lokasi usaha dapat dilihat oleh orang banyak maka besar kemungkinan akan banyak orang yang mengunjungi dan berbelanja pada bisnis tersebut. Dengan demikian akan memaksimalkan laba.

b. Lalu lintas yang padat

Semakin banyak lokasi usaha ritel dilalui orang, maka akan semakin banyak orang yang tahu mengenai usaha ritel tersebut. Dengan demikian akan semakin banyak juga konsumen yang berbelanja di usaha ritel tersebut.

c. Arah pulang ke rumah

Pada umumnya, pelanggan berbelanja di suatu toko ritel pada saat pulang ke rumah. Karena sangat jarang orang yang berbelanja pada saat akan berangkat kerja. Lokasi usaha ritel berada pada arah pulang ke rumah ini akan dapat meningkatkan laba pada perusahaan.

d. Fasilitas umum

Lokasi usaha ritel yang lebih baik adalah dekat dengan fasilitas umum seperti terminal angkutan umum, pasar, atau stasiun kereta. Fasilitas umum tersebut bias menjadi pendorong bagi sumber lalu lalang calon pembeli/pelanggan untuk kemudian berbelanja di toko ritel tersebut. Hal ini disebut dengan impulsive buying atau pembeli yang tidak direncanakan.

e. Biaya akuisisi

Biaya merupakan hal yang harus dipertimbangkan dalam berbagai jenis usaha. Peritel harus memutuskan apakah akan membeli suatu lahan atau menyewa suatu lokasi tertentu. Peritel hendaknya melakukan studi kelayakan dari sisi keuangan untuk memutuskan suatu lokasi usaha ritel tertentu.

f. Peraturan/perizinan

Dalam menentukan lokasi usaha ritel harus juga mempertimbangkan peraturan yang berlaku. Hendaknya peritel tidak menempatkan usahanya pada lokasi yang memang tidak diperuntukkan untuk usaha, seperti taman kota bantaran sungai.

g. Akses

Akses merupakan jalan masuk dan keluar menuju lokasi. Akses yang baik haruslah memudahkan calon pembeli /pelanggan untuk sampai ke usaha ritel tersebut. Jenis-jenis hambatan akses bias berupa perubahan arus lalu lintas atau halangan langsung ke lokasi toko, seperti pembatas jalan.

h. Infrastruktur

Infrastruktur yang dapat menunjang keberadaan suatu bisnis ritel, antara lain lahan parkir yang memadai, toilet, dan lampu penerangan. Hal tersebut dapat menunjang kenyamanan pelanggan dalam mengunjungi suatu usaha ritel.

i. Potensi pasar yang tersedia

Pelanggan biasanya akan memilih lokasi belanja yang dekat dengan kediamannya. Menetapkan lokasi usaha ritel yang dekat dengan pelanggan akan meringankan usaha peritelan dalam mencari pelanggan.

j. Legalitas

Untuk memutuskan apakah akan membeli atau menyewa sebuah lokasi untuk menempatkan usaha, peritel harus memastikan bahwa lokasi tersebut tidak sedang memiliki masalah hukum (sengketa). Segala perjanjian jual beli maupun sewa menyewa hendaknya dilakukan dihadapan notaris. Pihak notaris akan memeriksa kelengkapan dokumen sebelum melakukan pengesahan jual beli ataupun sewa menyewa.

2. Harga yang tepat/Harga lebih murah.

Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk produk atau jasa, lebih jauh lagi harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang dan jasa (Kotler & Amstrong 2001 : 14). Oleh karena itu harga merupakan pertimbangan tertinggi konsumen dalam menentukan pilihan berbelanjanya, karena setiap orang/konsumen yang ingin membeli suatu barang pasti dia melihat harga barang terlebih dahulu, bahkan membandingkan harga antara perusahaan yang satu dengan yang lainnya. Untuk memutuskan pembelian barang tersebut maka konsumen akan melihat perusahaan mana yang menjual lebih murah, maka itulah yang akan dibeli. Oleh karena itu perusahaan dalam menentukan harga harus semestinya melihat harga pasar terlebih dahulu. Karena Semakin tinggi harga, orang akan mempersiapkan jasa-jasa semakin tinggi, sehingga konsekuensinya akan meningkatkan nilai persepsi seseorang. Dengan demikian dengan adanya harga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan daya belinya pada berbagai jenis barang atau jasa (Dinawan 2010 : 34). Menjadikan harga sebagai indikator berupa besar pengorbanan yang diperlukan untuk membeli suatu produk sekaligus dijadikan sebagai suatu indikator level of quality. (Hendra Fure, 2013, p. 281).

Usaha ritel biasanya menjual produk-produk yang biasa dibeli /dikonsumsi pelanggan sehari-hari. Oleh karena itu, pelanggan bias mengontrol harga dengan baik. Jika suatu toko menjual produk dengan harga yang tinggi, maka pelanggan akan pindah ke toko lain yang menawarkan harga yang lebih rendah, sehingga toko menjadi sepi pelanggan. Sebaliknya penetapan harga yang terlalu murah mengakibatkan minimnya keuntungan yang akan diperoleh, sehingga peritel belum tentu mampu menutup biaya-biaya yang timbul dalam menjalankan usahanya.

3. Kelengkapan produk.

Kelengkapan produk dan lancarnya pasokan merupakan hal penting untuk mengungguli pesaing. Produk dibeli oleh konsumen karena dapat memenuhi kebutuhan tertentu atau memberi manfaat tertentu. Dalam hal ini keberagaman produk dapat dilihat dari kategori produk yang tersedia di suatu perusahaan retail atau swalayan, dimana pemasar membagi produk berdasarkan proses pembelian dan penggunaannya menjadi produk konsumsi dan produk industri. (Hendra Fure, 2013, p. 281) dikutip dalam (Kismono 2001 : 326). Kelengkapan produk dalam sebuah perusahaan menjadi salah satu indikator kemajuan bisnis karena konsumen yang ingin berbelanja tidak akan ribet untuk mencari kebutuhannya keberbagai perusahaan cukup di satu perusahaan barang yang dia inginkan sudah tersedia, karena setiap orang/konsumen itu mau praktis dan tidak ribet.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

1. Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan rancangan penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam melakukan proses penelitian. Desain penelitian akan berguna bagi semua pihak yang terlibat dalam proses penelitian, karena langkah, dalam melakukan penelitian mengaju kepada desain penelitian yang telah dibuat. Pengertian desain penelitian yang telah dikemukakan oleh Moh. Nazir (2008;84) menyatakan bahwa : “Desain Penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian”.

Desain penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian tersebut dilakukan dengan melakukan penelitian lapangan, dimana masalah yang akan diajukan di dalam penelitian ini ditentukan pada masalah yang terkait dengan operasional perusahaan. Kaidah penelitian deskriptif kualitatif mencoba menafsirkan dan menuturkan data yang bersangkutan dengan situasi yang sedang terjadi sikap serta pandangan yang terjadi di dalam masyarakat. Di dalam kegiatan penelitian ini meliputi pengumpulan data, menganalisis data, menginterpretasi data, dan diakhiri dengan sebuah kesimpulan yang mengacu pada penganalisisan data tersebut.

2. Lokasi Penelitian Dan Waktu Pelaksanaan

Penelitian ini mengangkat Analisis penerapan etika bisnis Islam terhadap kemajuan bisnis pada Supermarket De’ Halal Mart, yang mana perusahaan tersebut terletak di Jalan Kaliurang km 9 Desa Sardonoarjo, Kecamatan Ngaglik, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55581, Indonesia. Penelitian ini dilaksanakan mulai dari tanggal 12 April sampai dengan 15 April

3. Subjek Penelitian

Subyek penelitian adalah data mengenai variabel-variabel yang diteliti. Subyek penelitian kualitatif adalah orang yang dapat dijadikan sumber data

untuk memperoleh informasi diantaranya adalah manajer, karyawan dan konsumen supermarket De' Halal Mart.

4. Objek Penelitian

Objek penelitian menurut Sugiyono (2004:13), menyatakan bahwa: Objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, *valid*, dan *reliable* tentang suatu hal (variabel tertentu). Sedangkan Husein Umar (2004:303), mengatakan bahwa objek penelitian adalah sebagai berikut: Objek penelitian menjelaskan tentang apa atau siapa yang menjadi objek penelitian juga dimana dan kapan penelitian dilakukan. Bisa juga ditambahkan hal-hal lain jika dianggap perlu. Objek penelitian yang dilakukan adalah pada manajer dan para karyawan supermarket De' Halal Mart Yogyakarta.

5. Populasi dan Sampel

Populasi adalah Keseluruhan subjek penelitian (Arikunto, 2006). Dalam penelitian ini populasi yang diambil dari konsumen sejumlah 15 orang dan sampel yang digunakan adalah 5 orang, kemudian karyawan berjumlah 18 orang sampel yang digunakan sebanyak 4 orang selanjutnya 1 orang manajer perusahaan De' Halal Mart.

6. Sumber Data

Sumber data adalah merupakan bahan dalam mencantumkan metode yang digunakan dalam pengumpulan data. Dalam prosedur pengumpulan data untuk penelitian ini penulis memperoleh data-data dari dua sumber yakni data primer dan sekunder. Dalam hal ini, penulis akan lakukan dengan membaca jurnal maupun buku yang berkaitan dengan penelitian ini. Moleong, 2010, p. 159).

1). Data Primer

Sumber data primer, yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti (atau petugasnya) dari sumber pertamanya (Sumadi Suryabrata, 1987, p. 93). Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah manajer supermarket De' Halal Mart Yogyakarta.

2). Data Sekunder

Sumber data skunder, yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti sebagai penunjang dari sumber pertama. Dapat juga dikatakan data yang tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen (Sumadi Suryabrata, 1987, p. 94). Dalam penelitian ini, dokumentasi merupakan sumber data sekunder.

B. Teknik Pengumpulan Data

1. Pengamatan (Observasi)

Observasi adalah pengamatan, perhatian, dan pengawasan (Muhammad, 2009). Dalam penelitian ini sebelum melakukan wawancara dengan manajer De' Halal Mart penulis melakukan observasi, yakni dengan berbelanja ke De' Halal Mart sambil mengamati apakah perusahaan tersebut sudah menerapkan aksioma etika bisnis yang ada diteori.

2. Wawancara (Interview)

Wawancara merupakan proses komunikasi yang sangat menentukan dalam proses penelitian. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam (Abdullah & Saebani, 2014, p. 207). Dengan menggunakan wawancara terstruktur dimana penulis menyiapkan daftar pertanyaan sebelum wawancara guna menjadi acuan bagi pertanyaan laporan yang dikemukakan.

Dalam penelitian ini metode interview digunakan untuk menggali data tentang sejarah atau latar belakang berdirinya lembaga, letak geografis obyek penelitian, Adapun instrumen pengumpulan datanya berupa pedoman interview yang terstruktur sebelumnya, dengan mewawancarai Manajer, Karyawan, dan konsumen supermarket De' Halal Mart Yogyakarta.

C. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam melakukan kegiatannya untuk mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah (Arikunto, 2006). Yang digunakan dalam penelitian ini, sebagai berikut :

Tabel 1.2
Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Teknik Pengumpulan Data
Penerapan	<i>Unity</i> (Kesatuan) <i>Equilibrium</i> (Keseimbangan) <i>Free Will</i> (Kehendak bebas) <i>Responsibility</i> (Tanggungjawab) <i>Benevolence</i> (Kebenaran)	Observasi Wawancara
Dampak	Modal Pendapatan Volume Penjualan Tenaga Kerja	Wawancara

Sumber : Observasi dan wawancara

D. Teknik Analisa Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Data yang diperoleh dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder disajikan dalam uraian yang sesuai dengan hasil penelitian, kemudian disusun secara teratur. Data yang disajikan mula-mula dalam bentuk gambaran, kemudian dianalisis dan berakhir dengan penarikan kesimpulan. Dalam analisis data yakni data yang diperoleh dari hasil penelitian, baik data dari hasil wawancara, observasi maupun dari telaah dokumen, disusun secara sistematis, kemudian dianalisis dengan menggunakan dua metode yaitu analisis kualitatif. setelah itu penulis akan mengkorelasikan teori dan penerapannya dalam bentuk tinjauan umum dalam perspektif etika bisnis Islam.

Tahapan-tahapan yang dilakukan adalah sebagai berikut : (Herdiansyah, 2010)

1. Mengumpulkan data, yaitu data yang dikumpulkan berasal dari observasi, wawancara, dan studi dokumentasi.
2. Mengklarifikasi materi data, langkah ini digunakan untuk memilih data yang dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya dan Mengklarifikasi materi data diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan studi dokumentasi.

3. Pengeditan, yaitu melakukan penelaahan terhadap data yang terkumpul melalui teknik-teknik yang digunakan. .
4. Menyajikan data, yaitu data yang telah ada dideskripsikan secara verbal kemudian diberikan penjelasan dan uraian berdasarkan pemikiran yang logis, serta memberikan argumentasi dan dapat ditarik kesimpulan.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

1. Sejarah De' Halal Mart

Tentunya De' Halal Mart ini berdiri dulu yang pertama atas dasar semangat 212 dimana melihat selama ini yang memiliki supermarket, minimarket ini dikuasai oleh kapitalis dimana non muslim ya kemudian minimarket supermarket yang dengan sistem konsep Islami masih jarang, khususnya yang ada di Yogyakarta mungkin baru De' Halal Mart, dari itulah dengan semangat umat saat itu khususnya sahabat-sahabat memberikan semangat kepada pak Wawan, saat itulah berdirinya De' Halal Mart tanggal 21 bulan 2 tahun 2016 (Riyadi, 2018)

De' Halal Mart menjual produk-produk halal, Food, non food, kebutuhan sehari-hari, produk-produk UMKM, Food court, dll. De' Halal Mart secara pengelolaan siap bersaing dengan swalayan maupun supermarket lainnya yang sudah eksis lebih dulu dan De' Halal Mart berharap menjadi salah satu solusi bagi penguatan ekonomi umat. Owner De' Halal Mart sendiri ialah warga asli Jawa tepatnya Yogyakarta. Seperti yang dikatakan oleh Manager “bisa nggak sih umat muslim atau bisa nggak sih orang Jawa ini yang memiliki supermarket gitu loh, jadi dengan menghadirkan De' Halal Mart ya Alhamdulillah dengan berkat dorongan dan bantuan spiritual insya Allah, ya Alhamdulillah tercapai emang untuk harapan kedepan bisa untuk memajukan ekonomi ummat Islam”

Sebenarnya owner memiliki De' Halal Mart ini ketika beliau pasrah diserahkan pada Allah, ketika De' Halal Mart ini memberikan keuntungan yang besar itu adalah bonus dari Allah, namun ketika sebaliknya hanya bisa untuk melakukan operasional dan sebagainya ini hanya sedekah diniatkan untuk yaudah memajukan umat nih dengan adanya mitra UKM De' Halal Mart, punya orang muslim, kemudian ya kita mempersatukan jamaah dimana mereka

bisa bertemu dalam rangka kajian nih di De' Halal Mart, tujuannya memang seperti itu, jika Allah memberikan rezeki yang lebih melalui profit tadi itu adalah bonus yang diberikan oleh Allah SWT (Riyadi, 2018).

Dengan berdirinya De' Halal Mart sebagai supermarket Islami atau sebagai bisnis retail Islam, maka harus dibarengi dengan konsep syariah dan nuansa yang Islamiyah, dimana hal itulah yang menjadi pembeda antara De' Halal Mart dengan retail lain di Yogyakarta. De' Halal Mart ini merupakan supermarket Islam pertama di daerah Yogyakarta.

De' Halal Mart ialah supermarket yang menjual produk-produk Halal, dimana mendapatkan sertifikasi Halal untuk produk yang skala nasional, kalau untuk yang UMK dari supplier menjamin bahwa produk yang dijual ke kita itu Halal baik barangnya maupun turunannya, terus kita tidak menjual rokok, minuman beralkohol dan minuman lain. (Adit, 2018).

De' Halal Mart berdiri diatas lahan seluas ± 1200 m² dengan dua lantai, lantai bawah berupa toko atau store, gudang barang, dan food corner di bagian depan, sementara di lantai atas ada kantor dan sengaja dibangun untuk tempat kajian keIslaman bagi siapa saja yang ingin menggunakan dengan daya tampung hingga 300 orang. Kemudian di lantai atas juga ada kantor pemasaran Damai Living yang juga merupakan bisnis milik owner De' Halal Mart. Bagian depan dan samping toko De' Halal Mart ialah lahan parkir yang cukup luas untuk parkir mobil dan motor konsumen maupun peserta kajian. Desain bangunan dari De' Halal Mart sendiri sangat unik karena memadukan warna Putih dan Hijau yaitu warna kesukaan Rasulullah, selanjutnya warna merah yang melambangkan keberanian, keteguhan. Pada bagian dalam store terdapat tulisan Asma'ul Husna yang ditempel di bagian dinding atas, dan tulisan motivasi yang ditempel di dekat tangga.

2. Visi dan Misi Perusahaan

Visi : Ingin menjadi supermarket muslim yang besar dan berkembang pesat tentunya bermitra dengan beberapa supermarket yang berbasis Islam,

atau nanti ya menjadi benar-benar retail Islami yang bisa memiliki beberapa cabang dan berkembang pesat.

Misi :

- 1) Pertama, melayani dengan sistem syari, konsep Islam yang bermitra berdasarkan konsep syari dan transparan artinya harga di pricetag sama dengan harga di sistem, kemudian istiqomah dengan takelane kami “belanja anda sedekah anda”.
- 2) Harus benar-benar continue atas apa yang dijual untuk menjadi supermarket Islam yang berkembang pesat, produknya harus konsisten, produk harus halal dan thoyyib dengan parameter halalnya ialah adanya label MUI.
- 3) Memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada customer.

3. Fasilitas

Fasilitas yang dimiliki oleh De' Halal Mart antara lain:

- 1) Ruangan toko yang nyaman yang didukung dengan AC
- 2) Tempat Parkir yang luas.
- 3) Toilet di lantai 1 dan lantai 2.
- 4) Tempat kajian di lantai 2.
- 5) Kursi, Karpet, Shound, Mike, Proyektor ditempat kajian lantai 2.
- 6) Food corner dan kursi tunggu.

B. Penerapan Dan Dampak Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis Pada De Halal Mart Yogyakarta

Pada bagian ini, penyusun menguraikan tentang penerapan dan dampak etika bisnis Islam yakni *Unity* (Kesatuan), *Equilibrium* (Keseimbangan), *Free Will* (Kebebasan Berkehendak), *Responsibility* (Tanggungjawab), *Benevolence* (Kebenaran), dan yang menjadi parameternya adalah Modal, Pendapatan, Volume Penjualan, dan Tenaga Kerja. Berdasarkan informan dari Bapak Diantoro Riyadi (DR) sebagai Manager, 5 orang karyawan (KR) dan 7 orang

konsumen (KS). Penerapan dan dampak etika bisnis Islam terhadap kemajuan bisnis adalah sebagai berikut:

1. Penerapan Tauhid

Hasil penelitian yang dilakukan di lapangan menunjukkan bahwa supermarket De' Halal Mart telah menerapkan etika tauhid pada sistem perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari adanya jam istirahat pada saat waktu shalat. Hal ini menunjukkan bahwa De' halal Mart tetap menomer satukan Allah diatas segalanya. Selain itu De' Halal Mart juga memberikan 25% dari keuntungan bersihnya untuk kegiatan sosial dan diberikan kepada orang yang berhak mendapatkan. Menurut hasil observasi penulis, kualitas produk dan proses produksi yang amat sangat dijaga serta kualitas kerja Sumber Daya Mamusia pun juga amat dijaga. Dan tentunya unsur-unsur ke Islaman pada perusahaan sangat diutamakan ditandai dengan kegiatan pengajian, dan setiap waktunya selalu di stel murottalaan dan sebelum melaksanakan kegiatan penjualan mereka selalu berdoa bersama. Karena manajemen dan seluruh karyawan disini tidak hanya berfikir berjualan, tidak hanya untuk memperoleh keuntungan atas jualannya semata namun disinilah kami justru berdakwah, syia'ar. Karena jika kita mengejar dunia saja maka dunia akan bersama kita, jika kita mengejar akhirat maka akhirat akan bersama kita, sedangkan jika kita mengejar dunia dan akhirat maka dunia dan akhirat akan kita dapatkan. Oleh karena itu prinsip keesaan (ketauhidan) sangatlah perlu dalam menjalankan atau melakukan segala sesuatu. (Toro, 2018).

Tidak hanya itu, dari narasumber yang ketiga, juga mengemukakan hal yang sama mengenai penerapan nilai-nilai Islami perusahaan, subyek mengatakan yang pertama itu sebelum jam buka toko karyawan terutama operasional wajib ngaji jam 7.30 – 08.00 pagi, kemudian untuk sleksi karyawan yang masuk untuk di 2018 ini wajib bisa membaca Al-Qur'an dan Inshaallah sholat 5 waktu, dan seperti yang kita ketahui bersama ketika jadwal sholat kita tutup tapi ketika jamaah selesai kita buka lagi seperti biasa

kemudian sebagian nominal tertentu dari usaha ini beberapa kita berikan kepada yang berhak menerima (Kayawan 1).

Pernyataan dari dua narasumber diatas didukung oleh hasil wawancara dengan karyawan 2. Subyek KR mengatakan “ ... pagi kita harus mengaji tadarus dulu 30 menit, sholat tepat waktu, kalau waktu sholat tutup, murottalan, wajib mengucapkan salam” (Joko, 2018).

Hal tersebut diperkuat oleh pernyataan subyek (konsumen 1) yang mengatakan bahwa Supermarket De’ Halal Mart telah menerapkan prinsip-prinsip syariah. Sebagaimana yang diungkapkan oleh subyek “kalau waktu masuk sholat tutup dan tidak menerima pembeli, terus disuguhi dengan nuansa Islami murottal, mengucapkan salam juga”. Hal tersebut juga sama yang diungkapkan oleh KS konsumen 2 “Biasanya kan ada kajian-kajian itu bagus, ya setiap jam buka nya di jam ketika sholat tutup, terus di setelkan murottal-murottal” (Ratna 2018).

Pada supermarket De’ Halal Mart ini sudah menerapkan prinsip ketauhidan, contohnya 10 menit sebelum adzan berkumandang maka akan ada pemberitahuan supaya mempercepat menyelesaikan kegiatan belanja, andai kata belum selesai, maka kegiatan tersebut distop dan dititipkan dulu barangnya, kemudian ikut melaksanakan shalat fardhu di masjid penduduk yang dekat dengan De’ Halal Mart yakni masjid Miftahul Jannah. Selain itu di De’ Halal Mart ini juga ada rutinitas yang dilaksanakan setiap hari kamis pagi yakni pengajian, yang diadakan di Lantai 2 gedung De’ Halal Mart. Jadi memang lantai 2 itu disediakan untuk kantor dan ruangan untuk pengajian. Berdo’a setiap pagi sebelum melakukan aktivitas jual beli (Toro, 2018). Hal tersebut juga diperkuat pada saat penulis melakukan observasi. (Observasi).

Selain itu berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh bahwa Supermarket De’ Halal Mart aktif dalam membantu keadaan sosial dan support kepada masyarakat, berdasarkan observasi sebelumnya diketahui bahwa 25% dari keuntungan yang diperoleh disedekahkan ke yang membutuhkan, dengan cara memberikan santunan kepada anak yatim, cara yang dilakukan oleh De’

Halal Mart adalah tidak memberikannya melalui lembaga, akan tetapi mendatangi lembaga tersebut dan meminta sejumlah anak yatim untuk langsung menerima santunan yang diberikan, dimana hal tersebut adalah yang menjadi motto dari De' Halal Mart sendiri "Belanja anda sedekah anda". (Toro, 2018).

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat dikatakan bahwa Supermarket De' Halal Mart tidak hanya bisnis retail yang semata-mata mencari profit namun tetap peduli dengan lingkungan sekitar salah satunya dengan memberikan beberapa persen dari keuntungannya untuk di sedekahkan serta dalam bentuk bantuan sosial lainnya. Hal tersebut telah sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Kertajaya dan sula (2006) dimana dalam bisnis syariah haruslah memperhatikan dan membantu lingkungan sekitar yang membutuhkan bantuan tanpa memandang statusnya. Jika sebuah perusahaan menerapkan prinsip Ketauhidan ini maka akan berdampak bagus terhadap kemajuan bisnis, karena dengan diterapkannya prinsip ini maka segala aktivitas yang dilakukan InsyaAllah akan berkah dan diridhai Allah (Toro, 2018).

2. Penerapan Keseimbangan

De' Halal Mart telah menerapkan etika keseimbangan pada perusahaan, dimana maksud dari keseimbangan adalah tidak mementingkan diri sendiri tetapi juga mementingkan kepuasan orang lain. Dengan terciptanya keseimbangan antara penjual dan pembeli maka terjadilah sosialisasi yang baik. Yang mana tidak merugikan kedua belah pihak. Hal tersebut dapat dilihat dari kualitas produksi dan distribusi yang dilakukan oleh perusahaan. Baiknya kualitas produksi dan distribusi bertujuan untuk melayani kebutuhan konsumen serta memberikan produk yang terbaik bagi konsumen. Singkatnya konsep keadilan ini adalah ketika perusahaan memberikan produk yang terbaik bagi konsumen maka konsumen juga akan memberikan loyalitas yang terbaik bagi perusahaan, sehingga dari kedua nya baik perusahaan maupun konsumen terjalin sosialisasi yang baik diantara keduanya.

Selain itu sistem pemberian gaji karyawan disini adalah perbulan jadi setiap tanggal 25 gaji harus sudah kami berikan kepada karyawan, dan pemberian gajinya sejauh ini tidak pernah molor, atau selalu *on time*, karyawan-karyawan disini juga tidak ada yang insyaAllah semogalah kedepannya juga tidak ada yang terdzalimi, yang gajinya kurang yang ketinggalan, telat, Alhamdulillah sejauh ini kami memberikan gaji itu selalu *on Time*. Dan sejauh ini tidak ada karyawan yang komplain atas gaji yang mereka terima. Selain itu layaknya seperti supermarket biasa yakni pernah terjadi komplain konsumen yang disebabkan oleh ketidaksesuaian harga di rak dengan harga di kasir, dimana harga yang tertera di rak lebih murah dibanding harga yang ada di sistem kami. Perusahaan akan mengacu pada harga yang ada di rak, meskipun lebih murah. Terus bagaimana dengan kerugian? Nah itu akan di tanggung oleh perusahaan, karena hal tersebut merupakan kesalahan dari perusahaan dan itu merupakan salah satu tanggung jawab kami kepada konsumen. Karena disini kami sangat memprioritaskan kenyamanan konsumen. (Toro, 2018).

Hal ini di perkuat dengan hasil wawancara dengan karyawan bahwa memang benar pemberian gaji setiap tanggal 25 mereka sudah menerima gaji. Setiap tanggal 25 semua karyawan sudah menerima gaji. Dan Alhamdulillah sampai saat ini kami belum pernah ada yang komplain terhadap gaji yang diberikan kepada kami (Anisa, 2018).

Selain itu “memang benar pernah terjadi komplain disini, akibat ketidaksesuaian harga barang yang ada di rak dan yang ada di sistem kami, kenapa komplain karena, harga yang di rak lebih murah di banding harga yang ada di sistem. Contohnya harga di rak Rp. 12.000 sedangkan harga di sistem 15.500, ya otomatis konsumen komplain “ (Nurul, 2018).

Selain itu diperkuat lagi dengan pernyataan dari konsumen 4 “bahwa saya pernah komplain disini akibat harga yang tidak sesuai dengan harga yang ada di sistem (Zakiah, 2018).

Dengan di terapkannya prinsip keseimbangan pada bisnis maka akan berpengaruh terhadap kemajuan bisnis. Karena dengan perusahaan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen maupun karyawan maka semua pihak sama-sama merasa diuntungkan, dan akhirnya akan nyaman berbelanja di De' Halal Mart, apalagi sekarang canggihnya zaman bisa melakukan promosi di social media yang mana seiring berkembangnya zaman tersebut maka pelanggan yang sudah nyaman berbelanja di sebuah perusahaan itu akan memposting ataupun menceritakan bagaimana pengalaman dia berbelanja di perusahaan tersebut, setelah itu banyak yang membaca dan tertarik untuk mencoba berbelanja di tempat tersebut, dan akhirnya pelanggan semakin hari akan bertambah, dan itu menjadi salah satu yang dapat menjadikan usaha atau bisnis itu menjadi maju dan berkembang. Selain konsumen yang dilayani dengan baik, karyawannya juga dilayani dengan baik, jika demikian maka karyawan yang bekerja perusahaan itu juga akan betah dan selalu semangat menjalani aktivitas jual beli (Toro, 2018).

3. Penerapan Kehendak Bebas

Hasil penelitian yang dilakukan di lapangan menunjukkan bahwa supermarket De' Halal Mart telah menerapkan etika kehendak bebas pada sistem perusahaan. Hal tersebut dapat dilihat dari De' Halal Mart memiliki standar produk tersendiri dibanding dengan perusahaan lain. Serta dilihat dari pemilihan kualitas barang yang akan diperjualkan pada perusahaan. Produk yang akan dipasarkan adalah produk yang sudah jelas kehalalannya, sehingga konsumen tidak perlu khawatir mengenai kualitas dan tingkat kehalalan produk-produk yang dijual di De' Halal Mart (Toro, 2018). Menurut hasil wawancara dengan manajer De' Halal Mart, De' Halal Mart memiliki peraturan tersendiri untuk UMKM yang ingin menitipkan barang dagangnya pada De' Halal Mart. Salah satunya adalah label halal yang harus ada pada setiap kemasan.

Hal tersebut didukung dengan hasil observasi penulis yang terjun langsung dan melihat semua barang yang disediakan dalam De' Halal Mart itu sudah

berlabelkan halal. Karena memang Allah memerintahkan dalam surah Al Baqarah ayat 172 yang artinya :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

“Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezeki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah”.

Allah telah mengizinkan bagi manusia untuk memakan semua makanan yang halal, dihalalkan bagi manusia semua untuk memakan makanan yang enak dan baik dan bukan yang kotor dan keji.yang di ciptakan di bumi, jadi sepatutnya kita sebagai manusia bersyukur atas karunia yang Allah berikan. Allah mengharamkan segala sesuatu itu karena mempunyai mudharat bagi manusia, contohnya : Diharamkannya bangkai itu sangat beralasan sekali karena binatang yang mati oleh sebab faktor ketuaan, atau mati karena terjangkit penyakit itu pada dasarnya mati karena zat beracun. Kalau kemudian binatang yang mati dengan cara seperti itu dikonsumsi oleh manusia, sangat mungkin ia akan mengalami keracunan. Lebih-lebih binatang yang mati dengan cara demikian (juga yang mati tercekik), darahnya akan mengendap di dalam tubuhnya, padahal seperti diketahui, darah itu menyimpan zat beracun yang bersembunyi dalam pembuluh darah dan urine. Demikian pula halnya dengan babi, dagingnya mengandung berbagai bibit penyakit yang jelas akan membahayakan orang yang memakannya. Jadi ketika ada sesuatu yang kecil, dan sucuil apapun yang masuk ke dalam tubuh kita sesuatu yang tidak halal atau haram dia akan menghalangi kita ke surga. Hati-hati disini Setetes seteguk, secuil, seisek rokok dan sebagainya itu ya tidak baik. Karena lebih banyak mudharat daripada manfaat terhadap tubuh kita. (Toro, 2018).

Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara dengan karyawan “ di De’ Halal Mart ini faktor halalnya sebuah barang yang diperjual belikan sangat menjadi faktor pertimbangan bagi kami, karena harus menyesuaikan dengan nama

perusahaan sendiri, tidak mungkin dong nama udah syari'ah lah istilahnya kok malah barang yang dijual tidak sesuai syariah” (Anisa, 2018).

Selain itu diperkuat juga dengan hasil wawancara dengan konsumen “saya pernah koplain disini, sebabnya karena harga yang di rak lebih murah di banding dengan harga yang ada di kompter, siapa saja orangnya pasti koplain dong mba jika terjadi hal yang demikian” (Adelia, 2018).

Jadi jika kehendak bebas ini diterapkan pada sebuah perusahaan maka akan besar kemungkinan untuk menjadi bisnis atau usaha yang akan maju, karena dengan adanya perusahaan yang mempunyai nama yang unik yakni De' Halal Mart, akan membuat penasaran para pelanggan bagaimana sistem operasional dan produk-produk yang dijual di De' Halal Mart tersebut, dan dari nama yang unik (syariah) tersebut akan dapat memperkuat kepercayaan pelanggan terhadap De' Halal Mart. Karena dapat dilihat dari mayoritas masyarakat yang ada di Indonesia adalah muslim. Buka hanya nama saja yang syariah melainkan juga pelayanan yang bagus dan produk-produk yang ada di dalamnya juga terjamin kehalalannya.

4. Penerapan Tanggung Jawab

Prinsip tanggung jawab berkaitan erat dengan prinsip tauhid, keseimbangan dan kehendak bebas. Semua kewajiban perlu dihargai kecuali jika secara moral salah. Seseorang tidak dapat menyalahkan seseorang atas tindakanya sendiri tetapi ia harus memikul tanggungjawab tertinggi atas tindakanya sendiri (Muhammad, 2004). Penerapan etika tanggung jawab juga dilakukan perusahaan dengan cara membuat sertifikasi perusahaan agar berbadan hukum. Perusahaan yang telah tersertifikasi atau telah berbadan hukum menunjukkan bahwa perusahaan tersebut benar-benar serius mendirikan perusahaan sebagai upaya tanggung jawab kepada konsumen. Karena dalam menjalankan bisnis yang paling diutamakan adalah kenyamanan konsumen yakni dengan melayani mereka dengan baik dan penuh tanggungjawab.

De' Halal Mart ini menggunakan legal PT. Gamitra Sucipta, baik *EO*, izin jual, aktanya yaitu menggunakan perusahaan pusat yaitu Gamitra Sucipta. Selain berbadan hukum, De' Halal Mart ini juga sangat bertanggungjawab jika ada konsumen yang komplain, karena konsumen komplain itu merupakan kesalahan dari pihak perusahaan itu sendiri, dan jika komplain pelanggan tersebut malah merugikan perusahaan maka mereka akan menanggung itu, disitulah letak tanggungjawab, keseriusan dan etika yang diterapkan pada De' Halal Mart itu. Contohnya jika ada konsumen yang komplain karena ketidaksesuaian harga di rak dengan harga di sistem maka perusahaan akan mengikuti harga yang ada di rak, meskipun harga di rak lebih mahal. Nah yang pertama dilakukan perusahaan adalah meminta maaf kepada konsumen, menyesuaikan harga yang ada di rak meskipun harga lebih murah dibanding harga di sistem (Toro, 2018).

Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara dengan karyawan“ jika ada konsumen yang komplain hal yang pertama kami lakukan adalah meminta maaf kepada konsumen tersebut, selanjutnya kami akan menyesuaikan harga yang ada di rak meskipun harganya lebih murah“ (Adit, 2018).

Jika prinsip tanggungjawab ini diterapkan pada sebuah bisnis maka akan memperbaiki, meningkatkan reputasi perusahaan itu sendiri. Jika pelayanan kepada konsumen sudah baik maka konsumen akan nyaman dan akan selalu berbelanja di perusahaan tersebut, selain itu di akan mengajak dan menceritakan pengalaman dia berbelanja di perusahaan tersebut, contohnya kalau berbelanja di De' Halal Mart itu enak loh, disana selalu di putarkan murattal, jika konsumen masuk ke dalam maka akan diberi ucapan salam, pokoknya belanja diritu itu bikin hati nyaman. Dengan cerita tersebut akan banyak orang yang penasaran, apakah benar demikian apa fiktif belaka. Jika demikian maka akan semakin banyak pelanggan perusahaan tersebut dan itu perusahaan tersebut akan besar kemungkinan berkembang dan juga maju. (Toro, 2018).

5. Penerapan Etika Kebenaran

Pada Supermarket De' Halal Mart diterapkan dengan tidak berbohong, tidak menutup-nutupi cacat dari produk, tidak memanipulasi produk yang dijual, tidak melakukan kecurangan dalam berbisnis, memberikan semua informasi mengenai detail barang yang dijual. Sebagai contoh, dari hasil wawancara dengan manajer De' Halal Mart bahwa, sebelum melakukan transaksi mereka terlebih dahulu memberikan penjelasan syarat dan ketentuan dalam transaksi *delivery order* kepada pelanggan di awal mula akan dilakukannya transaksi. Karena kejujuran itu sendiri merupakan prinsip esensial dalam berbisnis. (Toro, 2018).

Selain itu dalam De' Halal Mart sikap sopan santun para karyawan sudah diterapkan dengan baik, contohnya dari hasil wawancara dan observasi setiap pelanggan yang masuk ke De' Halal Mart ini akan disambut dengan senyuman dan salam oleh karyawan. Selain itu perusahaan juga mengajarkan kepada karyawan bagaimana prosedur melayani konsumen, jadi setiap konsumen yang masuk diberi ucapan salam *“Assalaamu’alaikum pak, bu, dek, mas atau siapa”*, jadi kita membuat konsumen nyaman disitu juga ada unsur doa dari salam kemudian setelah transaksi di kasir kita juga mengucapkan *“terimakasih semoga berkah”* disitu ada unsur syukur kita karena konsumen sudah datang belanja dan ada unsur doanya”(Observasi).

Jika prinsip kebenaran ini diterapkan pada sebuah perusahaan maka konsumen akan nyaman berbelanja di perusahaan kita. Selain itu dia akan menceritakan atau memberitahu kepada orang lain baik melalui social media (Facebook, Instagram, Line, Whatsapp, twiter dan lain sebagainya) maupun secara langsung bahwa di perusahaan A itu bagus loh pelayanannya, karyawannya ramah-ramah, sopan, dan dan baik. Maka orang yang membaca atau mendengarkan cerita pelanggan suatu perusahaan tersebut akan penasaran dengan apa yang di ceritakan. Kemudian akan mencoba berbelanja ditempat itu. Dengan demikian pelanggan suatu perusahaan itu semakin hari akan semakin meningkat dan hal tersebut akan dapat berdampak pada kemajuan

bisnis itu sendiri, karena perusahaan tanpa konsumen akan tidak ada artinya (Toro, 2018).

Tabel 3.1 Hasil Penelitian Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis

Variabel	Praktik pada Perusahaan	Hasil Penelitian
<i>Unity</i> (Kesatuan)	Prinsip ini sudah diterapkan oleh Supermarket De' Halal Mart ini dilihat dari diberikannya waktu khusus untuk shalat baik bagi karyawan maupun konsumen. Dan bahkan kegiatan jual beli di hentikan ketika 10 menit sebelum adzan. Selain itu perusahaan juga mempunyai kegiatan rutinitas keagamaan seperti pengajian zakat, infaq dan shadaqah.	Prinsip ini benar-benar di terapkan oleh supermarket De' Halal Mart. Ini dibuktikan dari hasil wawancara dengan berbagai subjek.
<i>Equibilirium</i> (Keseimbangan)	Prinsip ini sudah diterapkan oleh De' Halal Mart, dilihat dari sistem pemberian gaji kepada karyawan dan perlakuan perusahaan kepada konsumen, yakni sistem pemeberian gaji yang selalu tepat waktu sehinga dengan sistem tersebut para karyawan tidak pernah komplain atas gaji yang mereka terima.	Prinsip ini benar-benar sudah diterapkan oleh supermarket De' Halal Mart. Ini dibuktikan dari hasil wawancara dengan berbagai subjek.

<i>Free Will</i> (Kehendak Bebas)	Prinsip ini sudah diterapkan pada supermarket De' Halal Mart, hal ini dapat dilihat dari faktor halal dalam produk sangat menjadi pertimbangan bagi perusahaan. Jadi produk yang diperjual belikan di De' Halal Mart itu sudah jelas kehalalannya.	Prinsip ini benar-benar sudah diterapkan oleh supermarket De' Halal Mart. Ini dibuktikan dari hasil wawancara dengan berbagai subjek.
<i>Responsibility</i> (Tanggungjawab)	Prinsip ini sudah diterapkan pada Supermarket De' Halal Mart dilihat dari tanggungjawab perusahaan kepada konsumen yang komplain. Jika terjadi komplain maka perusahaan akan bertanggungjawab meskipun hal tersebut merugikan perusahaan, karena itu merupakan salah satu etika mereka dalam menjalankan bisnis tersebut.	Prinsip ini benar-benar sudah diterapkan oleh supermarket De' Halal Mart. Ini dibuktikan dari hasil wawancara dengan berbagai subjek.
<i>Benevolence</i> (Kebenaran)	Prinsip ini sudah diterapkan oleh supermarket De' Halal Mart hal ini dapat dilihat dari karyawan yang memberikan informasi kepada konsumen sebelum transaksi. Contohnya karyawan akan memberikan informasi tentang kadaluarsanya sebuah barang yang dijual.	Prinsip ini benar-benar sudah diterapkan oleh supermarket De' Halal Mart. Ini dibuktikan dari hasil wawancara dengan berbagai subjek.

Sumber : Observasi dan Wawancara

6. Modal

Dalama mendirikan De' Halal Mart ini membutuhkan modal yang cukup besar yakni sekitar 25 M besar ini modalnya dulu karena kan beda dengan kompetitor mereka sewa kalau kami beli yakni berdiri diatas lahan seluas $\pm 1200 \text{ m}^2$ dengan dua lantai, lantai bawah berupa toko atau store, gudang barang, dan food corner di bagian depan, sementara di lantai atas ada kantor dan sengaja dibangun untuk tempat kajian keIslaman bagi siapa saja yang ingin menggunakan dengan daya tampung hingga 300 orang. Kemudian di lantai atas juga ada kantor pemasaran Damai Living yang juga merupakan bisnis milik owner De' Halal Mart. Bagian depan dan samping toko De' Halal Mart ialah lahan parkir yang cukup luas untuk parkir mobil dan motor konsumen maupun peserta kajian. Desain bangunan dari De' Halal Mart sendiri sangat unik karena memadukan warna Putih dan Hijau yaitu warna kesukaan Rasulullah, selanjutnya warna merah yang melambangkan keberanian, keteguhan. Pada bagian dalam store terdapat tulisan Asma'ul Husna yang ditempel di bagian dinding atas, dan tulisan motivasi yang ditempel di dekat tangga (Toro, 2018).

Adapun sumber modalnya berasal dari ownernya yakni pak Hermawan. Ghiroh semangat nya itu dari mengapa ya supermarket minimarket di kuasai oleh kapitalis apalagi non muslim dan sebagainya, nah ini dipergeraklah kita orang muslim, orang Indonesia orang Jogja juga disini kita buka supermarket De' Halal Mart ini untuk membuktikan bahwa muslim juga bisa apalagi kalau udah bersatu. Dengan modal yang besar maka kemungkinan besar akan berpengaruh terhadap pendapatan yang besar pula. Dengan demikian akan menjadikan perusahaan tersebut akan berkembang dan maju.

7. Pendapatan

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis, bahwa untuk pendapatan perbulannya tidak bias disebutkan berapa jumlah yang diperoleh, akan tetapi yang jelas pendapatan De' Halal Mart Alhamdulillah selalu meningkat.

Alhamdulillah sesuai dengan apa yang diharapkan. Setiap bulannya 25 % dari penghasilan yang diperoleh selalu diberikan untuk kegiatan sosial, seperti memberikan santunan kepada anak yatim. Penyaluran santunan tidak disalurkan melalui lembaga, melainkan mereka memberikan secara langsung kepada sasaran. Dengan cara mereka mendatangi lembaga tersebut kemudian meminta izin untuk membawa anak yatim dengan jumlah tertentu untuk diberikan santunan secara langsung (Toro, 2018).

Jika pendapatan suatu perusahaan selalu meningkat maka akan besar kemungkinan perusahaan tersebut akan meningkat. Karena dengan pendapatan yang selalu meningkat perusahaan tersebut akan secepatnya bisa membuka cabang di daerah lain.

8. Volume Penjualan

Penjualan merupakan puncak kegiatan dalam seluruh perusahaan dalam bisnis/usaha untuk mencapai target yang diinginkan. Pada Supermarket De' Halal Mart volume penjualan selalu meningkat ini dibuktikan dari hasil wawancara dengan manajer De' Halal Mart itu sendiri, ia mengatakan "Alhamdulillah kalau ditanya apakah meningkat apakah malah melorot Alhamdulillah penjualan kami selalu meningkat, Alhamdulillah jadi dari awal buka, kemudian kami strategi marketing, promosinya seperti apa, Alhamdulillah sampai sekarang selalu naik. Strategi nya apa? Sebenarnya strategi yang baik adalah person to person komunitas itu aja mba, jadi siapa sih marketing nya De' Hala Mart itu? Secara tidak langsung marketing De' Halal Mart itu adalah *costumer* itu sendiri, ketika *costumer* masuk ke sini dia nyaman belanja disini, dia terheran-heran konsepnya kok syriah, konsep nya kok murottalan, untuk shalat dia akan pasti ngupload di social medianya bahwa belanja di De' Halal Mart mengajak untuk shalat, belanja di de halal mart transparansi harganya sesuai, belanja di de halal mart dapat salam ramah, sopan dsb itu merupakan sebuah materi marketing si *costumer*. Strategi nya yaitu menguatkan apa yang udah menjadi konsep (Toro, 2018).

Jika Volume penjualan disuatu perusahaan selalu meningkat maka perusahaan tersebut besar kemungkinan akan berkembang dan maju. Hal ini

dibuktikan juga dengan rencana untuk membuka cabang diseluruh Indonesia, supaya yang berkembang di Indonesia ini bukan hanya bisnis retail yang konvensional saja namun bisnis retail yang syariah juga bisa berkembang.

9. Tenaga kerja

Dalam menjalankan sebuah usaha tenaga kerja sangat berperan penting dalam kemajuan bisnis, karena tenaga kerja dan pelayanan yang bagus akan mempengaruhi banyaknya pelanggan yang akan berbelanja disuatu perusahaan tersebut. Pada De' Halal Mart jumlah karyawan ada 18 orang dan Alhamdulillah pelayanan yang dilakukan para karyawan sangat baik. Mereka sudah melaksanakan tugas mereka masing-masing dengan baik. Contohnya dengan mengucapkan salam dan memberikan kepada setiap orang yang masuk ke dalam, dan kemudian setelah transaksi di kasir kita juga mengucapkan "terimakasih semoga berkah" (Observasi).

Dari hasil wawancara dengan karyawan, "karyawan yang mau melamar di De Halal Mart ini ada tiga hal yang harus dipenuhi yakni yang pertama harus beragama Islam, yang kedua harus shalat 5 waktu, dan yang terakhir harus bisa membaca Al Qur'an. Ketika dari 3 hal ini udah di kantong oleh seorang Sumber Daya Manusia itu insyaallah bekerjanya akan amanah, ketika dia amanah bertanggungjawab, dapat dipercaya kemudian dia menyelesaikan tugas-tugas nya dengan baik itu pasti dia akan mengerjakan pekerjaan dengan benar-benar amanah artinya org itu dilihat dari agamanya ketika agamanya baik insyaallah etikanya juga baik, sebaliknya apabila agamanya belepotan maka etikanya juga akan belepotan. Jadi Karyawan yang ada disini harus beragama Islam (Joko, 2018).

Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara dengan karyawan "sebelum masuk atau melamar kerja disini harus bisa membaca Al Qu'an, jadi sebelum masuk kerja disini satu per satu kami di tes baca AL Qur'an, selain itu harus mengerjakan shalat 5 waktu dan tentunya beragama Islam (Anisa, 2018).

Selain itu diperkuat juga dari hasil wawancara dengan subjek ke tiga "pelayanan karyawan di sini itu menurut saya mba sangat baik, mereka

melayani kita dengan sangat baik. Rumah saya jauh mba dari sini, tapi kalau belanja bulanan insyaAllah saya selalu kesini mba, karena kehalalan produk sudah terjamin halalnya selain itu pelayanan yang sangat baik membuat saya nyaman berbelanja disini (Adelia, 2018).

Jadi jika tenaga kerja yang ada disuatu perusahaan sudah baik dari segi apapun termasuk pelayanannya maka hal tersebut akan mendorong untuk kemajuan bisnis yang dijalankan. Karena pelayanan yang baik akan mempengaruhi minat konsumen untuk bertahan sebagai pelanggan dalam sebuah perusahaan. Hal ini sudah diterapkan oleh De' Halal Mart.

Tabel 3.2 Hasil Penelitian Dampak Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis

Variabel	Hasil Penelitian
Modal	Modal yang dikeluarkan oleh owner supermarket De' Halal Mart cukup besar yakni sekitar 25 M. Supermarket De' Halal Mart ini beda dengan supermarket yang lain. Supermarket De' Halal Mart ini membeli tanah untuk mendirikan gedung De' Halal Mart ini sehingga membutuhkan modal yang lumayan besar sedangkan mayoritas supermarket yang lain tanahnya itu menyewa.
Pendapatan	Pendapatan yang diperoleh oleh supermarket De' Halal Mart ini setiap bulannya selalu meningkat. Meskipun dalam penelitian ini tidak disebutkan berapa nominalnya.
Volume Penjualan	Dari hasil penelitian bahwa volume penjualan pada supermarket De' Halal Mart itu selalu meningkat.
Tenaga Kerja	Praktik tenaga kerja yang baik sudah diterapkan pada supermarket De' Halal Mart, hal ini dapat dilihat dari cara karyawan dalam pelayanan konsumen. Setiap konsumen yang masuk ke gedung De' Halal Mart akan disambut dengan ramah tamah.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dari bab-bab sebelumnya penulis dapat menyimpulkan beberapa hal mengenai penerapan dan dampak etika bisnis Islam terhadap kemajuan bisnis supermarket De' Halal Mart dengan berdasarkan observasi dan wawancara adalah sebagai berikut :

1. Penerapan etika bisnis Islam pada De' Halal Mart Yogyakarta telah diterapkan dengan baik, karena pada supermarket De' Halal Mart tersebut sangat mengedepankan nilai-nilai syariah Islam di operasionalnya. Hal tersebut ditandai dengan adanya pengajian dan *briefing* sebelum melaksanakan kegiatan jual beli sehari-harinya. Ditinjau dari segi implementasi aksioma etika bisnis Islam yaitu tauhid, keseimbangan, tanggung jawab, kehendak bebas, dan kebajikan (*Ihsan*) serta hasil penelitian yang dilakukan, maka De' Halal Mart telah mengintegrasikan kelima aksioma etika bisnis Islam tersebut terhadap beberapa aspek parameter kemajuan bisnis. Beberapa aspek parameter kemajuan bisnis yang penulis gunakan yaitu modal, pendapatan, volume penjualan dan tenaga kerja.
2. Dampak penerapan aksioma etika bisnis Islam yang telah diterapkan dengan baik pada perusahaan, akan menghasilkan dampak positif yakni semakin banyaknya jumlah pelanggan atau konsumen dan otomatis bisnis yang dijalankan pun akan semakin berkembang, dan dapat beroperasi dengan lancar. Sedangkan dampak negatifnya adalah jika aksioma tersebut tidak dijalankan dengan baik maka operasional perusahaan tidak akan berjalan dengan lancar dan akan mengalami kebangkrutan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan diatas, untuk pengembangan supermarket De' Halal Mart, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Supermarket De' Halal Mart

- a. Supermarket De' Halal Mart agar tetap Istiqomah dalam menjalankan aksioma etika bisnis Islam tersebut, supaya bisnis yang dijalankan dapat berkembang, dan dapat beroperasi dengan lancar dengan jangka waktu yang lama.
- b. Memenuhi kelengkapan produk untuk menarik minat konsumen dengan tetap mengutamakan kehalalan suatu produk untuk dijual.
- c. Lebih meningkatkan promosi ke beberapa wilayah di Sleman untuk terus menarik masyarakat berbelanja di De' Halal Mart.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Penelitian ini hanya meneliti beberapa aspek variabel yang telah ditentukan oleh penulis dan diharapkan untuk peneliti selanjutnya agar bisa menambah terkait aspek variabel yang sekiranya memiliki pengaruh yang lebih signifikan dari penelitian sebelumnya.
- b. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat sebagai landasan bagi peneliti selanjutnya. Karena banyak sekali inspirasi yang didapatkan pada saat penelitian pada De' Halal Mart. Semoga pada saat peneliti selanjutnya melakukan penelitian pada perusahaan yang sama, sistem manajemen perusahaan sudah lebih baik dan profesional supaya peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian lebih dalam dan lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Achyar Eldine. (2007). *Etika Bisnis Islam*.
- Al-Qur'anulkarim. Syamil Qur'an. (Terjemahan)
- Amstrong, P. K. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Arifin, J. (2008). *Dialetika Etika Islam Dan Etika Barat Dalam Dunia Bisnis*.
- Aris Baidowi. (2011). *Etika Bisnis Perspektif Islam. Bisnis*.
- Boedi Abdullah dan Beni Ahmad Saebani, 2014, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah*. (Bandung: Pustaka Setia).
- Dani Hidayat. (2015). *Pencapaian Masalah Melalui Etika Bisnis Islam. Bisnis Islam*.
- Efilia Meiza. (2014). *Pengaruh Pendapatan Usaha Dan Beban Operasional Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Kimia Dan Keramik,Porselin & Kaca Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2012*. e-Journal. Fakultas Ekonomi. Universitas Maritim Raja Ali Haji. Tanjungpinang.
- Euis Soliha. (2008). *Analisis Industri Ritel Di Indonesia*. Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE), September 2008, Hal. 128 - 142 Vol. 15, No.2. ISSN: 1412-3126
- Faisal Badroen.(2005). *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: uin Jakarta Press).
- Faisal Badroen dkk. (2006). *Etika Bisns Dalam Islam*. Kencana, Jakarta.
- Fitri Amalia. (2012). *Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang di Bazar Madibah Depok*.
- Fitri Amalia. (2013). *Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil*.

- Fure Hendra. (2013). *Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca* .Vol. 1, No. 3
- Hanni Khairani. (2015). *Etika Bisnis Islam Tentang Manajemen Laba*. (skripsi) Universitas Islam Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Istiatin, Sudarwati.(2015). *Analisis Strategi Pemasaran Bisnis Retail Di Lottemart Surakarta*. Jurnal Paradigma Vol. 12, No. 02, Agustus 2014 – Januari 2015.
- Johan Arifin. (2013). *Etika Bisnis Islami*, (Semarang : Walisongo Press,).
- Joko Tri Utomo. (2011). *Persaingan Bisnis Ritel: Tradisional Vs Modern*. Vol. 6 No. 1 Juni 2011 : 122 - 133.
- Kasmiruddin, (2013). *Analisis Kekuatan Persaingan Bisnis Ritel Modern Di Pekanbaru (Sebagai Suatu Formulasi Strategi Bersaing*. Jurnal Aplikasi Bisnis, Vol. 4 No. 1, Oktober 2013
- Kees Bertens, (2004). *Pengantar Etika Bisnis*. (Percetakan Kanisius Yogyakarta).
- Khoiruddin. (2012). *Implementasi Etika Bisnis Perspektif Islam*.
- Khusniati Rofiah. (2014). *Urgensi Etika Di Dalam Siatem Bisnis Islam*.
- Kuntowijoyo. *Paradigma Islam, Interpretasi Untuk aksi* (Bandung Mizan 1998).
- Lestari Fitria. (2013). *Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Sentra Industri Rajutan Binong Jati Bandung*.
- Lexy J. Moleong, (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya)

- Muslich, (1998). *Etika Bisnis Pendekatan substantive dan fungsional*, (Yogyakarta : Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta)
- Muhammad Djakfar, (2017). *Agama Etika dan ekonomi : wacana Menuju pengembangan ekonomi Rabbaniyah*, (Malang: UIN Malang Press).
- Muhammad Ersya Faraby. (2014). *Etos Kerja Pedagang Etnis Madura. Etos Kerja*.
- Mulyono Patrisia.(2013) *Strategi Pengembangan Private Label Dalam Bisnis Ritel*.
- Nurchahyo Fandry. (2016). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Restoran Mcdonald's Delta Plaza Surabaya*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 5, Nomor 4, April 2016.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang PRESSindo.
- Purwanti Endang, (2012). *Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM Di Desa Dayaan Dan Kalilondo Salatiga*. Among Makarti, Vol.5 No.9, Juli 2012.
- Pristyo Melvin. (2013). *Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Volume Penjualan Pada Ud. Eka Jaya Di Surabaya*. e-Jurnal Kewirausahaan Volume 1 Nomor 1 Oktober 2013
- Utomo. (2010). *Lingkungan Bisnis Dan Persaingan Bisnis Ritel*. Vol.5 No.1.
- Rafik Issa Beekum, *Islamic Business Athics* (terjemahan) (Pent. Muhammad, Pustaka Pelajar,Jakarta, 2004)
- Rahmah, R. A. (2016). *Etika Dan Manajemen Bisnis Islam (Studi Kasus Di Waroeng Steak And Shake Cabang SM Raja Medan). Etika Bisnis*.
- Rodhiyah, (2011). *Etika Dan Keadilan Konsumen*. Jurnal vol.39, No 2.

- Ryan Ahmad Zaelany.(2013). *Hubungan Aktivitas Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Distro Arena Experience Bandung*. Skripsi Fakultas Bisnis dan Manajmen Universitas Widyatama.
- Saifullah, M. (2011). *Etika Bisnis Islami Dalam Praktek Bisnis Rasulullah*.
- Sianipar, A. (2010, Oktober 2). *Mengukur Pertumbuhan Bisnis*. Dipetik Oktober 27, 2017, dari andry sianipar.com: <http://andrysianipar.com/2010/10/mengukur-pertumbuhan-bisnis/>
- Sri Nawatmi. (2010). *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*.
- Sugiyono. 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit CV. Alfabeta.
- Sumadi Suryabrata. (1987). *Metode Penelitian*. Jakarta: Rajawali
- Suwarno, H. &. (2000). *Studi Kelayakan Proyek*. Yogyakarta: UPP. AMP YKPN.
- Utami Whidya. (2006). *Relationship Effort Dan Kualitas Layanan Sebagai Strategi Penguat Relationship Outcomes*. Vol 1, No 1.
- UU No. 13 tahun 2003 Bab I pasal 1 ayat 2
- Wahyu Mijil Sampurno. (2016). *Dampak Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis Home Industry di Era Globalisasi pada Perusahaan Bandeng Montok Ummuqoni Pemalang Jawa Tengah*.

LAMPIRAN

Pertanyaan

Wawancara De' Halal Mart

Manjer De' Halal Mart

Nama : Diantoro Riyadi
Jabatan : Manajer De' Halal Mart
Asal : Yogyakarta

Pembukaan

1. Sejak kapan De' Halal Mart ini berdiri?
2. Bagaimana sejarah berdirinya De' Halal Mart?
3. Apa visi dan misi dari De' Halal Mart?
4. Apa alasan memilih lokasi usaha disini?
5. Apa saja fasilitas yang ada di De' Halal Mart?

1. Utinity (Kesatuan)

1. Apakah perusahaan memberikan jam khusus untuk melaksanakan shalat?
2. Apakah disini ada kegiatan rutin keagamaan seperti pengajian, zakat, infaq, shadaqah?

2. Equibilirium (Keseimbangan)

1. Bagaimana sistem pemberian upah disini?
2. Apakah karyawan pernah komplain terhadap gaji yang diterima?
3. Apakah konsumen pernah komplain disini? Kalau pernah apa sebabnya?

3. Free Will (Kebebasan Kehendak)

1. Apakah Faktor halal menjadi pertimbangan disini?
2. Apakah produk yang di pasarkan di supermarket De' Halal Mart ini sudah jelas kehalalannya?

4. Responsibility (Tanggungjawab)

1. Apakah perusahaan ini milik perseorangan atau badan hukum?
2. Apa yang dilakukan perusahaan jika konsumen complain?

5. Benevolence (Kebenaran)

1. Apakah karyawan memberikan semua informasi mengenai detail barang yang dijual sebelum bertransaksi?
2. Bagaimana prosedur yang diajarkan oleh perusahaan untuk melayani konsumen?

6. Modal

1. Dalam mendirikan De' Halal Mart ini berapa modal yang dibutuhkan?
2. Darimanakah asal sumber modal tersebut?

7. Pendapatan

1. Berapa Omset yang dihasilkan perbulannya?
2. Apakah omset yang diperoleh setiap bulannya dominan menurun atau meningkat?

8. Volume Penjualan

1. Dari segi tingkat penjualan apakah selalu ada peningkatan? Jika iya, bagaimana strateginya supaya penjualan produk itu meningkat?
2. Apakah ada rencana ingin membuka cabang supermarket De' halal mart ini lagi?

9. Tenaga kerja

1. Berapa jumlah karyawan yang ada di De' Halal Mart ini?
2. Apakah karyawan yang ada disini harus beragama Islam?

- **Wawancara 2 (Karyawan 1)**

Nama : Aditiya

1. Utinity (Kesatuan)

1. Apakah perusahaan memberikan jam khusus untuk melaksanakan shalat?
2. Apakah disini ada kegiatan rutin keagamaan seperti pengajian, zakat, infaq, shadaqah?

2. Equibilirium (Keseimbangan)

1. Bagaimana sistem pemberian upah disini?
2. Apakah anda pernah komplain terhadap gaji yang diterima?
3. Apakah konsumen pernah komplain disini? Kalau pernah apa sebabnya?

3. Free Will (Kebebasan Kehendak)

1. Apakah Faktor halal menjadi pertimbangan disini?
2. Apakah produk yang di pasarkan di supermarket De' Halal Mart ini sudah jelas kehalalannya?

4. Responibility (Tanggungjawab)

1. Apakah perusahaan ini milik perseorangan atau badan hukum?
2. Apa yang dilakukan perusahaan jika konsumen complain?

5. Benevolence (Kebenaran)

1. Apakah karyawan memberikan semua informasi mengenai detail barang yang dijual sebelum bertransaksi?
2. Bagaimana prosedur yang diajarkan oleh perusahaan untuk melayani konsumen?

6. Tenaga kerja

1. Berapa jumlah karyawan yang ada di De' Halal Mart ini?
2. Apakah karyawan yang ada disini harus beragama Islam?

- **Wawancara 2 (Karyawan 2)**

Nama : Joko

1. Utinity (Kesatuan)

1. Apakah perusahaan memberikan jam khusus untuk melaksanakan shalat?
2. Apakah disini ada kegiatan rutin keagamaan seperti pengajian, zakat, infaq, shadaqah?

2. Equibilirium (Keseimbangan)

1. Bagaimana sistem pemberian upah disini?
2. Apakah anda pernah komplain terhadap gaji yang diterima?
3. Apakah konsumen pernah komplain disini? Kalau pernah apa sebabnya?

3. Free Will (Kebebasan Kehendak)

1. Apakah Faktor halal menjadi pertimbangan disini?
2. Apakah produk yang di pasarkan di supermarket De' Halal Mart ini sudah jelas kehalalannya?

4. Responibility (Tanggungjawab)

1. Apakah perusahaan ini milik perseorangan atau badan hukum?
2. Apa yang dilakukan perusahaan jika konsumen komplain?

5. Benevolence (Kebenaran)

1. Apakah anda memberikan semua informasi mengenai detail barang yang dijual sebelum bertransaksi?
2. Bagaimana prosedur yang diajarkan oleh perusahaan untuk melayani konsumen?

6. Tenaga kerja

1. Berapa jumlah karyawan yang ada di De' Halal Mart ini?
2. Apakah karyawan yang ada disini harus beragama Islam?

• Wawancara 2 (Karyawan 3)

Nama : Anisa

1. Utinity (Kesatuan)

1. Apakah perusahaan memberikan jam khusus untuk melaksanakan shalat?
2. Apakah disini ada kegiatan rutin keagamaan seperti pengajian, zakat, infaq, shadaqah?

2. Equibilirium (Keseimbangan)

1. Bagaimana sistem pemberian upah disini?
2. Apakah anda pernah komplain terhadap gaji yang diterima?
3. Apakah konsumen pernah komplain disini? Kalau pernah apa sebabnya?

3. Free Will (Kebebasan Kehendak)

1. Apakah Faktor halal menjadi pertimbangan disini?
2. Apakah produk yang di pasarkan di supermarket De' Halal Mart ini sudah jelas kehalalannya?

4. Responibility (Tanggungjawab)

1. Apakah perusahaan ini milik perseorangan atau badan hukum?

2. Apa yang dilakukan perusahaan jika konsumen complain?

5. Benevolence (Kebenaran)

1. Apakah karyawan memberikan semua informasi mengenai detail barang yang dijual sebelum bertransaksi?
2. Bagaimana prosedur yang diajarkan oleh perusahaan untuk melayani konsumen?

6. Tenaga kerja

1. Berapa jumlah karyawan yang ada di De' Halal Mart ini?
2. Apakah karyawan yang ada disini harus beragama Islam?

- **Wawancara 2 (Karyawan 4)**

Nama : Nurul

1. Utinity (Kesatuan)

1. Apakah perusahaan memberikan jam khusus untuk melaksanakan shalat?
2. Apakah disini ada kegiatan rutin keagamaan seperti pengajian, zakat, infaq, shadaqah?

2. Equilibrium (Keseimbangan)

1. Bagaimana sistem pemberian upah disini?
2. Apakah anda pernah komplain terhadap gaji yang diterima?
3. Apakah konsumen pernah komplain disini? Kalau pernah apa sebabnya?

3. Free Will (Kebebasan Kehendak)

1. Apakah Faktor halal menjadi pertimbangan disini?
2. Apakah produk yang dipasarkan di supermarket De' Halal Mart ini sudah jelas kehalalannya?

4. Responsibility (Tanggungjawab)

1. Apakah perusahaan ini milik perseorangan atau badan hukum?
2. Apa yang dilakukan perusahaan jika konsumen complain?

5. Benevolence (Kebenaran)

1. Apakah karyawan memberikan semua informasi mengenai detail barang yang dijual sebelum bertransaksi?
2. Bagaimana prosedur yang diajarkan oleh perusahaan untuk melayani konsumen?

6. Tenaga kerja

1. Berapa jumlah karyawan yang ada di De' Halal Mart ini?
2. Apakah karyawan yang ada disini harus beragama Islam?

- **Wawancara 3 (Konsumen 1)**
Nama : Fatimah

1. Utinity (Kesatuan)

1. Apakah perusahaan memberikan jam khusus untuk melaksanakan shalat?
2. Apakah anda rutin mengikuti kegiatan keagamaan disini?

2. Equibilirium (Keseimbangan)

1. Apakah anda pernah komplain disini? Kalau pernah apa sebabnya?

3. Responsibility (Tanggungjawab)

1. Apa yang dilakukan perusahaan jika konsumen komplain?

4. Tenaga kerja

- Bagaimana menurut anda pelayanan disini?
- **Wawancara 3 (Konsumen 2)**

Nama : Ratna

1. Utinity (Kesatuan)

1. Apakah perusahaan memberikan jam khusus untuk melaksanakan shalat?
2. Apakah anda rutin mengikuti kegiatan keagamaan disini?

2. Equibilirium (Keseimbangan)

1. Apakah anda pernah komplain disini? Kalau pernah apa sebabnya?

3. Responibility (Tanggungjawab)

1. Apa yang dilakukan perusahaan jika konsumen komplain?

4. Tenaga kerja

- Bagaimana menurut anda pelayanan disini?

- **Wawancara 3 (Konsumen 3)**

Nama : Lilis

1. Utinity (Kesatuan)

1. Apakah perusahaan memberikan jam khusus untuk melaksanakan shalat?
2. Apakah anda rutin mengikuti kegiatan keagamaan disini?

2. Equibilirium (Keseimbangan)

1. Apakah anda pernah komplain disini? Kalau pernah apa sebabnya?

3. Responibility (Tanggungjawab)

1. Apa yang dilakukan perusahaan jika konsumen komplain?

4. Tenaga kerja

1. Bagaimana menurut anda pelayanan disini?

- **Wawancara 3 (Konsumen 4)**

Nama : Zakiah

1. Utinity (Kesatuan)

1. Apakah perusahaan memberikan jam khusus untuk melaksanakan shalat?
2. Apakah anda rutin mengikuti kegiatan keagamaan disini?

2. Equibilirium (Keseimbangan)

1. Apakah anda pernah komplain disini? Kalau pernah apa sebabnya?

3. Responibility (Tanggungjawab)

1. Apa yang dilakukan perusahaan jika konsumen komplain?

4. Tenaga kerja

1. Bagaimana menurut anda pelayanan disini?

- **Wawancara 3 (Konsumen 5)**

Nama : Adelia

1. Utinity (Kesatuan)

1. Apakah perusahaan memberikan jam khusus untuk melaksanakan shalat?
2. Apakah anda rutin mengikuti kegiatan keagamaan disini?

2. Equibilirium (Keseimbangan)

1. Apakah anda pernah komplain disini? Kalau pernah apa sebabnya?

3. Responibility (Tanggungjawab)

1. Apa yang dilakukan perusahaan jika konsumen komplain?

4. Tenaga kerja

1. Bagaimana menurut anda pelayanan disini?

Pertanyaan Dan Jawaban

Wawancara De' Halal Mart

Manajer De' Halal Mart

Nama : Diantoro Riyadi
Jabatan : Manjer De' Halal Mart
Asal : Yogyakarta

Pembukaan

1. Sejak kapan dan Bagaimana sejarah berdirinya De' Halal Mart?

Pada awalnya De' Halal Mart ini mengadakan Soft Opening Pada tanggal 21 Februari 2017, yakni melakukan kajian dengan ustd yazir dari masjid Joko Karian, beliaulah yang membuka soft opening De' Halal Mart ini, Beliau yang memberikan semangat support, ketika De' Halal Mart ini akan berdiri diri waktu itu, Beliaulah ustd atau ulama menyampaikan dan mendukung 100% supermarket semacam ini yang halal 100% bisa berdiri, kemudian kami melakukan grand opening pada tanggal 26 Februari, dan baru ada jual belinya pada tgl 26, itu berdirinya. Sejarahnya mengacu pada visi dan misi. Sejarah nya memang dulu kebetulan owner adalah alumni dari 212 kami juga yang mendukung adanya 212 dalam arti mendukung baik modal maupun struktur nya, artinya kita itu tergerak, ghiroh semangatnya itu dari mengapa ya supermarket minimarket di kuasai oleh kapitalis apalagi non muslim dan sebagainya, nah ini dipergeraklah kita orang muslim, orang Indonesia orang Jogja juga disini kita buka supermarket de halal mart ini untuk membuktikan bahwa muslim juga bisa apalagi kalau udah bersatu.

2. Apa visi dan misi dari De' Halal Mart?

Visi : Ingin menjadi supermarket muslim yang besar dan berkembang pesat tentunya bermitra dengan beberapa supermarket yang berbasic Islam, atau

nanti ya menjadi benar-benar retail Islami yang bisa memiliki beberapa cabang dan berkembang pesat.

Misi :

- 4) Pertama, melayani dengan sistem syar'i, konsep Islam yang bermitra berdasarkan konsep syari dan transparan artinya harga di pricetag sama dengan harga di sistem, kemudian istiqomah dengan takelane kami "belanja anda sedekah anda".
- 5) Harus benar-benar continue atas apa yang dijual untuk menjadi supermarket Islam yang berkembang pesat, produknya harus konsisten, produk harus halal dan thoyyib dengan parameter halalnya ialah adanya label MUI.
- 6) Memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada customer.

3. Apa alasan memilih lokasi usaha disini?

Alasannya karena kami dulu melihat beberapa ini kan jalan protokol dimana jalan ini akan dilalui baik dari pribumi sendiri maupun orang non pribumi karena memang di atas itu adalah tempat pariwisata kanan kiri memang banyak kompetitor atas ada kompetitor namun justru disinilah market itu terbentuk, meskipun mereka memiliki segmen yang berbeda karena memang ya insyaallah udah qodarullah merencanakan De' Halal Mart ini berdiri di tanah ini.

4. Apa saja fasilitas yang ada di De' Halal Mart?

Fasilitas yang disediakan untuk costumer yaitu tempat belanja yang nyaman, ruangan ber ac, toilet, kemudian ruang tunggu, kemudian yang lantai atas ini adalah konsepnya untuk kajian, jadi ketika org yang datang ke de halal mart belum tentu dia mau belanja, bisa jadi dia mau menghadiri kajian yang di selenggarakan setiap Kamis pagi. Kemudian fasilitas yang lainnya adalah pelayanan informasi, kelengkapan berbelanja rak dan

sebagai nya, kemudian ruangan yang insyaallah nyaman, dan juga tempat shalat.

A. Utinity (Kesatuan)

1. Apakah perusahaan memberikan jam khusus untuk melaksanakan shalat?

Jawaban : Dalam De Halal Mart membuka ini sebenarnya murni baik owner, manajemen seluruh karyawan disini tidak hanya berfikir berjualan, tidak hanya berdiri profit atas jualannya namun disinilah kami justru berdakwah, syi'ar, ketika costumer datang kesini 10 menit sebelum adzan, itu udah ada pemberitahuan bahwasanya dilaksanakan shalat dulu. Jadi kami tidak hanya memberikan waktu shalat untuk karyawan saja, kami juga akan memberikan waktu shalat untuk para pelanggan. Contoh shalat Dzuhur nanti ashar Maghrib isya, baru 4 waktu ya karena kami belum buka 24 jam, nah ketika ada costumer datang 10 menit pemberitahuan maksudnya adalah mempercepat segera menyelesaikan. Andai kata belum selesai bagaimana? Di stop dititipkan dulu barangnya, kemudian belanja dan ikut melaksanakan shalat fardhu di belakang, kami shalat di masjid penduduk yakni masjid Miftahul Jannah, Alhamdulillah kami diizinkan masyarakat untuk shalat disitu, dan selama ini kami juga melakukan dakwah disitu. Jadi saat asyik berbelanja saat asik perniagaan, bermuamalah dunia, namun ketika adzn ya sudah yuk segera kita selesaikan apapun urusan dunia, karena bagaimanapun juga kumandang adzan Allahuakbar2 itu adalah menandakan bahwa tidak ada yang lebih besar Selin Allah, karena arti Allahuakbar itu adalah Allah maha besar jadi apapun dunia sepeenting apapun urusan manusia tidak ada yang lebih besar dibandingkan Allah. Oleh karena itu mengapa kok adzan itu awalnya Allahuakbar karena mengingatkan itu, oleh karena itu kami stop dulu, kami sampaikan bapak ibu mohon maaf waktu shalat sudah tiba, Monggo kita berhenti sejenak meninggalkan sejenak untuk kita melaksanakan shalat di belakang. Kami melaksanakan shalat itu di Masjid masyarakat yang berada di dekat

perusahaan, jadi ketika masih dalam jam waktu kerja dan masuk waktu shalat, kami selalu shalat berjama'ah di masjid tersebut.

2. Apakah disini ada kegiatan rutin keagamaan seperti pengajian, zakat, infaq, shadaqah?

Jawaban : Alhamdulillah disini kami mempunyai rutinitas mba, yakni setiap kami insyaAllah selalu ada pengajian di Lantai 2 ini, selain itu hasil dari yang didapatkan dari keuntungan hasil penjualan yaitu 25% dari keuntungannya juga tidak lupa dialokasikan untuk sedekah kepada yang berhak dan juga kegiatan sosial lainnya seperti santunan, dalam hal ini menunjukkan bahwa Supermarket De' Halal Mart ini menanamkan nilai-nilai Islami dalam aspek penjualannya.

B. Equilibrium (Keseimbangan)

1. Bagaimana sistem pemberian upah disini?

Jawaban : Sistem pemberian gaji disini per bulan mba, jadi setiap tanggal 25 gaji sudah harus kami berikan kepada karyawan.

2. Apakah konsumen pernah komplain disini? Kalau pernah apa sebabnya?

Jawaban : Pernah kejadian mba, sebabnya karena harga di rak tidak sesuai dengan harga yang disistem kami. Nah jika terjadi hal tersebut maka kami akan mengacu apa yang ada di rak, kejadian seperti ini pernah terjadi jadi di rak harganya murah ternyata pas waktu di kasir harganya tinggi. Yang pertama kami mohon maaf. Yang kedua mau g mau ya menjadi tanggung jawab kami, ketika costumer komplain yasudah kami sebutkan harga yang ada di *price tag*, trus gimana dengan kerugian? Nah itu udah menjadi etika kami. yah inilah wujud kami bertanggung jawab, kami membuat kenyamanan terhadap si costumer.

3. Apakah karyawan pernah komplain terhadap gaji yang diterima?

vAlhamdulillah mba, dengan pemberian gaji karyawan yang tidak pernah molor, atau selalu *on time*, karyawan-karyawan disini tidak ada yang insyaallah semoga lah kedepannya juga tidak ada yang terdzalimi, yang gajinya kurang yang ketinggalan, telat, Alhamdulillah sejauh ini kami memberikan gaji itu selalu *on Time*. Dan Alhamdulillah sejauh ini juga belum ada karyawan yang komplain terhadap gaji yang mereka terima.

C. Free Will (Kebebasan Kehendak)

1. Apakah Faktor halal menjadi pertimbangan disini?

Jawaban : Pasti itu udah menjadi sebuah misi dan visi dari De' Halal Mart ini menjadi supermarket Islam Syariah berkonsep Islam, yang menyelenggarakan syariat Islam yang besar mba, bahkan tidak hanya di Jogja namun di seluruh Indonesia. Misinya untuk mencapai visi tersebut ada 3 yang pertama produk yang kami jual memang harus halal, ketika orag masuk ke sini entah itu muslim atau non sebenarnya kami tidak pernah membatasi apakah De' Halal Mart *judge* non Muslim? no! Disini bisa non muslim bisa etnis lain, jadi tidak mesti orang Jogja dan sebagainya namun mungkin dengan adanya *brand* ini mereka berfikir enggan untuk menuju satu hiroh yang sama mungkin berfikir. Kembali lagi ke produk kanapa sih harus halal karena memang Allah memerintahkan dalam surah Al Baqarah . Ketika ada satu kecil, sucuil apapun yang masuk ke dalam tubuh kita sesuatu yang tidak halal atau haram dia akan menghalangi kita ke surga. Hati-hati disini Setetes seteguk, secuil, seisep rokok dsb itu ya tidak baik. Jadi artinya yang tidak toyyib yang haram benar-benar kami tidak menjual produk tersebut, jadi orang-orang yang masuk kesini yang tutup mata insyaallah semua barang atau produk yang ada disini insyaallah udah kami filter kehalalannya. Bagaimana kami memfilter nya? Jadi ada MUI nya halal di produknya, ya ikhtiar kita hanya itu, ikhtiar kita adalah mempercayakan kepada ulama-ulama kita merekalah yang mempunyai hak dan ranah untuk ngecek kehalalannya sebuah produk ya kita sebagai penjual ya sudah memberikan

label dari MUI oke itulah insyaallah yang menjadi parameter kami untuk bisa menerima produk-produk yang saat ini kami jual.

2. Apakah produk yang di pasarkan di supermarket De' Halal Mart ini sudah jelas kehalalannya ?

Jawaban : Insyaallah semua barang atau produk yang ada disini insyaallah udah kami filter kehalalannya. Bagaimana kami memfilter nya? Jadi ada MUI nya halal di produknya, ya ikhtiar kita hanya itu, ikhtiar kita adalah mempercayakan kepada ulama-ulama kita merekalah yang mempunyai hak dan ranah untuk ngecek kehalalannya sebuah produk ya kita sebagai penjual ya sudah memberikan label dari MUI oke itulah insyaallah yang menjadi parameter kami untuk bisa menerima produk-produk yang saat ini kami jual.

D. Responsibility (Tanggungjawab)

1. Apakah perusahaan ini milik perseorangan atau badan hukum?

Jawaban : Jadi De' Halal Mart ini adalah milik perseorangan cuman itu berbadan hukum terus legalnya PT. Gamitra Sucipta. Dimana itu berangkat dari event organizer. Mengadakan acara event dsb. Kemudian selang kurang lebih 16 tahun PT. Gamitra Sucipta atau bergerak dibidang *event organizer* ini berjalan sampai sekarang. Dan setelah itu beliau pengen sekali berhijrah tidak hanya berhijrah dalam ibadah namun dalam usahanya apa itu salah satunya adalah de halal mart, de halal mart ini menggunakan legal PT. Gamitra Sucipta, baik EO, izin jual, aktanya yaitu menggunakan perusahaan pusat yaitu Gamitra Sucipta. Jadi dibilang apakah bentuknya PT. Hanya saja disini personal tidak dari pihak yang lain, jadi benar-benar independen punya pak Hermawan gitu.

2. Apa yang dilakukan perusahaan jika konsumen komplain?

Jawaban : Jadi, ketika ada konsumen yang komplain contoh tadi ada harga yang tidak sesuai dengan apa yang ada di rak dengan yang di sistem kami akan mengacu apa yang ada di rak yang mana di rak harganya murah ternyata pas waktu di kasir harganya tinggi. Yang pertama kami mohon maaf. Yang

kedua mau nggk mau ya menjadi tanggung jawab kami, ketika costumer komplain yasudah kami sebutkan harga yang ada di *price tag*, trus gimana dengan kerugian? Nah itu udah menjadi etika kami. yah inilah wujud kami bertanggung jawab atas kesalahan kami, itu merupakan salah satu cara kami membuat kenyamanan terhadap si costumer.

E. Benevolence (Kebenaran)

1. Apakah karyawan memberikan semua informasi mengenai detail barang yang dijual sebelum bertransaksi?

Jawaban : Jadi, sebelum bertransaksi kami terlebih dahulu memberikan penjelasan syarat dan ketentuan dalam transaksi *delivery order* kepada pelanggan di awal mula akan dilakukannya transaksi. Karena kejujuran itu sendiri merupakan prinsip esensial dalam berbisnis.

2. Bagaimana prosedur yang diajarkan oleh perusahaan untuk melayani konsumen?

Jawaban : Alhamdulillah udah mba, setiap pelanggan yang masuk ke De' Halal Mart ini akan disambut dengan senyuman dan salam oleh karyawan kami. Selain itu karyawan disini juga ramah dan peduli dengan konsumen. Setiap konsumen yang masuk kita ucapkan salam "*Asslaamu'alaikum pak, bu, dek, mas atau siapa*", jadi kita membuat konsumen nyaman disitu juga ada unsur doa dari salam kemudian setelah transaksi di kasir kita juga mengucapkan "*terimakasih semoga berkah*" disitu ada unsur syukur kita karena konsumen sudah datang belanja dan ada unsur doanya".

F. Modal

1. Dalama mendirikan De' Halal Mart ini berapa modal yang dibutuhkan?

Jawaban : Gede mb, gedungnya aja ini sekitar 25 M besar ini modalnya dulu karena kan beda dengan kompetitor mereka sewa kalau kami beli yakni berdiri diatas lahan seluas $\pm 1200 \text{ m}^2$ dengan dua lantai, lantai bawah berupa toko atau store, gudang barang, dan food corner di bagian depan, sementara di lantai atas ada kantor dan sengaja dibangun untuk tempat kajian keIslaman bagi siapa saja yang ingin menggunakan dengan daya tampung hingga 300

orang. Kemudian di lantai atas juga ada kantor pemasaran Damai Living yang juga merupakan bisnis milik owner De' Halal Mart. Bagian depan dan samping toko De' Halal Mart ialah lahan parkir yang cukup luas untuk parkir mobil dan motor konsumen maupun peserta kajian. Desain bangunan dari De' Halal Mart sendiri sangat unik karena memadukan warna Putih dan Hijau yaitu warna kesukaan Rasulullah, selanjutnya warna merah yang melambangkan keberanian, keteguhan. Pada bagian dalam store terdapat tulisan Asma'ul Husna yang ditempel di bagian dinding atas, dan tulisan motivasi yang ditempel di dekat tangga.

2. Darimanakah asal sumber modal tersebut?

Jawaban : Sumber modalnya dari owner yakni pak Hermawan. Ghiroh semangat nya itu dari mengapa ya supermarket minimarket di kuasai oleh kapitalis apalagi non muslim dan sebagainya, nah ini dipergeraklah kita orang muslim, orang Indonesia orang Jogja juga disini kita buka supermarket de halal mart ini untuk membuktikan bahwa muslim juga bisa apalagi kalau udah bersatu.

G. Pendapatan

1. Berapa Omset yang dihasilkan perbulannya?

Jawaban : Untuk omset saya tidak bisa menyebutkan berapa jumlahnya ya mba, tapi Alhamdulillah omset yang kami hasilkan per bulannya selalu meningkat.

2. Apakah omset yang diperoleh setiap bulannya dominan menurun apa meningkat?

Jawaban : Ya tadi, Alhamdulillah omset yang kami hasilkan per bulannya selalu meningkat. Sesuaiilah dengan apa yang diharapkan.

H. Volume Penjualan

1. Dari segi tingkat penjualan apakah selalu ada peningkatan? Jika iya, bagaimana strateginya supaya penjualan produk itu meningkat?

Jawaban : Alhamdulillah kalau ditanya apakah meningkat apakah malah melorot Alhamdulillah penjualan kami selalu meningkat, Alhamdulillah jadi

dari awal buka, kemudian kami strategi marketing, promosinya seperti apa, Alhamdulillah sampai sekarang selalu naik. Strategi nya apa? Sebenarnya strategi yang baik adalah *person to person* komunitas itu aja mba, jadi siapa sih marketing nya dr halal' mart itu? Secara tidak langsung marketing De' Halal Mart itu adalah *costumer*, ketika *costumer* masuk ke sini dia nyaman belanja disini, dia Ter heran-heran konsepnya kok syariah , konsep nya kok murottalan, untuk shalat dia akan pasti ngupload belanja di de halal mart mengajak untuk shalat, belanja di de halal mart transparansi harganya sesuai, belanja di de halal mart dapat salam ramah, sopan dsb itu merupakan sebuah materi marketing si *costumer*. Strategi nya yaitu menguatkan apa yang udah menjadi konsep.

2. Apakah ada rencana ingin membuka cabang supermarket De' halal mart ini lagi?

Jawaban : InsyaAllah kita akan membuka cabang di seluruh Indonesia, supaya yang berkembang di Indonesia ini bukan hanya bisnis retail yang konvensional saja namun bisnis retail yang syariah juga bisa berkembang.

I. Tenaga kerja

1. Berapa jumlah karyawan yang ada di De' Halal Mart ini?

Jawaban : Alhamdulillah jumlah karyawan yang ada di De Halal Mart untuk saat ini ada 18 orang mba.

2. Apakah karyawan yang ada disini harus beragama Islam?

Jawaban : Alhamdulillah harus muslim muslimah mba, Karena kalau mau masuk disini bukan berarti asal ya, orang yang bisa masuk disini memang harus muslim muslimah, yang kedua shalat 5 waktu, yang ketiga dia bisa baca Quran, ketika dari 3 hal ini udah di kantong oleh seorang Sumber Daya Manusia itu insyaallah bekerjanya akan amanah, ketika dia amanah bertanggungjawab, dapat dipercaya kemudian dia menyelesaikan tugas-tugas nya dengan baik itu pasti dia akan mengerjakan pekerjaan dengan benar-benar amanah artinya org itu dilihat dari agamanya ketika agamanya baik

insyaallah etikanya juga baik, sebaliknya apabila agamanya belepotan maka etikanya juga akan belepotan.

- **Wawancara 2 (Karyawan 1)**

1. Utinity (Kesatuan)

1. Apakah perusahaan memberikan jam khusus untuk melaksanakan shalat?

Jawaban : Iya mba disini itu sangat-sangat megedepankan urusan agama, termasuk dalam melaksanakan shalat, 10 menit sebelum adzan toko ini akan diistirahatkan. Jadi baik pelanggan atau kami berbondong-bondong untuk melaksanakan shalat di masjid masyarakat, tepatnya di belakang gedung ini.

2. Apakah disini ada kegiatan rutin keagamaan seperti pengajian, zakat, infaq, shadaqah?

Jawaban : Iya mba benar disini itu ada kegiatan keagamaan yakni setiap kamis pagi kami mengadakan kegiatan kajian di lantai dua. Selain itu setiap bulan 25% dari penghasilan kami gunakan untuk kegiatan sosial.

2. Equibilirium (Keseimbangan)

1. Bagaimana sistem pemberian upah disini?

Jawaban : Sistemnya per bulan mba, jadi setiap tanggal 25 itu kami udah menerima gaji.

2. Apakah anda pernah komplain terhadap gaji yang diterima?

Jawaban : Alhamdulillah sejauh ini kami belum ada yang komplain mba, karena menurut kami sudah sesuai dengan kerja kami.

3. Apakah konsumen pernah komplain disini? Kalau pernah apa sebabnya?

Jawaban : Oh iya mba, ya namanya juga bisnis ya, tidak selalu berjalan dengan mulus nah disini pernah terjadi komplain. Sebabnya harga yang di rak sama yang ada di sistem kami berbeda.

3. Free Will (Kebebasan Kehendak)

1. Apakah Faktor halal menjadi pertimbangan disini?

Jawaban : Ya jelas mba, dari namanya aja udah syar'i maka barang ataupun prouk yang dijual harus yang halal saja mba.

2. Apakah produk yang di pasarkan di supermarket De' Halal Mart ini sudah jelas kehalalannya?

Jawaban : Alhamdulillah semua produk yang ada disini udah jelas halal mba

4. Responibility (Tanggungjawab)

1. Apa yang dilakukan perusahaan jika konsumen complain?

Jawaban : Jadi jika ada konsumen yang komplain pertama kami meminta maaf terlebih dahulu, kemudian kami verifikasi apa penyebab terjadinya komplain, selanjutnya kami cari solusi.

5. Benevolence (Kebenaran)

1. Apakah karyawan memberikan semua informasi mengenai detail barang yang dijual sebelum bertransaksi?

Jawaban : Jadi gini mba, misalnya ada pelanggan yang ingin membeli sebuah produk, maka kami akan terlebih dahulu memberitahukan kepada konsumen tersebut tanggal expirednya. Jadi tidak ada yang disembunyikan.

2. Bagaimana prosedur yang diajarkan oleh perusahaan untuk melayani konsumen?

Jawaban : Prosedurnya kami wajib menyambut pelanggan yang masuk ke toko kami dengan senyuman, mengucapkan salam, setelah selesai transaksi kami akan mengucapkan semoga berkah, begitu mba hehe.

6. Tenaga kerja

1. Berapa jumlah karyawan yang ada di De' Halal Mart ini?

Jawaban : Jumlah karyawan yang ada disini ada 18 orang mba

2. Apakah karyawan yang ada disini harus beragama Islam?

Jawaban : Iya mba, karyawan disini itu harus beragama Islam, karena sebellum masuk kesini kami ada tes membaca Al-Qur'an. Dan syarat paling utama adalah muslim-muslimah.

- **Wawancara 2 (Karyawan 2)**

1. Utinity (Kesatuan)

1. Apakah perusahaan memberikan jam khusus untuk melaksanakan shalat?

Jawaban : Iya mba, disini ada jam khusus untuk mengerjakan shalat, tidak hanya untuk kami karyawan saja, melainkan kepada konsumen juga. Jadi 10 menit sebelum adzan semua kegiatan transaksi jual beli akan kami hentikan sejenak. Untuk melaksanakan shalat.

2. Apakah disini ada kegiatan rutin keagamaan seperti pengajian, zakat, infaq, shadaqah?

Jawaban : Iya mba, disini ada kegiatan rutin kami yakni diadakannya pengajian setiap kamis pagi. Selain itu 25 % penghasilan yang didapat setiap bulan akan digunakan untuk kegiatan sosial.

2. Equibilirium (Keseimbangan)

1. Bagaimana sistem pemberian upah disini?

Jawaban : Sistemnya setiap tanggal 25 per bulan mba, jadi setiap tanggal 25 itu kami sudah menerima gaji.

2. Apakah anda pernah komplain terhadap gaji yang diterima?

Jawaban : Alhamdulillah diri saya sendiri belum pernah mba, begitu juga dengan teman saya yang lain. Sejauh ini kami belum ada yang pernah komplain akibat gaji mba.

3. Apakah konsumen pernah komplain disini? Kalau pernah apa sebabnya?

Jawaban : Pernah mba, sejauh ini sebabnya ketidaksesuaian harga yang ada di rak dengan yang ada di sistem kami. Itu aja sih mba.

3. Free Will (Kebebasan Kehendak)

1. Apakah Faktor halal menjadi pertimbangan disini?

Jawaban : Iya mba, disini faktor halal itu menjadi pertimbangan bagi kami, karena namanya saja udah syari ya kan mba, jadi harus menyesuaikan dengan apa yang dijual didalamnya.

2. Apakah produk yang di pasarkan di supermarket De' Halal Mart ini sudah jelas kehalalannya?

Jawaban : InsyaAllah udah jelas kehalalannya mba.

4. Responsibility (Tanggungjawab)

1. Apa yang dilakukan perusahaan jika konsumen complain?

Jawaban : Jika terjad komplain ya mba, jadi pertama kami meminta maaf, dan bertanya apa penyebab komplainnya, selanjutnya kami memberikan solusinya.

5. Benevolence (Kebenaran)

1. Apakah karyawan memberikan semua informasi mengenai detail barang yang dijual sebelum bertransaksi?

Jawaban : Iya mba, kami akan mendampingi konsumen selama berbelanja, jadi jika ada yang mau ditanyakan oleh pelanggan kami akan menjawab seadanya.

2. Bagaimana prosedur yang diajarkan oleh perusahaan untuk melayani konsumen?

Jawaban : Prosedur yang diajarkan oleh perusahaan adalah kami harus melayani konsumen dengan baik. Contohnya jika ada konsumen yang masuk ke toko kami akan mengucapkan salam dan setelah transaksi kami akan mengucapkan semoga berkah begitu mba..

6. Tenaga kerja

1. Berapa jumlah karyawan yang ada di De' Halal Mart ini?

Jawaban : Jumlahnya ada 18 orang mba.

2. Apakah karyawan yang ada disini harus beragama Islam?

Jawaban : Iya mba, syarat utama adalah beragama Islam dan bisa membaca Al Qur'an.

• Wawancara 2 (Karyawan 3)

1. Utinity (Kesatuan)

1. Apakah perusahaan memberikan jam khusus untuk melaksanakan shalat?

Jawaban : Alhamulillah saya beruntung mba bekerja disini, karena selain disiplin waktu dalam bekerja disini disiplin juga terhadap sang khaliq mba, jadi 10 menit sebelum adzan semua kegiatan jual beli akan dihentikan sejenak. Kemudian langsung pergi ke masjid.

2. Apakah disini ada kegiatan rutin keagamaan seperti pengajian, zakat, infaq, shadaqah?

Jawaban : Iya mba, disini ada kegiatan rutin keagamaan yakni adanya pengajian setiap kamis pagi.

2. Equilibrium (Keseimbangan)

1. Bagaimana sistem pemberian upah disini?

Jawaban : Sistemnya perbulan mba, jadi kami menerima gaji itu setiap tanggal 25 perbulannya. Jadi pemberian gaji sampai sekarang ini belum pernah telat mba.

2. Apakah anda pernah komplain terhadap gaji yang diterima?

Jawaban : Alhamdulillah sampai sejauh ini kami belum ada yang komplain mba, kami selalu senang hati menerimanya.

3. Apakah konsumen pernah komplain disini? Kalau pernah apa sebabnya?

Jawaban : Pernah mba, sebabnya ada barang yang harganya tidak sesuai dengan apa yang ada di rak dengan yang ada di sistem kami. Sejauh ini Cuma itu mba.

3. Free Will (Kebebasan Kehendak)

1. Apakah Faktor halal menjadi pertimbangan disini?

Jawaban : Iya mba disini itu mempertimbangkan faktor halalnya sebuah barang yang akan diperjual belikan.

2. Apakah produk yang di pasarkan di supermarket De' Halal Mart ini sudah jelas kehalalannya?

Jawaban : InsyaAllah sudah jelas mba.

4. Responsibility (Tanggungjawab)

1. Apa yang dilakukan perusahaan jika konsumen komplain?

Jawaban : Pertama kami minta maaf mba, kemudian kami bertanya apa sebabnya terus kami kasih solusi mba, yang penting konsumen nyaman berbelanja disini.

5. Benevolence (Kebenaran)

1. Apakah karyawan memberikan semua informasi mengenai detail barang yang dijual sebelum bertransaksi?

Jawaban : Kami akan memberikan informasi barang yang akan dibeli oleh konsumen, contohnya kami akan memberitahukan expired suatu barang yang akan dibeli oleh konsumen.

2. Bagaimana prosedur yang diajarkan oleh perusahaan untuk melayani konsumen?

Jawaban : Prosedurnya kami diajarkan jika ada konsumen yang masuk ke toko maka kami akan menyambutnya dengan mengucapkan salam dan di akhir transaksi kami akan berterima kasih dan mengucapkan semoga berkah gitu mba.

6. Tenaga kerja

1. Berapa jumlah karyawan yang ada di De' Halal Mart ini?

Jawaban : Ada 18 orang mba

2. Apakah karyawan yang ada disini harus beragama Islam?

Jawaban : Iya mba, karyawan yang ada disini itu harus beragama Islam, selain itu harus bisa membaca Al Qur'an dan menjalankan shalat 5 waktu.

• Wawancara 2 (Karyawan 4)

1. Utinity (Kesatuan)

1. Apakah perusahaan memberikan jam khusus untuk melaksanakan shalat?

Jawaban : Iya mba, ada jam khusus untuk melaksanakan shalat, setiap 10 menit sebelum adzan segala aktivitas kami akan istirahat.

2. Apakah disini ada kegiatan rutin keagamaan seperti pengajian, zakat, infaq, shadaqah?

Jawaban : Ada mba, setiap kamis pagi selalu mengadakan pengajian yang diadakan di lantai 2.

2. Equilibrium (Keseimbangan)

1. Bagaimana sistem pemberian upah disini?

Jawaban : Sistemnya perbulan mba, setiap tanggal 25 kami menerima gaji

2. Apakah anda pernah komplain terhadap gaji yang diterima?

Jawaban : Alhamdulillah sejauh ini belum ada yang komplain mba.

3. Apakah konsumen pernah komplain disini? Kalau pernah apa sebabnya?

Jawaban : Pernah mba, sebabnya karena harga yang tidak sesuai dengan apa yang ada di sistem kami.

3. Free Will (Kebebasan Kehendak)

1. Apakah Faktor halal menjadi pertimbangan disini?

Jawaban : Iya mba sangat menjadi pertimbangan bagi kami

2. Apakah produk yang di pasarkan di supermarket De' Halal Mart ini sudah jelas kehalalannya?

Jawaban : InsyaAllah jelas mba

4. Responsibility (Tanggungjawab)

1. Apa yang dilakukan perusahaan jika konsumen complain?

Jawaban : Pertama kami meminta maaf mba, kemudian kami menanyakan apa penyebab dia komplain, kemudian kami kasih solusi.

5. Benevolence (Kebenaran)

1. Apakah karyawan memberikan semua informasi mengenai detail barang yang dijual sebelum bertransaksi?

Jawaban : Iya mba, kami akan memberitahukan kepada konsumen. Contohnya memberitahukan expired sebuah produk yang akan dibeli oleh pelanggan

2. Bagaimana prosedur yang diajarkan oleh perusahaan untuk melayani konsumen?

Jawaban : Pertama jika ada konsumen yang masuk ke toko kami akan mengucapkan salam kepada mereka, dan ketika transaksi sudah berakhir kami akan berterima kasih dan mengucapkan semoga berkah.

6. Tenaga kerja

1. Berapa jumlah karyawan yang ada di De' Halal Mart ini?

Jawaban : Jumlahnya ada 18 orang mba

2. Apakah karyawan yang ada disini harus beragama Islam?

Jawaban : Iya mba harus beragama Islam.

• Wawancara 3 (Konsumen 1)

1. Utinity (Kesatuan)

1. Apakah perusahaan memberikan jam khusus untuk melaksanakan shalat?

Jawaban : Iya mba, 10 menit lagi sebelum adzan udah g boleh lagi belanja. Selain itu setiap hari murottalan mba jadi adem.

2. Apakah anda rutin mengikuti kegiatan keagamaan disini?

Jawaban : Tidak rutin sih mba, tapi sering hehehe

2. Equilibrium (Keseimbangan)

1. Apakah anda pernah komplain disini? Kalau pernah apa sebabnya?

Jawaban : Alhamdulillah saya belum pernah komplain mba

3. Responsibility (Tanggungjawab)

1. Apa yang dilakukan perusahaan jika konsumen komplain?

Jawaban : Pernah teman saya komplain mba, nah karyawannya minta maaf ke teman saya itu dan mencari jalan keluarnya.

4. Tenaga kerja

1. Bagaimana menurut anda pelayanan disini?

Jawaban : Kalau menurut saya pelayanan disini sangat baik mba

• Wawancara 3 (Konsumen 2)

1. Utinity (Kesatuan)

1. Apakah perusahaan memberikan jam khusus untuk melaksanakan shalat?

Jawaban : Diberikan mba, setiap 10 menit sebelum adzan semua transaksi jual beli akan di hentikan sejenak

2. Apakah anda rutin mengikuti kegiatan keagamaan disini?

Jawaban : Alhamdulillah saya sering ikut mba, tapi nggk setiap hari maklumlah mba ibu rumah tangga

2. Equilibrium (Keseimbangan)

1. Apakah anda pernah komplain disini? Kalau pernah apa sebabnya?

Jawaban : Alhammdulillah saya belum pernah komplain disini mba

3. Responsibility (Tanggungjawab)

1. Apa yang dilakukan perusahaan jika konsumen komplain?

Jawaban : Saya tidak tahu mba, yang penting karyawan disini tanggungjawab semua kok kayaknya mba. hehe

4. Tenaga kerja

1. Bagaimana menurut anda pelayanan disini?

Jawaban : Menurut saya semua pelayanannya baik mba. Ketika masuk ke sini rasanya adem mba, karna selalu di pasang murottalan.

• Wawancara 3 (Konsumen 3)

1. Utinity (Kesatuan)

1. Apakah perusahaan memberikan jam khusus untuk melaksanakan shalat?

Jawaban : Iya mba dikasih, 10 menit sebelum adzan toko udah tutup mba

2. Apakah anda rutin mengikuti kegiatan keagamaan disini?

Jawaban : Alhamdulillah saya rutin mengikuti kajian yang diadakan De' Halal Mart ini

2. Equilibrium (Keseimbangan)

1. Apakah anda pernah komplain disini? Kalau pernah apa sebabnya?

Jawaban : Alhamdulillah saya belum pernah komplain mba

3. Responsibility (Tanggungjawab)

1. Apa yang dilakukan perusahaan jika konsumen komplain?

Jawaban : Meminta maaf ke konsumen mba, soalnya pernah saya melihat ada teman sepengajian komplain mereka minta maaf mba

4. Tenaga kerja

1. Bagaimana menurut anda pelayanan disini?

Jawaban : Menurut saya mba baik semua

- **Wawancara 3 (Konsumen 4)**

1. Utinity (Kesatuan)

1. Apakah perusahaan memberikan jam khusus untuk melaksanakan shalat?

Jawaban : Iya mba, diberikan waktu untuk shalat kepada semua pegunjung toko, bagi yang tidak shalat pelanggan bisa istirahat di ruang tunggu toko mba

2. Apakah anda rutin mengikuti kegiatan keagamaan disini?

Jawaban : Alhamdulillah saya selalu ikut mba

2. Equibilirium (Keseimbangan)

1. Apakah anda pernah komplain disini? Kalau pernah apa sebabnya?

Jawaban : Pernah mba, jadi sebabnya itu harga yang ada di rak itu lebih murah dibanding harga yang ada di kompter. Ya kaget lah mba ya

3. Responibility (Tanggungjawab)

1. Apa yang dilakukan perusahaan jika konsumen komplain?

Jawaban : Pertama mereka minta maaf ke saya, kemudian menyesuaikan harga yang ada di rak meskipun lebih murah

4. Tenaga kerja

1. Bagaimana menurut anda pelayanan disini?

Jawaban : Pelayanannya baik semua mba

- **Wawancara 3 (Konsumen 5)**

1. Utinity (Kesatuan)

1. Apakah perusahaan memberikan jam khusus untuk melaksanakan shalat?

Jawaban : Iya diberikan mba.

2. Apakah anda rutin mengikuti kegiatan keagamaan disini?

Jawaban : Saya mengikuti mba, tapi nggk rutin hehe

2. Equilibrium (Keseimbangan)

1. Apakah anda pernah komplain disini? Kalau pernah apa sebabnya?

Jawaban : Saya tidak pernah komplain mba

3. Responsibility (Tanggungjawab)

1. Apa yang dilakukan perusahaan jika konsumen komplain?

Jawaban : Katanya teman saya sihh mereka minta maaf terlebih dahulu mba, kemudian kasih solusi

4. Tenaga kerja

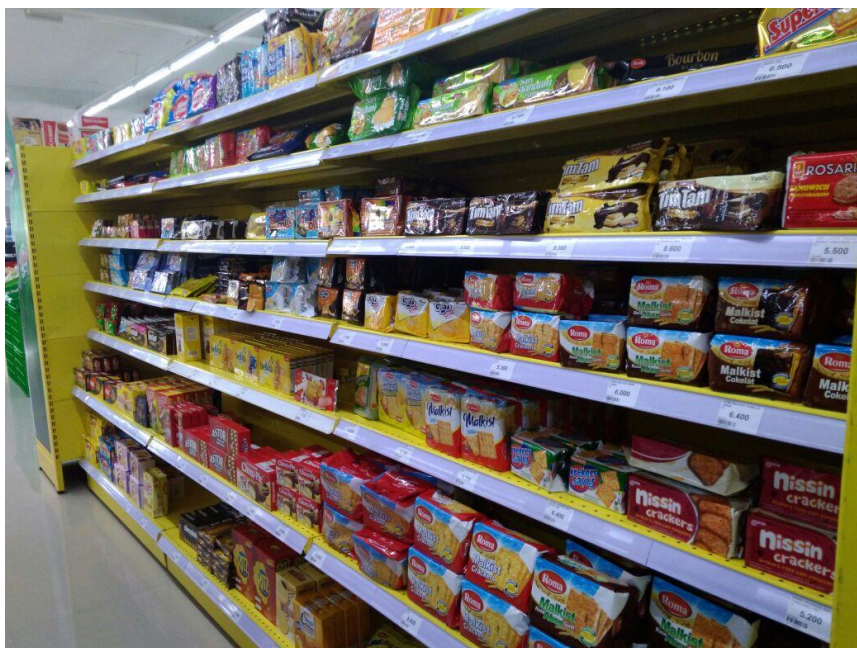
1. Bagaimana menurut anda pelayanan disini?

Jawaban : Kalau menurut saya sihh mba baik semuanya. Rumah saya jauh mba dari sini tapi kalau belanja bulanan saya selalu disini, ya istilahnya karna udah nyaman mba

Dokumentasi



Gambar 1.2 Produk De' Halal





Gambar 1.2 Produk De' Halal





Gambar 1.3 Produk De' Halal Mart





Gambar 1.4 Produk De'Halal Mart



Gambar 1.5 Selesai Wawancara dengan manajer De' Halal Mart

RIWAYAT HIDUP

Nama : Nila Astuti Harahap

Tempat, Tanggal Lahir : Lantosan I, 31 Oktober 1995

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

No. Handphone : 085326520926

Email : nilaastutiharahap01@gmail.com

Alamat : Desa Lantosan I, Kec. Portibi, Kab. Padang Lawas Utara, Medan Sumatera Utara.

Nama Orang Tua

Ayah : Bahrinuddin

Ibu : Samsidar Nasution

Anak ke : satu dari enam bersaudara

Pendidikan Formal

- SDN Gunung Manaon I mulai tahun 2002-2008
- MTS Al- Furqon Aek Nabara mulai tahun 2008-2011
- MA Al- Falah Aek Nabara mulai tahun 2011-2014
- Universitas Islam Indonesia Yogyakarta mulai tahun 2014-sekarang

Pengalaman Organisasi

- Imatapsel sebagai wakil bendahara periode 2015-2016
- Imapaluta sebagai anggota divisi pendidikan dan keagamaan
- Ikatan Mahasiswa Sumatera Utara (IMSU) bidang kewirausahaan
- Forum Kajian Ekonomi Islam sebagai anggota

