ABSTRAK

Bisnis merupakan salah satu komponen sistem muamalah. Oleh karena itu, Islam menganjurkan bisnis secara profesional , sehingga dapat memberi manfaat bagi dirinya, keluarganya dan kaum muslimin secara umum. Etika bisnis Islam merupakan nilai dan norma moral yang dipraktekkan sebagai refleksi pemikiran moral dan etika dalam bisnis.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimanakah prinsip etika bisnis Islam dalam rangka ekonomi bisnis Islam kontemporer, (2) Bagaimanakah etika dalam strategi bisnis Islam dalam mewujudkan bisnis Islam komtemporer yang kompetitif (3) Bagaimanakah urgensi etika bisnis Islam dalam lingkup ekonomi bisnis Islam kontemporer.

Penelitian ini menggunakan paradigma kualitatif/naturalistik dan pendekatan naratif analitik. Dengan teknik pengumpulan data (1) membaca pada tingkat simbolik dan simantik, (2) Mencatat data pada kartu data, quatasi, paraphrase**,** sinopsi**,** *mencatat secara precis dan pengkodean. Analisis data* memadukan model penelitian naratif, (IFIAS) (Islam), analitik Creswell, Bogdan dan Biklen tesa- antitesa dan sintesa (konvensioal)

Hasil penelitian disimpulkan bahwa temuan pertama adalah mengembangkan teori Ismail Nawawi bahwa determinan Prinsip Etika Bisnis Islam terdiri dari (1) Kesatuan Tauhid dan khilafah, (2) Keseimbangan (3) Keperilakuan bebas beretika (4) Tanggungjawab (5) Kebenaran shariah), (6) Komitmen bersifat *nubuwwah*. Dari keenam tersebut peneliti menambahkan determinan yang ke (7) Efektifitas dan efisiensi bisnis, berdasarkan hasil temuan studi pustaka**.**

Temuan kedua peneliti menggabungkan teori James Brian Quinn dengan teorinya Ismail Nawawi. Menurut Ismail Nawawi Etika strategi bisnis dengan determinan **(**1) Strategi pengelolaan bisnis secara profesional, (2) Strategi bisnis berdasarkan *uswatun hasanah*, (3) Strategi kepuasan konsumen**, (**4**)** Stategi Bisnis Melalui Merek, (5) Loyalitas pelanggan melalui pelayanan prima,. Kemudian peneliti tambahkan determinan ke (6) Membangun budaya bisnis, dari pendapat Jemes Brian Quinn.

Temuan yang ketiga menggabungkan teorinya Urwick dan Hunt dengan determinan (1) Produksi, (2) Konsumsi, (3) Distribusi. Dan peneliti menambahkan determinan yang ke (4) Profit. Dari pendapat Luther Gulick dan Lyndall Urwick, Karena profit berdasarkan kajian pustaka yang dilakukan peneliti merupakan tujuan akhir dari bisnis, oleh karena itu tidak dapat dipisahkan dari lingkup kajian bisnis.

Implikasi penelitian ini secara teoritis merupakan pengembangan teori dalam bidang etika bisnis dan secara praktis untuk penyelesain permasalahan etika sumberdaya manusia dan pelaku binis di korporasi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Abstract

Business is one of important elements in *muamalat*, Islamic trading or commerce transactions. According to Islam, business must be performed professionally so that it can be beneficial for all parties, the businessmen themselves, the family, and all muslims in general. With regard to those benefits, a business should be in line with Islamic business ethics, that is norms and principles which reflect Islamic morals and values.

The aims of the research are (a) to find out the principles of Islamic business ethics in Islamic contemporary business economy, (b) the ethics of Islamic business strategies in order to construct competitive and contemporary Islamic business, (c) the importance of Islamic business ethics in Islamic contemporary business economy.

This is a naturalistic qualitative research with narrative analytical approach. Document study was applied through precise note taking, quotation, paraphrasing, and coding. The data was analyzed narratively by combining IFIAS, Creswell's analytical approach, Bogdan and Biklen's conventional thesis-antithesis and synthesis approaches.

The research shows that there are seven determinants of Islamic business ethics principles. Six of which are similar to Ismail Nawawi's theory, while the last determinant was found during the conduct of this research. Those determinants are: (1) unity between *Tauhid* (monotheism) and *Khilafah* (Islamic leadership), (2) equilibrium, (3) ethic-based behaviors, (4) responsibility, (5) true *sharia*, (6) prophetic commitment, and (7) business effectiveness and efficiency.

The next result from this research reveals that there are six determinants for the ethics of Islamic business strategies. Five of which are from Ismail Nawawi's theory, and the sixth determinant is from James Brian Quinn's theory. Those determinants are: (1) professional business management strategy, (2) a good model business strategy, (3) customers satisfaction strategy, (4) branding strategy, (5) customers loyalty strategy, and (6) building a business culture strategy.

The last result states that there is combination of determinants between those of Urwick's and Hunt's as well as one new determinant. Those determinants are: (1) production, (2) consumption, (3) distribution, and (4) profit. Profit is considered to be inseparable from the other determinants since it is the final goal of business process.

The significance of this research, theoretically, is to develop theories in business ethics. And practically, to solve the problems found in human resource ethics and businessmen in a corporation or company.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

التلخيص

التجارة هي عنصر من عناصر نظام المعاملة . و حث الإسلام عليها بطريقة مهنية ، حتى ينتفع بها التاجر وعائلته والمسلمون بشكل عام . كانت أخلاقيات التجارة الإسلامية من القيم الأخلاقية والتى تمارس بها المرأ كانعكاس الفكرة المعنوية في مجال الأعمال التجارية. المسألة في هذا البحث هي (1) : كيف تكون مبادئ أخلاقيات التجارة الإسلامية بالنسبة إلى الاقتصاد الإسلامي المعاصر ؟ (2) كيف كان الأخلاق في استراتيجية التجارة الإسلامية في تحقيق العمل الإسلامي المعاصر المتنافس (3) ما أهمية أخلاقيات العمل الإسلامي في نطاق اقتصاديات التجارة الإسلامية المعاصرة

يستخدم هذا البحث نماذجا نوعية او طبيعية مع النهج السرد التحليلي . تقنيات جمع البيانات (1) قراءة مستوى الرمزي والدلالي، (2) تسجيل البيانات على بطاقة البيانات ،والاقتباس ،و إعادة صياغة النص، والملخص، والتسجيل المسوى والترميز . يجمع في تحليل البيانات ما بين السرد ,و تحليل كرسول (Creswell)

و بوجدان أطروحة بيكلن(Bogdan and Biklen)- ونقيض والتوليف (التقليدي)

ويلخص هذا البحث النتائج الآتية وهي تطوير نظرية إسماعيل النووي بأن مبادئ أخلاقيات التجارة الإسلامية محددة من بين (1) الوحدة والتوحيد والخلافة (2) التوازن (3) السلوكية الحرة (الإرادة الحرة) المتخلقة (4) المسؤولية (5)الحقيقة الشرعية ، (6) الالتزامات بصفة النبوة .من هذه النقط الست أضاف الباحث النقطة السابعة وهي (7) الفعالية وكفاءة التجارة ، استنادا إلى نتائج الدراسة المكتبية

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

النتيجة الثانية وهي الجمع بين نظرية جيمس بريان(James Brian) ونظرية إسماعيل النووي .رأى إسماعيل النووي أن الأخلاق في استراتيجية التجارة يحدد ب (1) استراتيجية إدارة التجارة بطريقة مهنية (2) وتستند استراتيجية التجارة على القدوة الحسنة، (3) استراتيجيات رضا العملاء (4) استراتيجية التجارة من خلال الماركة (5) ولاء العملاء من خلال خدمة وافرة , ثم يضيف الباحث التحديد السادس (6) بناء ثقافة العمل، هذا ما رأى جيمس بريان كوين(James Brian Quinn) .

النتيجة الثالثة هي الجمع بين نظرية أرويج ونظرية هانت (Urwick dan Hunt) مع تحديد (1) الإنتاج (2) الاستهلاك، (3) التوزيع . وأضاف الباحث التحديد الرابع وهو (4) الربح . من رأي لوثر غوليك و ليندل أرويج

(Luther Gulick dan Lyndall Urwick)، لأن الربح الذي يقوم على الدراسة المكتبية التي قام بها الباحث هو الهدف النهائي من التجارة ، وبالتالي لا يمكن فصلها عن نطاق الدراسات التجارية.

فائدة هذه الدراسة كانت في تطوير النظريات في مجال أخلاقيات التجارة نظرية , ولحل القضايا حول أخلاقية الموارد البشرية والناس الممارسين بالتجارة في الشركة تطبيقية .

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id