

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA RITEL SYARIAH  
DI MINIMARKET KANCAKONA KECAMATAN GANDING  
KABUPATEN SUMENEP**

**SKRIPSI**

**Oleh :  
MADINATUL MUNAWWARAH  
NIM : G04217032**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
SURABAYA  
2021**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Madinatul Munawwarah  
NIM : G04217032  
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Ritel Syariah Di  
Minimarket Kancakona Kecamatan Ganding  
Kabupaten Sumenep

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa kripsi ini secara keseluruhan adalah hasil dari peneliti atau karya sendiri kecuali bagian-bagian yang ditunjuk sebagai sumbernya.

Surabaya, 03 Agustus 2021

Yang menyatakan

A 1000 Rupiah postage meter stamp from Indonesia. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'SEPULUH RIBU RUPIAH', '1000', and 'METERA TEMBOL'. The serial number '5118EAX210778998' is visible at the bottom. A handwritten signature is written across the stamp.

Madinatul Munawwarah

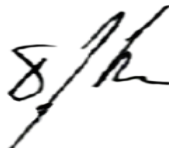
Nim. G04217032

## **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi yang telah ditulis oleh Madinatul Munawwarah NIM G04217032 ini telah diperiksa dan disetujui untuk di munaqasahkan.

Surabaya, 1 Agustus 2021

Pembimbing



**Ahmadun Najah, MHI.**

**NIP : 197715092005011004**

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang ditulis oleh Madinatul Munawwarah, NIM G04217032 ini telah dipertahankan di depan Majelis Seminar Munaqosah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Senin, tanggal 20 September 2021 dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu Ekonomi Syariah.

Mejelis musyawarah skripsi

**Penguji 1**

Ahmadun Najah, MHI.  
NIP. 197715092005011004

**Penguji 2**

Dr. Strajul Anfin, S.ag., S.S., M.E.I  
NIP. 197005142000031001

**Penguji 3**


Siti Mustiqoh, MEI  
NIP. 197608132006042002

**Penguji 4**

Lian Fuad, Lc., M.A.  
NIP. 198504212019031011

Surabaya, 20 September 2021  
Mengesahkan,  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya  
Dekan,



  
Dr. H. Ah. Ali Arifin, MM  
NIP. 196212141993031002

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: [perpus@uinsby.ac.id](mailto:perpus@uinsby.ac.id)

---

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : MADINATUL MUNAWWARAH  
NIM : G04217032  
Fakultas/Jurusan : FEBI / EKONOMI SYARIAH  
E-mail address : aladindina99@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk membenarkan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi    Tesis    Desertasi    Lain-lain (.....)  
yang berjudul :

IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA RITEL SYARIAH DI MINIMARKET

KANCAKONA KECAMATAN GANDING KABUPATEN SUMENEP

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 10 Januari 2021

Penulis

(Madinatul Munawwarah)

## ABSTRAK

Etika bisnis islam merupakan suatu aturan, nilai, dan norma yang didasari oleh Al-Qur'an dan Hadis yang dijadikan pedoman berjalannya suatu bisnis supaya tidak melenceng dari lingkup Syariah. Tinjauan yang di kaji yaitu pada konsep aksioma diantaranya keesaan (Tauhid), keseimbangan/ kesejajaran (*al-Adl wa Al-Ihsan*), kehendak bebas (*ikhtiyar-Freewill*), dan tanggung jawab (*Fardh*). Penelitian ini bertujuan untuk menjawab bagaimana sistem kerja yang di berlakukan dan bagaimana konsep syariah yang di terapkan di minimarket syariah studi kasus penelitian dilakukan di minimarket Kancakona Kecamatan Ganding Kabupaten Sumenep.

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang didapat selanjutnya di analisis menggunakan metode analisis deskriptif.

Hasil dari penilitian ini menunjukkan bahwa sistem kerja pada minimarket Kancakona dibentuk berdasarkan tata kerja dan prosedur kerja. Tata kerja yang terdiri dari kriteria karyawan, kerjasama dengan mitra dan produsen, pelayanan dengan konsep 4S 1T (senyum, salam, sapa, sopan santun dan terimakasih). Prosedur kerja yang terdiri dari SOP, disiplin kerja, dan pemilihan produk dari *supplier*. Pada implementasi konsep aksioma minimarket Kancakona telah menerapkan dengan baik namun ada beberapa hal yang belum maksimal yaitu menjual produk rokok yang belum jelas kehalalannya, tidak mencantumkan harga secara transparan, ketidak sesuaian menjalankan peran bisnis ritel sebagai distributor akhir serta fasilitas AC dan tempat parkir yang kurang memadai.

**Kata kunci : Etika bisnis islam, Sistem kerja, Minimarket syariah**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	v
ABSTRAK .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR BAGAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Dan Batasan Masalah.....	10
C. Rumusan Masalah .....	11
D. Kajian Pustaka.....	12
E. Tujuan Penelitian.....	22
F. Kegunaan Hasil Penelitian .....	22
G. Definisi Operasional.....	23
H. Sistematika Skripsi.....	24
BAB II LANDSAN TEORI .....	27
A. Landasan Teori.....	27
B. Kerangka Konseptual .....	43

BAB III METODE PENELITIAN.....	46
A. Pendekatan Penelitian .....	46
B. Pembatasan Masalah .....	46
C. Deskripsi Data .....	47
D. Sumber Data.....	49
E. Teknik Pengumpulan Data.....	49
F. Teknik Keabsahan Data (Triangulasi).....	51
G. Teknik Pengolahan Data .....	51
H. Teknik Analisis Data.....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN .....	54
A. Profil Minimarket Kancakona.....	54
B. Sistem Kerja Minimarket Kancakona .....	62
C. Etika Bisnis Islam Pada Minimarket Kancakona.....	69
BAB V PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN .....	106
A. Sistem Kerja Minimarket Kancakona .....	106
B. Implementasi Etika Bisnis Islam .....	110
BAB VI PENUTUP .....	117
A. Kesimpulan.....	117
B. Saran.....	119
DAFTAR PUSTAKA .....	121
LAMPIRAN .....	125
BIODATA.....	135



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu .....	16
Tabel 1.2 Daftar Informan Penelitian.....	70



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Struktur Organisasi.....	56
-------------------------------------	----



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Konseptual ..... 44



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Bisnis merupakan suatu proses interaksi dan aktifitas yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih yang melakukan kegiatan usaha dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan tanpa merugikan salah satu pihak yang bersangkutan. Sampai saat ini perkembangan bisnis semakin pesat, berbagai macam upaya-upaya yang dilakukan demi mengimbangi persaingan dan demi menarik perhatian konsumen. Bisnis yang berjalan dengan aktif, kreatif, dan inovatif dapat menjadi prioritas di mata masyarakat (M Ismail Yusanto, 2008, p. 15).

Bisnis ritel merupakan usaha yang aktif dibidang jual beli barang yang produknya dijual secara eceran dan ditunjukkan langsung kepada konsumen dengan harga yang terjangkau. Bisnis ritel dibedakan menjadi dua yaitu, ritel tradisional dan ritel modern. Bisnis ritel tradisional memiliki karakteristik yaitu usaha yang lokasinya telah tersedia dan biasanya memperjual-belikan produk yang terbatas (tidak beragam) dengan fasilitas seadanya, misalnya pasar tradisional, toko kelontong, warung, dan sebagainya. Sedangkan bisnis ritel modern merupakan perkembangan dari ritel tradisional yang memiliki karakteristik dapat memilih lokasi yang diinginkan

dengan memperhitungkan potensi pembeli dan letak toko yang strategis, tempat yang bersih dan nyaman, produk yang dijual sangat beragam, serta fasilitas yang lengkap misalnya supermarket, minimarket, hypermarket, dan sebagainya. (Sujana, 2012, p. 21).

Seiring dengan berjalannya waktu, persaingan bisnis ritel kian pesat terutama pada bisnis ritel modern. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya minimarket baru yang kian bertebaran di seluruh negeri dengan penawaran produk, harga, promo, dan fasilitas yang beragam. Menurut laporan *Nielsen's What's Next for Southeast Asia* (Aniesa, 2019), menunjukkan bahwa jumlah minimarket di Indonesia sebanyak 43.826 ditahun 2017 dan adanya perkembangan sebesar 3,2% per tahunnya. Dengan demikian persaingan antara bisnis ritel semakin ketat, hal ini membuat para pengusaha memutar otak agar usahanya tetap menjadi prioritas. Dengan banyaknya kehadiran minimarket dapat menimbulkan dampak positif dan negatif, dampak positif dapat bisa dirasakan oleh para konsumen karena minimarket mampu memenuhi kebutuhan dengan fasilitas yang baik dan nyaman dengan harga barang yang terjangkau sedangkan dampak negatifnya dapat dirasakan pada bisnis ritel tradisional yang semakin terpinggirkan dan kehilangan daya tariknya dimata masyarakat (Nugroho, 2013, p. 13).

Pertimbangan atau tolak ukur belanja masyarakat saat ini berbeda dengan yang terdahulu. Sebelum ada bisnis ritel modern masyarakat cenderung memilih produk yang murah meriah namun kini, masyarakat sebagai konsumen cenderung memilih untuk berbelanja di tempat yang nyaman dengan fasilitas dan pelayanan maksimal serta dengan harga yang terjangkau. Meskipun di Indonesia mayoritas penduduknya adalah Muslim, kebanyakan perusahaan besar maupun kecil masih dimiliki oleh pengusaha Non-Muslim hal ini dibuktikan dengan banyaknya minimarket seperti Indomart, Alfamart, dan lainnya yang masih menggunakan sistem kapitalis. Dengan demikian pengusaha non-muslim yang berperan sebagai penjual akan terus mengembangkan usahanya di lingkungan masyarakat yang mayoritasnya beragama Muslim, dengan kata lain masyarakat Muslim hanya berperan sebagai konsumen. Oleh karena itu pengusaha muslim memiliki pemikiran untuk ikut berkecimpung dalam bisnis ini tanpa menghilangkan jati dirinya sebagai seorang muslim dengan menjunjung tinggi nilai agama islam yang berpedoman pada Al-Qur'an dan Hadis. Minimarket berbasis syariah akan disambut dan diterima dengan baik oleh masyarakat dan dapat bersaing dengan bisnis lainnya, selain itu masyarakat juga mendapat keuntungan yaitu bisa berbelanja

dengan hati yang tenang di minimarket syariah yang akan menjamin kehalalan pada produk dan prosedurnya.

Sebagai pebisnis muslim sudah seharusnya mengikuti peraturan dan tata cara yang telah diatur oleh agama, agar bisnis tidak hanya dapat dipandang sebagai tempat untuk memperoleh keuntungan sebesar-besarnya namun juga dengan tujuan untuk memberikan pertolongan kepada orang yang membutuhkan dan dapat memperoleh balas jasa yang diridoi Allah SWT.

Hal ini juga terdapat pada ayat Al-Qur'an yang berbunyi:

وَمَا كَانَ لِمُؤْمِنٍ وَلَا لِمُؤْمِنَةٍ إِذَا قَضَى اللَّهُ وَرَسُولُهُ أَمْرًا أَنْ يَكُونَ لَهُمُ  
الْخَيْرَةُ مِنْ أَمْرِهِمْ وَمَنْ يَعْصِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ ضَلَّ ضَلًّا مُبِينًا

Artinya : “Dan tidak pantas bagi laki-laki yang mukmin dan tidak (pula) bagi perempuan yang mukmin, apabila Allah dan Rasulnya telah menetapkan suatu ketetapan, akan ada bagi mereka pilihan (yang lain) tentang urusan mereka. Dan barang siapa mendurhakai Allah dan Rasulnya maka sesungguhnya dia telah sesat dengan kesesatan yang nyata.” (Surat Al-Ahzab : 36).

Dari potongan ayat tersebut dapat dijelaskan bahwa seorang muslim harus menjalankan ketetapan yang telah diatur oleh agama. Hal ini juga berlaku bagi seorang muslim yang sedang terlibat dalam urusan bisnis dan berinteraksi dengan dua pihak yaitu, yang pertama dengan sesamanya (manusia) yang melakukan interaksi jual beli antara penjual dan pembeli dan yang kedua dengan sang khalik yaitu Tuhan yang memberikan

pengetahuan tentang bisnis sesuai dengan prinsip-prinsip equalitas dan keadilan. Dengan demikian pelaku bisnis muslim dapat menjalankan bisnis tanpa adanya kesesatan pada agama (Ahmad, 2003, p. 115).

Dalam buku yang ditulis oleh Azhari Akmal Taringan menurut K. Bertens etika merupakan pegangan bagi individu ataupun kelompok yang didalamnya berisi tentang norma dan nilai moral yang harus dipatuhi dan dilaksanakan. Etika juga disebut dengan kode etik yaitu sebuah kumpulan asas atau ilmu tentang suatu hal yang baik dan buruk (Taringan, 2016, p. 29).

Tujuan dari adanya filsafat tentang etika yaitu untuk dapat membedakan antara yang baik dan buruk serta yang benar dan salah dalam segala hal agar manusia dapat bertindak sesuai dengan yang telah ditetapkan demi keselamatan dan kesejahteraan dalam menjalani hidup. Dengan demikian manusia harus memahami, memutuskan, dan melaksanakan tindakan apa yang harus dilakukan dan tindakan apa pula yang harus ditinggalkan atau tindakan mana yang boleh dijalankan dan tindakan mana yang tidak boleh dilakukan (Hafid, 2014, p. 15).

Etika bisnis Islam merupakan proses berfikir, sebuah tindakan, dan argumen yang dijalankan untuk melakukan suatu bisnis yang menguntungkan semua pihak dengan berpatokan



atau bersumber pada Al- Qur'an dan Al- Hadist. Pebisnis yang menerapkan bisnisnya dengan berprinsip pada Syar'i tidak hanya mendapatkan keuntungan secara materi tetapi juga mendapat keberkahan dari Allah SWT. Menurut Syed Nawab Haider N. menjelaskan bahwa langkah awal yang penting dalam merumuskan kaidah-kaidah perilaku ekonomi islam adalah menyusun sistem aksioma yang mampu menangkap spirit etik islam diantaranya yaitu, keesaan (Tauhid), keseimbangan/kesejajaran (al-Adl wa Al-Ihsan), kehendak bebas (ikhtiyar), dan tanggung jawab (Fardh) (Naqvi, Menggagas Ilmu Ekonomi Islam, 2009, p. 34).

Di daerah Jawa Timur, tepatnya di Sumenep Madura, persaingan antara minimarket konvensional dan minimarket syariah semakin pesat. Meskipun minimarket konvensional masih mendominasi daerah Sumenep namun minimarket syariah tidak kehilangan eksistensinya. Salah satunya yaitu minimarket Kancakona yang berdiri dengan koridor syariah yang memberikan pelayanan maksimal serta bersaing secara sehat. Berdirinya minimarket ini bertujuan untuk membangun kesejahteraan kepada masyarakat sekitar dan dengan motto "belanja hemat yang terpercaya" memberikan kesempatan kepada setiap masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya sehari-

hari dengan berbelanja dengan aman, nyaman, dengan harga terjangkau, dan menerapkan prinsip syar'i.

Minimarket Kancakona diresmikan pada tanggal 20 januari 2019 yang berlokasi di Jalan Raya Ganding Kabupaten Sumenep. Lokasinya cukup strategis karena berdekatan dengan pasar tradisional dan tepat di persimpangan jalan serta berada di wilayah perkampungan sehingga mudah di kenal dan di jangkau oleh masyarakat sekitar. Nama toko ini juga cukup unik karena diambil dari kosa kata daerah sendiri yaitu bahasa Madura. Nama Kancakona terdiri dari dua kata yaitu Kanca yang memiliki arti teman dan Kona yang berarti lama jadi, dalam bahasa Indonesia Kancakona artinya teman lama.

Berdirinya minimarket Kancakona ini disambut dengan baik dan antusias oleh masyarakat sekitar, dengan menggunakan strategi pemasaran yang digunakan cukup efektif untuk menarik konsumen dimana konsumen mendapat harga terendah untuk pembelian seluruh produk selama 3 bulan pertama. Kemajuan minimarket ini cukup cepat, hal ini dikarenakan telah diresmikan cabang baru di Kabupaten Sumenep yaitu pada tanggal 29 November 2020 di Kecamatan Rubaru, tanggal 9 Juni 2021 di Kecamatan Banasare dan dalam proses pendirian di Kecamatan Ambunten.

Seluruh produk yang terdapat pada minimarket Kancakona memiliki label halal dan logo resmi MUI. Selain produk halal, minimarket Kancakona juga memperhatikan proses masuknya barang melalui agen, reseller, dan lainnya yang harus diketahui asal usulnya, karena apabila dalam prosesnya ditemui hal yang tidak sesuai syariah maka barang tersebut dapat dinilai haram. Minimarket Kancakona ini sangat menjaga kepercayaan masyarakat sebagai konsumen oleh karena itu, untuk dapat mempertahankan kepercayaan dan kepuasan konsumen, minimarket ini sangat berhati-hati dalam melaksanakan aktivitas distribusinya.

Seluruh bentuk aktivitas kerja dan operasional yang ada di minimarket Kancakona disesuaikan dengan aturan islam berhubung bisnis ritel ini mengusung nama syariah. Dengan demikian minimarket ini berupaya untuk menerapkan kebijakan sesuai syariah seperti, mengawali pembacaan Ayat suci Al-Qur'an yang dilakukan seluruh karyawan sebelum bekerja, meluangkan waktu untuk shalat, berpakaian yang sopan rapi, dan lain sebagainya. Karyawan minimarket Kancakona juga berusaha untuk memberikan pelayanan prima sesuai dengan tugas dan tanggung jawabnya masing-masing agar konsumen merasa puas sehingga tidak ada keluhan yang diajukan. Fasilitas yang disediakan tergolong lengkap karena memiliki tempat

parkir gratis, tersedia keranjang belanja, tersedia AC, serta kondisi toko yang bersih yang bertujuan agar konsumen merasa nyaman saat berbelanja.

Minimarket Kancakona memberlakukan aturan dalam setiap kegiatan operasionalnya secara syariah yaitu dengan menaati setiap ketentuan dan batasan dalam berbisnis sesuai dengan pedoman Al-Qur'an dan Hadist. Oleh karena itu minimarket ini harus menerapkan konsep aksioma etika bisnis islam yaitu, keesaan (Tauhid), keseimbangan/kesejajaran (al-Adl wa Al-Ihsan), kehendak bebas (ikhtiyar), dan tanggung jawab (Fardh). Dengan memenuhi semua konsep tersebut maka minimarket Kancakona dapat ditetapkan menjadi minimarket syariah yang dapat mengembangkan bisnis dengan lebih baik demi mencapai kemajuan yang diharapkan dan dapat bersaing dengan bisnis ritel lainnya.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana minimarket syariah menerapkan konsep aksioma etika bisnis islam. Minimarket kancakona dipilih sebagai objek penelitian karena minimarket ini dikenal sebagai bisnis ritel yang senantiasa melaksanakan operasional sesuai syariah. Selain itu minimarket kancakona juga membutuhkan waktu yang singkat dalam mengembangkan bisnisnya, hal ini dibuktikan dengan berdirinya satu cabang per tahunnya terhitung sejak tahun 2019

resmi berdiri minimarket Kancakona di Kecamatan Ganding pada tahun 2020 resmi berdiri cabang minimarket Kancakona di Kecamatan Rubaru, pada tahun 2021 resmi berdiri cabang minimarket Kancakona di Kecamatan Banasare, dan tahun 2022 mendatang dalam proses pendirian cabang minimarket Kancakona di Kecamatan Ambunten.

Dengan demikian peneliti tertarik untuk mendalami bagaimana penerapan etika bisnis islam yang dilakukan di Minimarket Kancakona Sumenep. Maka penulis memberikan judul “IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA RITEL SYARIAH DI MINIMARKET KANCAKONA KECAMATAN GANDING KABUPATEN SUMENEP”.

#### **B. Identifikasi dan Batasan Masalah**

Berdasarkan pemaparan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka penulis memperoleh beberapa identifikasi masalah yang berkaitan dengan penjelasan tersebut, diantaranya yaitu sebagai berikut:

1. Penerapan aksioma etika bisnis islam di minimarket Kancakona Kecamatan Ganding Sumenep.
2. Sistem kerja yang berlaku dan diterapkan di minimarket Kancakona Kecamatan Ganding Sumenep.

3. Faktor yang menjadi pendukung dan penghambat penerapan etika bisnis islam di minimarket Kancakona Kecamatan Ganding Sumenep.
4. Penerapan etika bisnis islam terhadap tingkat kepuasan dan kepercayaan masyarakat di minimarket kancakona Kecamatan Ganding Sumenep.
5. Dampak penerapan etika bisnis islam terhadap kemajuan minimarket Kancakona Kecamatan Ganding Sumenep.

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah penulis temukan sesuai penjelasan diatas, maka penulis membatasi masalah yang diangkat agar pembahasan dalam penelitian ini sesuai dengan yang diharapkan oleh penulis. Batasan masalah pada penelitian ini yaitu mengenai sistem kerja yang berlaku di minimarket Kancakona dan penerapan aksioma etika bisnis islam di minimarket Kancakona Kecamatan Ganding Kabupaten Sumenep.

#### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis paparkan, maka rumusan masalah yang dapat diajukan dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana sistem kerja yang ada di minimarket kancakona Kecamatan Ganding Kabupaten Sumenep?

2. Bagaimana implementasi etika bisnis islam di minimarket kancakona Kecamatan Ganding Kabupaten Sumenep?

#### **D. Kajian Pustaka**

Pada penelitian ini penulis mencantumkan beberapa penelitian sebelumnya dengan tema, judul, dan objek yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Skripsi yang ditulis oleh Nila Astuti Harahap dengan judul “Analisis Penerapan dan Dampak Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis pada Supermarket De’halal Mart Yogyakarta” membahas tentang penerapan prinsip etika bisnis islam dan pengaruhnya terhadap kemajuan supermarket yang ada di Yogyakarta yaitu De’halal Mart. Adapun beberapa hal kemajuan bisnis yang menjadi aspek prameternya yaitu modal, pendapatan, volume penjualan, dan tenaga kerja. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kualitatif, pengumpulan data melalui wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa supermarket De’halal Mart telah melaksanakan kegiatan bisnisnya dengan sesuai syariah, karena Supermarket De’halal Mart sangat mengedepankan nilai-nilai syariah. Dapat disimpulkan bahwa Supermarket De’halal Mart mendapatkan kepercayaan dan kesetiaan dari konsumen sehingga supermarket ini dapat meraih kemajuan dalam bisnisnya (Harahap, 2018).

Skripsi yang ditulis oleh Mochammad Yunus dengan judul “Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi kasus pada UKM Bandeng Tandu Kedal) yang membahas tentang pengaruh dari etika bisnis islam dan kualitas dari suatu produk terhadap tingkat loyalitas konsumen. Penelitian ini dilakukan pada UKM Bandeng di Kabupaten Kendal Jawa Tengah. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini meliputi seberapa besar keberhasilan menggunakan strategi etika bisnis islam dan kualitas produk dalam mempertahankan loyalitas konsumen. Aspek yang di bahas yaitu keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, kinerja dan kehandalan. Metode pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengumpulan data pada penelitian ini melalui wawancara, kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Proses pengolahan data yang telah dikumpulkan selanjutnya diukur dengan bantuan uji SPSS. Disimpulkan bahwa pengaruh etika bisnis islam dan kualitas suatu produk dapat berpengaruh pada loyalitas konsumen, hal ini dikarenakan kecenderungan konsumen yang loyal memiliki kepercayaan yang diperoleh dari kualitas dan pelayanan yang memuaskan dan terpercaya (Yunus, 2019).

Penelitian yang ditulis oleh Khusnul Khotimah dengan judul “Implementasi Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam di Aflah



Bakery Yogyakarta” yang membahas tentang bagaimana penerapan prinsip etika bisnis islam pada salah satu kedai roti di Yogyakarta yaitu di Aflah Bakery. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi lapangan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Permasalahan yang diangkat yaitu proses penerapan etika bisnis islam dan dari penelitian ini diperoleh bahwa Aflah Bakery telah menerapkan 7 prinsip etika bisnis islam diantaranya jujur dalam takaran (quantity), menjual barang yang baik mutunya (quality), tidak menggunakan sumpah (al-qasm), longgar dan bermurah hati (tatsamuh dan taraahum), membangun hubungan baik (interrelationship/silat al-rahym), tertib administrasi dan menetapkan harga transparan, dari ketujuh prinsip tersebut terdapat salah satu prinsip yang belum maksimal yaitu pada administrasi (Khotimah, 2017).

Tugas akhir dari Nani Utami yang berjudul “penerapan etika bisnis islam terhadap jual beli online sistem *dropshipping* di ritel wilayah ponorogo”. penelitian ini membahas tentang jual beli melalui internet atau yang disebut jual beli online menggunakan media elektronik untuk menjual barang dan jasa. Sistem penjualan yang digunakan yaitu melalui *dropshipping* yaitu suatu penjualan yang melibatkan tiga pihak yaitu *supplier*/toko sebagai pemilik barang, pembeli, dan *dropshipper*

sebagai perantara antara penjual dan pembeli. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan observasi. Adapun aspek etika bisnis islam yang menjadi variabel yaitu keesaan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan kebenaran. Hasilnya didapatkan bahwa jual beli online dengan sistem *dropshipping* di Ponorogo belum menerapkan prinsip etika bisnis islam, hal ini dikarenakan pihak *dropshipper* masih melakukan kecurangan pada produk yang tidak sesuai pesanan dan tidak bertanggung jawab serta mengutamakan keuntungannya/kepentingan pribadi (Utami, 2018).

Skripsi dari Fina Sundari yang berjudul “strategi promosi pengembangan wisata pinus *Ecopark* melalui media sosial dalam perspektif etika bisnis islam” membahas tentang promosi yang dilakukan secara online untuk pengembangan salah satu wisata yang ada di Lampung Barat dari perspektif etika bisnis islam. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Yang menjadi variabel pembahasannya yaitu strategi untuk mempromosikan wisata ini agar peminatnya semakin bertambah dan tidak kalah saing dengan wisata lain yang dilihat dari sisi etika bisnis islam diantaranya keesaan, keseimbangan (adil), kehendak bebas,

bertanggung jawab, dan kejujuran. Strategi promosi yang dilakukan di wisata ini dengan cara periklanan menggunakan media sosial (google, youtube, facebook, instagram), penjualan personal, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan pemasar langung. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam melakukan strategi promosi wisata pinus ecopark telah melakukan promosi sesuai dengan etika bisnis islam, namun ada suatu hal yang menjadi permasalahan yaitu adanya kekecewaan dari pengunjung karena spot foto yang tidak sesuai dengan postingan yang ada di media sosial, ketidak sesuaian tersebut dikarenakan pengelola wisata yang kurang memperhatikan spot foto yang sudah lama dan tidak segera diperbaharui, sehingga membuat kekecewaan dari para pengunjung (Sundari, 2020).

Dari kajian penelitian yang telah dipelajari peneliti, pada dasarnya memiliki substansi yang berbeda dengan fokus dalam penelitian ini. Mengenai hal tersebut, maka peneliti mengangkat tema yang berjudul **“Implementasi Etika Binsis Islam pada Ritel Syariah di Minimarket Kancakona Kecamatan Ganding Kabupaten Sumenep.”**

**Tabel 1.1**  
**Perbandingan Penelitian Terdahulu**

No	Judul dan Peneliti	Hasil	Persamaan dan Perbedaan
1.	Analisis Penerapan dan Dampak Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis pada Supermarket De'halal Mart Yogyakarta. (Nila Astuti Harahap)	Kemajuan bisnis yang menjadi aspek prameter pada penelitian ini mengenai modal, pendapatan, volume penjualan, dan tenaga kerja yang dapat diperoleh dengan menerapkan etika bisnis islam. Berdasarkan penelitian yang dilakukan didapatkan hasil supermarket De'halal mart mengedepankan nilai-nilai syariah dalam operasional kerjanya serta mendapat kepercayaan dari konsumen sehingga memungkinkan adanya kemajuan pada bisnis ini.	Persamaan: Sama-sama membahas mengenai implemetasi etika bisnis islam dalam bisnis ritel.  Perbedaan: Penelitian terdahulu membahas tentang pengaruh dari menerapkan etika bisnis islam terhadap kemajuan bisnis, Sedangkan penelitian ini menitikberatkan pada sistem kerja di minimarket Kancakona yang disesuaikan dengan konsep etika bisnis islam.
2.	Pengaruh	Loyalitas adalah	Persamaan: Sama-sama

	<p>Etika Bisnis Islam dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi kasus pada UKM Bandeng Tandu Kedal), (Mochammad Yunus)</p>	<p>suatu bentuk kepercayaan dan kesetiaan dari konsumen. Penerapan etika bisnis islam pada bisnis UKM tahu kendal ini merupakan suatu strategi dan upaya yang digunakan untuk mempertahankan loyalitas konsumennya. Aspek bahasan dalam penelitian ini yaitu keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, kinerja dan kehandalan. Berdasarkan penelitian ini etika bisnis islam berpengaruh positif terhadap <i>loyalty</i>, karena kesetiaan konsumen dipengaruhi oleh suatu hal yang</p>	<p>menggunakan konsep etika bisnis islam atau aksioma etika bisnis islam yaitu keesan, keseimbangan, kehendak bebas, dan tanggung jawab.</p> <p>Perbedaan: Penelitian terdahulu dilakukan untuk meneliti pengaruh dari etika bisnis islam yaitu keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, kinerja dan kehandalan terhadap loyalitas konsumen, sedangkan penelitian ini membahas tentang implementasi etika bisnis islam mulai dari pengambilan barang dari beberapa agen, kualitas barang, operasional kerja, pelayanan, hingga proses distribusi sampai ke tangan konsumen.</p>
--	---	---	--

		menuaskan baik dari pengelolaan produk, kualitas pruduk dan pelayanan yang memuaskan.	
3.	Implementasi Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam di Aflah Bakery Yokyakarta, (Khusnul Khotimah)	Prinsip etika bisnis islam yang menjadi bahsan dibagi menjadi 7 yaitu, jujur dalam takaran (quantity), menjual barang yang baik mutunya (quality), tidak menggunakan sumpah (al-qasm), longgar dan bermurah hati (tatsamuh dan taraahum), membangun hubungan baik (interrelationship/al-rahym), tertib administrasi dan menetapkan harga transparan. dari ketujuh prinsip tersebut Aflah Bakery telah menerapkannya dengan baik namun	<p>Persamaan: Pada penelitian sebelumnya dan penelitian ini menggunakan tema yang sama yaitu implementasi etika bisnis islam.</p> <p>Perbedaan: Pada penelitian sebelumnya membahas tentang 7 prinsip-prinsip dasar etika bisnis islam. Sedangkan pada penelitian sekarang membahas tentang implementasi konsep etika bisnis islam diantaranya yaitu keesaan (Tauhid), keseimbangan/kesejajaran (al-Adl wa Al-Ihsan), kehendak bebas (ikhtiyar-Freewill), dan tanggung jawab (Fardh).</p>

		ada salah satu prinsip yang masih belum terlaksana sepenuhnya yaitu pada administrasi.	
4.	penerapan etika bisnis islam terhadap jual beli online sistem <i>dropshipping</i> di ritel wilayah Ponorogo, (Nani Utami)	Membahas tentang penerapan etika bisnis islam yang meliputi kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan kebenaran dalam sistem penjualan <i>dropshipping</i> . Hasil penelitian ini menunjukkan sistem <i>droshippng</i> di Ponorogo belum memenuhi etika bisnis islam karena sering adanya barang yang tidak sesuai dan tidak memberikan pertanggungjawaban .	Persamaan: Tema yang digunakan pada penelitian dahuu dan penelitian ini sama-sama menggunakan aksioma etika bisnis islam.  Perbedaan: Pada penelitian terdahulu membahas penerapan etika bisnis islam pada jual beli online secara <i>dropshipping</i> yang berlokasi di wilayah Ponorogo, sedangkan pada penelitian sekarang membahas tentang penerapan etika bisnis islam pada bisnis ritel di minimarket kancakona wilayah Sumenep.
5.	strategi promosi	variabel pembahasan di sisi etika bisnis	Persamaan: Sama-sama menggunakan aksioma

	<p>pengembangan wisata pinus <i>Ecopark</i> melalui media sosial dalam perspektif etika bisnis islam, (Fina Sundari)</p>	<p>islam diantaranya keesaan, keseimbangan (adil), kehendak bebas, bertanggung jawab, dan kejujuran. Dan variabel strategi promosi iklan di media sosial, penjualan personal, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung. Penelitian ini menunjukkan strategi promosi wisata pinus ecopark telah melakukan promosi sesuai dengan etika bisnis islam, namun ada hal yang menjadi permasalahan yaitu kekecewaan dari pengunjung karena spot foto yang tidak sesuai dengan postingan di media sosial.</p>	<p>etika bisnis islam dalam interpretasi ke dalam penerapannya sesuai subjek yang diteliti.</p> <p>Perbedaan: Penelitian sebelumnya membahas tentang strategi promosi pengembangan wisata dari perspektif etika bisnis islam. Sedangkan pada penelitian sekarang membahas tentang implementasi etika bisnis islam pada operasional bisnis ritel di minimarket syariah.</p>
--	--	--	--



### **E. Tujuan Penelitian**

Dari penjelasan dan rumusan masalah diatas, penulis merumuskan tujuan penelitian yang ingin dicapai yaitu

1. Untuk mengetahui sistem kerja yang dilaksanakan di minimarket kancakona Kecamatan Ganding Kabupaten Sumenep.
2. Untuk mengetahui konsep etika bisnis islam yang di terapkan di minimarket kancakona Kecamatan Ganding Kabupaten Sumenep.

### **F. Kegunaan Hasil Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat secara Teoritis
  - a. Sebagai sarana bagi peneliti untuk mempraktikkan teori-teori yang diperoleh selama perkuliahan dengan dunia kerja yang nyata dan dapat bahan kajian untuk memperluas pengetahuan atau wawasan dalam memahami kegiatan bisnis yang sesuai dengan syariat Islam.
  - b. Dapat digunakan sebagai referensi Tugas Akhir yang berkaitan dengan etika bisnis islam pada bisnis ritel. Serta menambah koleksi karya ilmiah bagi perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Ampel Surabaya.

- c. Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi perusahaan lain dalam mempraktikkan penerapan konsep etika bisnis islam dan dapat digunakan untuk melihat kondisi perusahaan saat ini yang mulai mengembangkan bisnisnya dengan tidak melenceng dari syariah sebagai strategi menghadapi kondisi persaingan usaha yang semakin kompetitif.
2. Manfaat secara Praktis
    - a. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan dan bahan pertimbangan bagi minimarket Kancakona dalam menyempurnakan Etika Bisnis Islam yang diterapkan di bisnis ritel ini.
    - b. Penelitian ini diharapkan menjadi bahan informasi pada penelitian lainnya sehingga dapat menjadi referensi tambahan untuk melengkapi kajian tersebut.

### **G. Definisi Operasional**

Untuk memudahkan pembaca memahami penelitian ini, maka diperlukan adanya pemaparan definisi dari judul penelitian, diantaranya yaitu:

Implementasi : Mengacu pada suatu tindakan untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan dalam suatu keputusan (Mulyadi, 2010, p. 15)

Etika Bisnis Islam : Merupakan suatu kegiatan bisnis yang aktifitas kerjanya menerapkan kaidah islam yang terdiri dari nilai dan norma syariah dengan tujuan untuk mendapat ridho dan berkah dari Allah SWT (Bambang, 2014, p. 5).

Ritel Syariah : Adalah bisnis yang bergerak di bidang jual beli dan berperan sebagai distributor dengan mempertimbangkan aspek-aspek islami (halal dan haram) (Alma, 2018, p. 21).

Minimarket : Adalah sebuah toko yang biasanya berlokasi di tempat yang strategis dan menjual kebutuhan sehari hari untuk memenuhi kebutuhan masyarakat misalnya Alfamart, Indomart dan lain lain (Wikipedia, 2020). Minimarket yang saya teliti yaitu Minimarket Kancakona yang berlokasi di Kecamatan Ganding Kabupaten Sumenep, Madura.

## **H. Sistematika Skripsi**

Sistematika penulisan penelitian ini dibagi menjadi lima bab dengan pembahasan disetiap babnya dengan tujuan untuk

memudahkan pembaca memahami dan mendalami penelitian ini.

Bab I pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, definisi operasional, dan sistematika skripsi.

Bab II landasan teori yang berisi pemaparan mengenai sistem kerja serta teori etika bisnis islam yang digunakan pada penelitian ini. landasan teori ini berasal dari buku, jurnal dan literatur lainnya.

Bab III metode penelitian yang berisi pendekatan penelitian yang digunakan, kerangka konseptual, pembatasan masalah, deskripsi data yang dikumpulkan, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, dan teknik analisa.

Bab IV hasil penelitian yang berisi pemaparan objek yang diteliti yaitu mengenai profil minimarket Kancakona, visi misi dan motto minimarket Kancakona, stuktur minimarket kancakona, lokasi minimarket kancakona, serta informasi mengenai minimarket kancakona.

Bab V pembahasan hasil penelitian yang berisi uraian data yang diperoleh dari penelitian, pada bab ini penulis memaparkan hasil dari wawancara dan observasi yang dilakukan.

Bab VI simpulan dan saran yang berisi kesimpulan dari penelitian yang juga merupakan jawaban dari rumusan masalah dan saran dari peneliti yang ditunjukkan kepada pihak-pihak yang berkaitan.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## **BAB II**

### **KERANGKA TEORI**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Etika Bisnis Islam**

Dalam berbagai istilah etika bisnis memiliki sebutan yang berbeda-beda di setiap Negara. Etika bisnis di Inggris dikenal dengan *corporate ethics* (etika korporasi), di Belanda *bedrijfesthiek* (etika perusahaan), dan di Jerman *unternehmensethik* (etika usaha) namun meskipun dalam bahasa yang berbeda cakupannya hanya tertuju pada satu pembahasan yaitu mengenai etika dalam menjalankan bisnis atau suatu usaha (Djakfar, 2012, p. 20).

Etika adalah sebuah pemikiran atau proses berpikir terhadap suatu hal yang dapat dinilai baik dan buruk. pemikiran tersebut berkaitan dengan sumber, dampak, dan upaya penerapannya. Timbulnya etika ini dikarenakan ada suatu hal (perbuatan atau ucapan) yang belum mendapatkan nilai atau suatu hal yang dianggap tidak sesuai dengan budaya di lingkungan sekitarnya (Subandi, 2014, p. 4).

Dalam Al-Qur'an juga mengatur tentang etika yang harus dilaksanakan oleh manusia yaitu dalam Surat At-Taubah ayat 71 yang berbunyi:

وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَيُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَيُطِيعُونَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ أُولَئِكَ سَيَرْحَمُهُمُ اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَكِيمٌ

Artinya : “Dan orang-orang yang beriman, laki-laki dan perempuan, sebagian mereka menjadi penolong bagi sebagian yang lain. Mereka menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar, melaksanakan salat, menunaikan zakat, dan taat kepada Allah dan Rasul-Nya. Mereka akan diberi rahmat oleh Allah. Sungguh, Allah Mahaperkasa, Mahabijaksana” (Surat At-Taubah : 71).

Bisnis adalah suatu kegiatan pertukaran yang bersifat material berupa barang, jasa ataupun uang yang dilakukan secara individu/ personal atau berkelompok/ lembaga dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dan memberikan manfaat satu sama lain. Ada beberapa alasan yang mempengaruhi berlangsungnya bisnis diantaranya, adanya kebergantungan atau kebutuhan satu sama lain, untuk mempertahankan atau meningkatkan gaya hidup, dan lain sebagainya (Fauzia, 2013, p. 12).

Dari pengertian diatas, maka segala perbuatan, argumen, dan lainnya harus memiliki etika termasuk dalam bisnis. Jadi, etika bisnis islam merupakan suatu usaha yang dijalankan tidak semata-mata hanya untuk memperoleh keuntungan saja

melainkan proses bisnis yang menerapkan kaidah-kaidah islami dalam setiap aktivitasnya, agar bisnis tidak hanya dipandang sebagai media untuk memperoleh keuntungan sebesar-besarnya namun dipandang terhormat dan terpuji karena mengedepankan nilai-nilai agama islam. Hadirnya etika bisnis islam ini menjadi suatu pembelajaran yang sangat penting, karena apabila hanya didasari oleh akal sehat manusia yang sejatinya memiliki ambisi besar, pandangan berbeda-beda, mudah terpengaruh, dan memiliki keinginan yang berlebihan, tentu saja akan mengalami kesulitan hingga tidak ditemukan titik terangnya untuk mengonsep etika bisnis. Oleh karena itu Etika Bisnis Islam hadir untuk membimbing manusia dalam mencapai keberkahan dalam bisnisnya, contoh pada suatu bisnis yang mengeluarkan sebagian harta untuk zakat, infaq, maupun shodaqoh sebagai rasa syukur atas pencapaian dalam bisnisnya, jika dilihat dari kepentingan berbisnis hal tersebut terlihat tidak produktif karena dinilai dapat merugikan dan mengurangi pendapatan, padahal kegiatan seperti berzakat, infaq, dan shodaqoh adalah suatu tindakan yang dinilai baik dan terhormat supaya seseorang terhindar dari sifat tamak dan menjadi budak dari hartanya sendiri (Bambang, 2014, p. 5). Berikut ini gambaran tentang pengertian konsep etika bisnis islam, yaitu :



- a. Etika merupakan proses berfikir tentang baik dan buruk
- b. Bisnis merupakan suatu usaha untuk memperoleh laba/keuntungan
- c. Islam adalah suatu agama yang berpedoman pada Al-Qur'an dan Hadist
- d. Etika Bisnis adalah proses berfikir tentang baik dan buruk dalam memperoleh keuntungan atau laba
- e. Bisnis Islam adalah suatu usaha untuk memperoleh laba berdasarkan Al-Qur'an dan Hadist
- f. Etika bisnis islam merupakan suatu pemikiran atau proses berfikir tentang baik dan buruk dalam memperoleh keuntungan atau laba yang di dasarkan atau berdasarkan sumbernya yaitu pada Al Qur'an dan Hadist.

Etika bisnis islam mengacu pada kegiatan bisnis yang sesuai dengan ajaran islami memiliki 2 penyesuaian, diantaranya yaitu Etos dan Etis. Yang berkaitan dengan dengan etos yaitu kerja keras dengan semangat yang sesuai dengan prinsip islami sedangkan etis yaitu mencari inovasi bisnis baru dan dapat memberi solusi dari perkembangan ekonomi saat ini yang sesuai dengan Al-Qur'an dan Hadist (2014, p. 5).

- 1) Aksioma/konsep etika bisnis islam

Dalam etika bisnis Islam dikenal 4 konsep yang dikemas dalam bentuk aksioma atau filsafat etika bisnis Islam sebagai kunci yang membentuk sistem etika bisnis Islam. Syed Nawab Haider Naqvi mengatakan bahwa langkah yang penting untuk merumuskan kaidah-kaidah ekonomi dalam ekonomi Islam yaitu dengan menyusun aksioma yang mampu menangkap secara tepat spirit-etika Islam (Naqvi, Menggagas Ilmu Ekonomi Islam, 2009, p. 34). Adapun Aksioma yang dimaksud diantaranya yaitu keesaan (tauhid), keseimbangan/ kesejajaran (al-adl wa al-ihsan), kehendak bebas (ikhtiyar), dan tanggung jawab (fardh) (Naqvi, Menggagas Ilmu Ekonomi Islam, Yogyakarta, p. 37).

a) Keesaan (Tauhid)

Yang dimaksud keesaan (tauhid) adalah rasa percaya secara maksimal kepada keesaan Allah SWT. Keesaan ini dapat di gambarkan dengan garis vertikal dimana sebagai bentuk penyerahan diri secara total kepada Dzat yang maha sempurna, seperti yang tertulis di Al-Qur'an :

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Artinya : Katakanlah (Muhammad),  
“Sesungguhnya salatku, ibadahku, hidupku dan matiku

hanyalah untuk Allah, Tuhan seluruh alam,(Surat Al An'am : 162).

Konsep ini tidak dimaksudkan untuk mengurangi kebebasan manusia akan tetapi sebagai arahan ke jalan yang terbaik dalam menerapkan kebebasan tersebut. Dengan demikian manusia bebas untuk memiliki namun jalan terbaik dalam kepemilikan tersebut ialah dengan memandangnya sebagai pemegang amanat atas yang dimiliki Tuhan (Naqvi, Menggagas Ilmu Ekonomi Islam, 2009, p. 39). Adapun pengaruh yang pasti akan dirasakan oleh seorang muslim terkait dengan konsep keesaan ini, yaitu:

*Pertama*, pandangan seorang muslim yang beranggapan bahwa segala yang ada di dunia ini adalah milik Allah semata. Karena ialah sang pencipta segalanya yang memiliki segalanya dan dapat pula merenggut segalanya.

*Kedua*, pemikiran seorang muslim yang menganggap semua manusia memiliki derajat yang sama dan kesuksesan yang sama namun tidak untuk di banggakan apalagi di puja-puja karena hanya Allah yang Maha Kuasadan juga Maha Esa. Seorang muslim tidak akan terpengaruh oleh kecenderungan mentuhankan manusia

lainnya atas menggelimangnya harta, cukup menerima apa adanya dari Allah SWT karena ia yang dapat memberikan dan mengambilnya pula.

*Ketiga*, kepercayaan bahwa Allah SWT akan dapat menolongnya dari segala kesulitan, dan memberikannya jalan keluar. Tidak ada yang dapat menyainginya, segala takdir setiap insan sudah ada dalam jalannya masing masing dan tidak ada yang bis mengubahnya kecuali Allah SWT.

*Keempat*, perilaku yang mencerminkan seorang muslim yang berakhlak dengan cara menaati perintahnya dan menjauhi larangannya karena Allah Maha Melihat lagi Mendengar, segala bentuk tindakan dan ucapan baik itu dilakukan secara terang-terangan maupun tersembunyi tidak akan lepas dari pengawasan Allah SWT, oleh karena itu seorang muslim berlomba-lomba berbuat kebaikan untuk mendapatkan rahmat darinya.

Adapun penerapan yang harusnya dilakukan oleh pelaku bisnis yang sesuai dengan konsep kesatuan atau keesaan ini, diantaranya yaitu:

- (1) Selalu berbuat adil dalam bisnis dan pihak- pihak yang ada di dalamnya mulai dari karyawan atau pemegang saham, pekerja, pemasok, konsumen atau

pembeli atau siapa saja berdasarkan warna kulit, ras, jenis kelamin, ataupun agama.

(2) Memiliki kebiasaan dan sifat yang baik dan dapat diteladani seperti tidak memaksakan kehendak orang lain dan senantiasa taat kepada aturan. Dengan memiliki kebiasaan yang mencerminkan seorang muslim berakhlak kebahagiaan akan selalu menghampirinya.

(3) Tidak menimbun kekayaan baik berupa uang atau barang karena dianggap menimbun kerugian bagi dirinya sendiri. Harta bukan lah segalanya, harta hanya bersifat sementara yang dapat dicari dan dapat hilang atau habis dengan sendirinya, namun amalan dan perilaku baik akan menjadi bekal penyelamat di akhirat kelak (Muhammad, 2002, p. 53 & 65).

b) Keseimbangan/ kesejajaran (*Al-adl wa Al-ihsan*)

Konsep ini berkaitan dengan konsep keesaan dimana kedua konsep *al-adl* dan *al-ihsan* menunjukkan keadaan yang seimbang/ sejajar. Jika pada konsep keesaan berkaitan dengan dimensi vertikal maka pada konsep keseimbangan/kesejajaran membentuk dimensi yang bersifat horizontal (Naqvi, Menggagas Ilmu

Ekonomi Islam, 2009, p. 41). Dalam Al- Qur'an dijelaskan dalam Surat An- Nahl ayat 90 yaitu:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ  
وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi bantuan kepada kerabat, dan dia melarang (melakukan) perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran” (QS. An- Nahl : 90).

Dalam penerapannya konsep ini berhubungan erat dengan perdagangan di mana transaksi yang dilakukan sesuai dengan ajaran islam. Ajaran yang dimaksud yaitu berperilaku jujur, tidak berbuat kecurangan dalam timbangan, menghitung dengan neraca yang benar, membuat takaran yang sesuai dengan porsinya serta membuat penyesuaian dalam spektrum hubungan- hubungan produksi, distribusi, konsumsi, dan sebagainya. Dalam islam sebuah perdagangan yang dinilai batil atau tidak sempurna adalah pedagang yang melakukan bisnis hanya untuk ingin terlihat dermawan dan dapat memiliki posisi yang terpandang di masyarakat. Islam juga sangat menentang sifat serakah dalam diri manusia untuk memiliki barang barang dan ingin memilikinya apapun caranya hingga melebihi batas

dan melanggar larangan Allah SWT (Muhammad, 2002, p. 55 & 66).

c) Kehendak bebas (ikhtiyar- *freewill*)

Dalam pandangan islam, manusia terlahir dengan memiliki kehendak bebas yaitu kemampuan untuk memilih diantara pilihan yang beragam. Manusia diberikan kebebasan namun ada batasannya, hal ini di karenakan manusia bisa saja memilih pilihan salah yang dapat merugikan dirinya sendiri dan orang lain. Dalam Al- Qur'an dijelaskan dalam Surat Al-Alaq ayat 6-7 yaitu:

اسْتَعْنُ رَأَاهُ أَنْ لِيَطْغَى الْإِنْسَانَ إِنَّ كَلَّا

Artinya : “Ketahuilah, sesungguhnya manusia benar-benar melampaui batas, apabila melihat dirinya serba cukup” (QS. Al-Alaq : 6-7).

Pandangan islam menekankan pentingnya pengambilan pembelajaran terhadap akibat tindakan individu yang tidak berkeadilan secara sosial. Akibat merupakan suatu bentuk konsekuensi yang diterima oleh seseorang atas tindakannya, apabila ia berbuat baik maka akibatnya baik pula namun apabila ia berbuat buruk maka akibat yang diterima buruk pula. Dengan adanya etika islam yang membatasinya bertujuan agar manusia

senantiasa menentukan pilihan yang benar (Naqvi, Menggagas Ilmu Ekonomi Islam, 2009, pp. 41- 45).

Dalam penerapan konsep kehendak bebas dalam bisnis islam, setiap pelaku bisnis memiliki kebebasan untuk melakukan bisnis yang akan di jalankannya namun disesuaikan dengan ketentuan dalam Islam. Misalnya kegiatan bisnis tidak boleh mengambil keuntungan yang didasarkan pada keserakahan, memperdagangkan barang yang halal, mengatur strategi penjualan yang tidak merugikan orang lain, dan sebagainya (Muhammad, 2002, pp. 66-67).

d) Tanggung jawab (*fardh*)

Segala perbuatan yang di lakukan harus di pertanggung jawabkan. Hal itulah yang ditekankan dalam islam karena ketika manusia bertekad untuk melakukan suatu hal maka akan di tuntutan pula pertanggung jawabannya. Seorang muslim memiliki tanggung jawab kepada Tuhannya, kepada dirinya, dan kepada orang lain di sekitarnya (Naqvi, Menggagas Ilmu Ekonomi Islam, 2009, p. 48). Hal ini pun tertulis dalam Al-Qur'an pada Surat Al-An'am Ayat 164, yaitu :



قُلْ أَعْبُدُوا اللَّهَ أَدْعِي رَبِّي وَأَهُوَ رَبُّ كُلِّ شَيْءٍ وَلَا تَكْسِبُ كُلُّ نَفْسٍ إِلَّا  
عَلَيْهَا وَلَا تَزِرُ وَازِرَةٌ وِزْرَ أُخْرَى ثُمَّ إِلَىٰ رَبِّكُم مَّرْجِعُكُمْ فَيُنَبِّئُكُم بِمَا  
كُنتُمْ فِيهِ تَخْتَلِفُونَ

Artinya: “Katakanlah (Muhammad), “Apakah (patut) aku mencari tuhan selain Allah, padahal Dialah Tuhan bagi segala sesuatu. Setiap perbuatan dosa seseorang, dirinya sendiri yang bertanggung jawab. Dan seseorang tidak akan memikul beban dosa orang lain. Kemudian kepada Tuhanmulah kamu kembali, dan akan diberitahukan-Nya kepadamu apa yang dahulu kamu perselisihkan” (Al-An’am : 164).

Sudah seharusnya manusia melakukan bisnis dalam ranah etika islam karena perlu disadari bahwa segala bentuk aktivitas perdagangan semata mata adalah anugerah dari Allah SWT. Manusia hanya harus melakukan bisnis yang sesuai dengan ketentuan dan aturan Islam dan dapat mempertanggung jawabkan segala bentuk tindakannya.

Dalam penerapan tindakan ini pelaku bisnis muslim harus bisa mempertanggung jawabkan segala tindakannya. Konsep tanggung jawab ini berkaitan erat dengan konsep lainnya yaitu konsep keesaan, konsep keseimbangan, dan konsep kehendak bebas. Segala perbuatan yang wajib harus di lakukan apabila itu adalah tindakan yang baik dan menghindari sikap tidak bermoral yang akan merugikan diri sendiri. Ada perbuatan wajib yang tidak boleh dilakukan karena hal

itu menentang Agama Islam seperti pada Nabi Ibrahim AS yang menolak kewajiban keluarganya ketika ayahnya memerintahkan untuk menyembah berhala. Selain itu, Rasulullah SAW berkata “*tanda-tanda orang munafik ada tiga: (1)apabila berkata, ia berdusta, (2)apabila berjanji, ia tidak penuhi, (3)apabila diberi amanat, ia berkhianat*”. Maka sebagai seorang muslim ketika beriktikad atau berjanji maka ia juga harus mentaati dan dapat memper-tanggungjawabkannya (Muhammad, 2002, p. 67).

## 2. Bisnis Ritel Syariah

Kata ritel berasal dari bahasa Perancis, *ritellier* yang berarti memecah, memotong, atau membagi menjadi bagian kecil. Bisnis ritel adalah kegiatan pemasaran dan penjualan barang dan jasa kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi bukan penggunaan bisnis. Bisnis ritel dibedakan menjadi dua yaitu bisnis ritel tradisional dan bisnis ritel modern. Perbedaan pada keduanya yaitu bisnis ritel tradisional tidak memperhatikan pemilihan lokasi, jenis barang dagangan tidak terarah, arus kas tidak terencana, keuangan tercampur dengan keuangan pribadi dan pengembangan bisnis tidak terencana sedangkan, bisnis ritel modern memilih lokasi yang strategis, barang dagangan disesuaikan dengan target pasar, arus kas

sangat terencana, keuangan terpisah dengan keuangan pribadi, dan pengembangan bisnis yang terencana (Sundari & Syaikhudin, 2021, pp. 1-3).

Bisnis ritel memiliki fungsi penting yang dapat meningkatkan nilai produk dan jasa yang diproduksi oleh produsen dan dijual kepada konsumen. Fungsi tersebut diantaranya menyediakan berbagai macam produk untuk kebutuhan konsumen, memecah produk menjadi ukuran kecil (barang ecer) yang menguntungkan bagi produsen dan konsumen, dan menyediakan jasa untuk melayani konsumen (Sundari & Syaikhudin, 2021, p. 4).

Bisnis ritel dinilai sangat penting bagi kehidupan masyarakat oleh karena itu islam memberi tuntunan dalam bidang usaha yang dikelola sesuai dengan pedoman Al-Qur'an dan Hadist oleh karena itu terciptalah bisnis ritel syariah. Bisnis ritel syariah adalah bisnis yang bergerak di bidang jual beli dan berperan sebagai distributor dengan mempertimbangkan aspek-aspek islami (halal dan haram) (Alma, 2018, p. 21)

Adapun barang yang boleh diperjualbelikan dalam Islam apabila memenuhi syarat-syarat berikut yaitu (Bakry, 1994, pp. 59-60) :

- a. Suci dan bersih barangnya

Suatu barang yang najis tidak sah dan tidak diperbolehkan untuk dijual dan menjadi objek bisnis.

b. Dapat memberi manfaat

Barang yang diperjual belikan dapat dimanfaatkan dan bermanfaat bagi manusia.

c. Dapat diserahkan

Yaitu barang yang diakadkan dapat dihitung waktu penyerahannya secara syariat.

d. Milik sendiri

Sebelum menjual barang pembeli harus memastikan barang tersebut telah dimiliki penuh oleh penjual, apabila barang yang dijual belum dimiliki sepenuhnya oleh penjual maka transaksinya tidak sah.

e. Dapat diketahui

Jika barang dan harga tidak diketahui atau salah satu dari keduanya tidak diketahui, maka jual beli tidak sah karena mengandung unsur penipuan. Jadi barang yang akan dijual harus diketahui dengan jelas mengenai bentuknya, kadarnya, sifatnya, dan harganya sehingga tidak terjadi penipuan.

Salah satu bisnis ritel yaitu minimarket. Minimarket adalah sebuah toko yang memiliki lokasi di tempat yang strategis dan menjual kebutuhan sehari hari untuk

memenuhi kebutuhan masyarakat misalnya Alfamart, Indomart dan lain lain (Wikipedia, 2020). Minimarket Syariah adalah bisnis yang berperan sebagai distributor karena menjual barang kepada konsumen akhir yang sistem operasionalnya berpedoman pada Al-Qur'an dan Hadist. Salah satu contoh minimarket Syariah di Madura yaitu Minimarket Kancakona yang berlokasi di Kecamatan Ganding Kabupaten Sumenep.

### 3. Sistem Kerja

Menurut Sedarmayanti sistem kerja merupakan rangkaian dari tata kerja dan prosedur kerja yaitu: (Sedarmayanti, 2009, p. 132)

#### a. Tata kerja

Tata kerja merupakan pelaksanaan suatu pekerjaan yang dilakukan seefisien mungkin dengan mengingat segi tujuan, tenaga, ruang dan waktu sehingga keberhasilan dapat tercapai.

#### b. Prosedur kerja

Prosedur kerja adalah rangkaian pekerjaan yang berkaitan satu sama lain sehingga menunjukkan urutan tahap demi tahap dalam menyelesaikan suatu tugas.

Jadi sistem kerja merupakan gabungan atau satu kesatuan antara tata kerja dan prosedur kerja yang membentuk suatu pola

tertentu dalam rangka melaksanakan dan menyelesaikan pekerjaan.

Pada umumnya sistem kerja di suatu perusahaan atau perkantoran memiliki karakteristik tersendiri sehingga perusahaan memiliki peraturan yang berbeda dengan perusahaan lainnya. adapun pelaksanaan kegiatan yang didasari oleh SOP dan peraturan dari perusahaan yang digunakan sebagai petunjuk dasar pelaksanaan dan pengawasan atas penyimpangan yang kemungkinan terjadi (Sedarmayanti, 2009, p. 134).

Pada minimarket biasanya memiliki kebijakan dan peraturan yang di buat dan disepakati bersama baik pada aspek SDM, pelayanan, informasi, perencanaan dan pengelolaan barang dagangan. Pada tata kerja biasanya mencakup mengenai penentuan kriteria karyawan, kerjasama dengan supplier dan sistem pelayanan, sedangkan prosedur kerja berhubungan dengan Standart Operasional Prosedur (SOP). peraturan kerja dan penentuan produk yang akan dijual. Pada penelitian ini penulis akan mencari informasi tentang sistem kerja pada minimarket Kancakona dan menghubungkannya dengan konsep etika bisnis islam.

## **B. Kerangka Konseptual**

Penelitian ini berasal dari pemikiran penulis mengenai perkembangan di minimarket yang semakin pesat. Minimarket

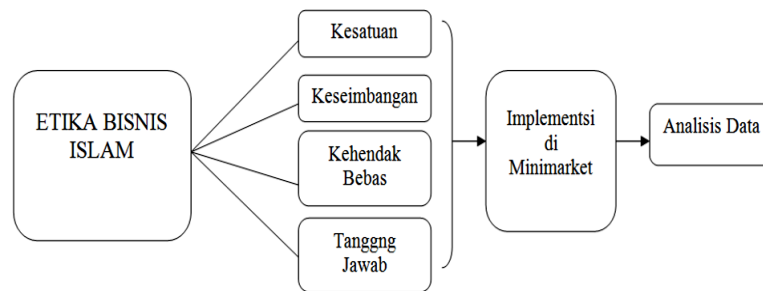
syariah kini menjadi pusat perhatian publik karena dinilai dapat memberikan pelayanan yang sesuai syariah, terutama di Indonesia mengingat mayoritas masyarakat yang beragama islam tentunya akan menjadi kabar menggembirakan karena telah hadir pusat belanja yang sesuai dengan ajaran islam.

Adapun yang menjadi pembahasan pada penelitian ini yaitu mengenai konsep etika bisnis islam yang terbentuk pada aksioma yaitu keesaan (Tauhid), keseimbangan/kesejajaran (al-Adl wa Al-Ihsan), kehendak bebas (ikhtiyar-Freewill), dan tanggung jawab (Fardh), yang diterapkan di minimarket berbasis syariah. Studi kasus dilakukan disalah satu minimarket yang ada di Sumenep yaitu Kancakona.

Empat variabel tersebut sangat berhubungan karena telah terbentuk dalam satu kesatuan menjadi aksioma. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Aksioma merupakan sebuah pernyataan yang dapat diterima sebagai kebenaran tanpa pembuktian. Hal ini didasari atas adanya hukum syariah yang berpedoman pada Al-Qur'an dan Hadist yang sudah berlaku sejak dulu dan tidak dapat dibantah.

### **Bagan 1.1**

#### **Kerangka Konseptual**



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A



### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Pendekatan Penelitian**

Berdasarkan pengambilan data pada penelitian ini maka pendekatan yang cocok digunakan yaitu pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu metode pengumpulan data yang dilakukan secara langsung melalui observasi, wawancara, kuesioner, dokumentasi mengumpulkan dan menganalisis data yang diperoleh kemudian menyusunnya menjadi tulisan yang struktural (Nawawi, 2012, p. 72). Pengumpulan data pada penelitian ini dengan observasi ke tempat (Minimarket Kancakona), wawancara kepada beberapa pihak, dan mendokumentasi hal-hal yang diperlukan.

##### **B. Pembatasan Masalah**

Pembatasan masalah bertujuan untuk membatasi masalah yang akan diteliti supaya data-data yang diperlukan dapat diperoleh secara rinci dan pembahasannya dapat disusun secara struktural sehingga dapat menjawab pertanyaan dari masalah yang ada di penelitian ini.

Pentingnya pembatasan masalah dibuat sebab selain faktor yang di bahas dalam penelitian ini masih ada faktor-faktor lainnya yang dapat berpengaruh dan apabila peneliti merekap semua faktor tersebut maka kemungkinan terjadi

kesimpangsiuran dalam menginterpretasikan hasil penelitian. Oleh karena itu peneliti membatasi masalah untuk memfokuskan penelitian ini pada implementasi etika bisnis islam pada minimarket Kancakona.

### **C. Deskripsi data**

Deskripsi data merupakan gambaran data yang diperoleh melalui pengumpulan data yang berguna untuk memperoleh informasi yang diperlukan agar akurat dan dapat dipahami. Berdasarkan pembahasan pada penelitian ini, peneliti mengumpulkan informasi sebagai gambaran pada objek yang diteliti yaitu sebagai berikut:

#### **1. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kabupaten Sumenep tepatnya di Desa Larangan Kecamatan Ganding dengan mempertimbangkan beberapa aspek, diantaranya yaitu:

- a. Mudah dijangkau dari tempat tinggal
- b. Mayoritas penduduk muslim
- c. Kondisi ekonomi masyarakat sekitar

#### **2. Bahan dan Alat Penelitian**

Bahan dan alat penelitian digunakan sebagai alat bantu agar penelitian yang dilakukan tidak hanya tulisan semata namun juga ada bukti dari aktivitas pengambilan data di lokasi penelitian. Adapun bahan dan alat penelitian yaitu:

a. Alat perekam suara

Digunakan sebagai alat bantu untuk merekam pembicaraan dengan informan saat proses wawancara berlangsung.

b. Alat pengambil gambar

Digunakan sebagai alat bantu untuk dokumentasi hal hal yang diperlukan saat melakukan kegiatan observasi, wawancara dan memperoleh data lainnya.

c. Pedoman Observasi

Digunakan sebagai alat bantu untuk memberikan petunjuk dalam wawancara.

d. Pedoman Wawancara

Digunakan sebagai alat bantu untuk memberikan petunjuk dalam observasi.

e. Alat tulis menulis

Digunakan sebagai alat bantu untuk mencatat, menganalisis, dan mendeskripsikan hal-hal yang berhubungan dengan aktivitas untuk memperoleh data.

### 3. Subjek Penelitian

Subjek penelitian disebut juga dengan informan (narasumber). Subjek penelitian adalah individu yang dijadikan sebagai pusat informasi yang dibutuhkan untuk mengumpulkan data dalam penelitian. Penentuan subjek dalam penelitian ini digunakan untuk menggali informasi secara mendalam. Oleh

karena itu penentuan subjek pada penelitian ini dilakukan dengan cara *purposive sampling* dimana pengambilan data dalam teknik ini ditentukan dengan menyesuaikan tujuan penelitian. Informan kunci pada penelitian ini adalah 1 orang Manajer Area. Sedangkan informan sekunder pada penelitian ini adalah 1 orang Kepala Toko dan 1 orang Asisten Kepala Toko di minimarket Kancakona.

#### **D. Sumber Data**

Sumber data dari penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang didapat secara langsung dengan cara observasi, wawancara, diskusi, dan kuesioner (Arikunto, 2006, p. 129). Pada penelitian ini data primer diperoleh dengan cara observasi ke minimarket Kancakona, wawancara dengan informan yang bersangkutan, dan dokumentasi. Sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber literatur yang sudah ada dan mudah ditemukan, misalnya di biro pusat statistik (BPS), jurnal, buku, laporan, dan karya tulis ilmiah lainnya. Sumber sekunder pada penelitian ini diperoleh dari buku, jurnal, skripsi, internet, dan lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Peneliti mengumpulkan dan menganalisis data dengan menggunakan beberapa teknik, yaitu sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi merupakan suatu kegiatan dimana peneliti harus berada di tempat yang dituju untuk mengumpulkan dan mendapatkan data yang dibutuhkan untuk penelitian (Subagyo, Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek, 1997, p. 63). Dengan demikian peneliti mendatangi langsung ke tempat penelitian untuk mengamati lingkungan sekitar dan memperoleh data yang dibutuhkan.

b. Wawancara

Wawancara merupakan kegiatan tanya jawab yang dilakukan oleh peneliti dan beberapa informan dengan tujuan untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan untuk penelitian (Yaniawati, 2017, p. 77). Dengan demikian peneliti akan memberikan beberapa pertanyaan yang diajukan kepada informan yang bersangkutan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Peneliti menggunakan alat bantu berupa perekam suara untuk merekam kegiatan wawancara dan alat tulis untuk mencatat hal penting.

c. Dokumentasi

Dokumentasi berupa data tertulis atau berkas-berkas penting yang dimiliki oleh perusahaan. Dari pengumpulan data ini penulis mendapatkan sumber pendukung berupa

berkas dan foto yang berkaitan dengan penelitian ini sebagai bukti dari penelitian yang dilaksanakan. Peneliti membutuhkan alat bantu berupa kamera atau ponsel untuk memperoleh gambar.

#### **F. Teknik Keabsahan Data (Triangulasi)**

Triangulasi dapat diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan dan juga berbagai waktu (Sugiono, 2008). Dalam hal ini peneliti menggunakan teknik triangulasi sebagai berikut:

- a. Triangulasi sumber data, peneliti mendapatkan sumber data berupa wawancara kepada pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian ini (karyawan dan konsumen minimarket Kancakona) dengan tujuan untuk mendapatkan data atau informasi sehingga memperoleh suatu fakta atau bukti mengenai masalah yang sedang diteliti.
- b. Triangulasi teknik pengumpulan data, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berasal dari hasil wawancara yang kemudian dicek kembali menggunakan dokumentasi yang sesuai dengan permasalahan sehingga mendapatkan hasil yang benar-benar sesuai dengan fakta yang ada.

#### **G. Teknik Pengolahan Data**

Pada penelitian ini teknik pengolahan data yang dilakukan menggunakan analisis penelitian kualitatif yang terdiri dari Editing, Penyajian data, dan Verifikasi.

a. *Editing*, adalah proses pemeriksaan kembali data dan informasi yang telah dikumpulkan. Dengan demikian peneliti akan mengecek data berdasarkan kelengkapan, kejelasan, dan keterkaitan data pada penelitian ini (Sugiono, 2008, p. 243). Dalam hal ini penulis akan memeriksa kembali data yang telah diperoleh dari informan Minimarket Kancakona, apabila data sudah lengkap maka akan dilanjutkan ke tahap berikutnya. Namun, apabila data yang diperoleh dirasa kurang lengkap maka penulis akan melakukan wawancara dan observasi kembali kepada informan yang bersangkutan.

b. *Organizing*, yaitu pengelompokan data dan penyusunan data yang diperoleh dari penelitian dan diperlukan sesuai dengan rancangan rumusan masalah yang dibuat dalam penelitian (Sugiono, 2008, p. 245)

c. Penemuan Hasil, yaitu dengan menganalisis data yang telah diperoleh dari penelitian untuk memperoleh kesimpulan mengenai fakta mengenai kebenaran yang ditemukan. Pada penemuan hasil ini juga merupakan jawaban dari rumusan masalah (Sugiono, 2008, p. 246)

## H. Teknik Analisis Data

Teknik analisa data pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian dengan metode Deskriptif-Kualitatif bertujuan menggambarkan suatu fenomena tertentu yang bertumpu pada prosedur penelitian sehingga menghasilkan suatu tulisan yang bersifat naratif (Nawawi, 2012, p. 72). Metode analisis yang digunakan diantaranya yaitu:

- a. Reduksi Data, yang dilalui oleh beberapa tahap pertama, editing, pengelompokan, dan meringkas data. Kedua, dengan menyusun catatan mengenai berbagai hal yaitu yang berkenaan dengan aktivitas serta prosesnya.
- b. Penyajian Data, yaitu suatu langkah mengorganisasikan data yaitu proses pengelompokan data satu dan lainnya yang dikaitkan sesuai dengan kerangka teori yang digunakan.
- c. Verifikasi, yaitu disebut juga dengan penarikan kesimpulan yang pada prosesnya peneliti akan mempertimbangkan berbagai hal untuk menarik sebuah kebenaran dan fakta di lapangan mengenai permasalahan yang diangkat (Pawito, 2007, p. 104).



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### A. Profil Minimarket Kancakona

##### 1. Sejarah berdirinya minimarket Kancakona

Minimarket Kancakona diresmikan pada tanggal 20 Januari 2019 di Kecamatan Ganding Kabupaten Sumenep. Pemilihan nama Kancakona diambil dari kosakata bahasa Madura yang terdiri dari dua kata yaitu “Kanca” artinya teman dan “Kona” artinya lama jadi “Kancakona” artinya teman lama. Pemilihan nama ini berasal dari kesepakatan para santri alumni pondok pesantren An-nuqayah yang tergabung menjadi suatu wadah atau organisasi dengan nama IAA (Ikatan Alumni An-nuqayah) dan minimarket ini berdiri dengan naungan CV Dharma IAA yang khusus membidangi di bidang usaha. Berdirinya Kancakona ini didasari oleh pemikiran alumni pondok pesantren An-nuqayah yang tetap ingin menjalin hubungan persaudaraan dan silaturahmi tanpa memberatkan semua pihak terutama dalam masalah biaya sehingga para alumni membentuk sebuah organisasi untuk mendirikan usaha agar dapat membantu meringankan masalah biaya apabila ada pertemuan, reuni, atau acara lainnya. Pada awalnya Kancakona ini hanya minimarket kecil namun, karena mendapat dukungan dan kepercayaan masyarakat menjadikan minimarket

Kancakona lebih maju dan dapat bersaing secara sehat dengan minimarket-minimarket lain yang lebih dulu berdiri.

Kancakona yang berperan sebagai bisnis ritel berbasis syariah memiliki tujuan menjadi corong tercapainya visi dan misi pondok pesantren An-nuqayah untuk menjadikan para santri menerapkan ajaran yang didapat selama di pondok dalam kehidupan sehari-hari termasuk dalam lingkup bisnis, oleh karena itu sebagian besar karyawan yang mengelola minimarket ini adalah alumni pondok pesantren An-Nuqayah. Selain itu, minimarket Kancakona hadir untuk memberikan peluang kerja bagi alumni untuk mencukupi kehidupan barunya setelah lepas dari masa belajar di pondok. Seiring dengan berjalannya waktu minimarket ini berhasil membuka cabang di lokasi yang berbeda yaitu di Kecamatan Rubaru dan Kecamatan Banansare. Pemilihan lokasi tersebut berdasarkan pertimbangan letak yang strategis, dekat dengan fasilitas umum, dan berada diantara pemukiman warga setempat.

Minimarket Kancakona menjual produk halal yang telah mendapatkan sertifikasi halal untuk produk yang berstandart nasional sedangkan untuk produk UMKM diberikan syarat-syarat khusus yaitu label produk, kode kedaluarsa, kemasan yang higienis dan isi yang halal. Ada berbagai macam produk yang dijual yaitu makanan, kosmetik, alat tulis menulis,

perlengkapan bayi, dan lainnya. Supplier produk-produk yang dijual di minimarket ini berasal dari mitra di daerah Sumenep dan perusahaan ternama.

## 2. Visi dan Misi Minimarket Kancakona

### a. Visi

“Menjadi wadah usaha bersama para alumni An-nuqayah yang kuat dan mandiri”

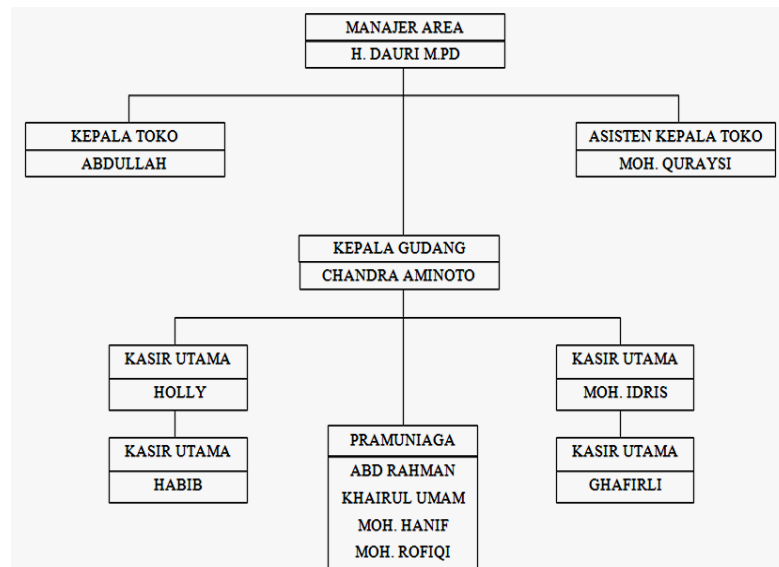
### b. Misi

- 1) Mempererat tali silaturahmi dan kekeluargaan antara Alumni Pondok Pesantren An-nuqayah serta masyarakat.
- 2) Menciptakan kerja yang profesional dengan menerapkan nuansa islami dalam perekonomian.
- 3) Meningkatkan kesejahteraan dengan mendayagunakan kerjasama produk UMKM yang diproduksi oleh masyarakat.

## 3. Struktur Organisasi

### Gambar 1.1

### Struktur Organisasi



Keterangan :

a. Manajer Area

Manajer area adalah anggota tim sekaligus pemimpin tim, manajer area berperan sebagai anggota tim manajer dikantor pusat dan juga berperan sebagai pimpinan anggota bawahannya di kantor cabang.

Tugas :

- 1) Mengawasi dan mengontrol pengelolaan area wilayah atau kantor cabang.
- 2) Mengelola operasional secara efektif dan efisien dan tetap pada koridor syariah;
- 3) Membantu pencapaian target pada masing-masing kantor cabang;
- 4) Memotivasi dan memberikan masihat atau masukan kepada bawahannya;

- 5) Peka terhadap suatu peluang dan ancaman yang ada;
- 6) Mampu memberikan informasi detail mengenai persaingan, kegiatan pesaing, peluang dan ancaman kepada tim manajer di kantor pusat dan mampu melakukan tindakan yang profesional.

b. Kepala Toko

Kepala toko adalah seseorang yang memimpin dan mengelola toko secara efektif dan efisien. Tugas kepala toko yaitu sebagai berikut:

Tugas :

- 1) Bertanggung jawab terhadap kelancaran kegiatan toko sesuai SOP;
- 2) Bertanggung jawab atas barang-barang di toko;
- 3) Manjadi perantara antara karyawan toko dengan manajer area;
- 4) Mengontrol dan mengecek keluar masuknya uang dan barang;
- 5) Membuat laporan penjualan setiap hari dan laporan setiap bulan;
- 6) Memberikan motivasi kepada karyawan lain supaya bekerja dengan semangat, efektif dan efisien.

c. Asisten Kepala toko

Asisten kepala toko adalah seseorang yang berperan sebagai wakil kepala toko untuk membantu kepala toko dan menggantikan kepala toko jika berhalangan masuk atau sedang cuti. Tugas asisten kepala toko tidak berbeda dengan kepala toko namun ada beberapa tambahan tugas yaitu:

Tugas :

- 1) Melakukan pengecekan stok barang baik secara manual dan di komputer;
- 2) Bertanggung jawab untuk mengecek supply barang yang datang;
- 3) Menyiapkan produk yang retur untuk ditukar dengan produk baru;
- 4) Bertanggung jawab untuk mengelola laporan dari supplier.

d. Kepala gudang

Kepala gudang adalah seseorang pimpinan gudang yang memiliki tanggung jawab penuh atas pengelolaan barang yang akan di distribusikan. Tugas kepala gudang yaitu:

Tugas:

- 1) Bertanggung jawab untuk membuat perencanaan atas pengadaan dan distribusi barang;

- 2) Mengontrol operasional gudang;
- 3) Bertanggung jawab mengecek persediaan barang di gudang dan di rak toko;
- 4) Mengawasi keluar masuknya barang sesuai SOP dan kebijakan toko;
- 5) Bertanggung jawab atas ketersediaan barang yang sesuai dengan kebutuhan dan pemesanan.

e. Kasir Utama dan Wakil Kasir

Kasir utama dan wakil kasir adalah seseorang yang bertugas untuk melayani konsumen, menerima pembayaran dari konsumen dan menjaga uang tersebut dengan cara menyimpannya di rak kasir. Tugas-tugasnya yaitu:

Tugas :

- 1) Melayani dan mengecek barang yang dibeli oleh konsumen;
- 2) Bertugas untuk membungkus barang yang dibeli konsumen;
- 3) Melakukan pengecekan barang yang dibeli konsumen dan menyerahkan notanya;
- 4) Membantu konsumen atas informasi ketersediaan barang, harga barang dan produk promo;
- 5) Bertanggung jawab untuk mencatat seluruh transaksi;

6) Melakukan pencatatan kas fisik dan melaporkan kepada atasan.

f. Pramuniaga

Pramuniaga adalah seseorang yang memiliki tugas utama untuk melayani dan membantu konsumen, adapun tugas lainnya yaitu:

Tugas :

- 1) Melayani konsumen yang membutuhkan bantuan;
- 2) Bertanggung jawab untuk menata barang di rak dengan rapi;
- 3) Bertugas untuk membuat papan promosi atas produk-produk promo dan mengemas produk berhadiah;
- 4) Menjaga kebersihan lingkungan toko.

4. Lokasi Minimarket Kancakona

Karakteristik lokasi minimarket Kancakona berada di wilayah pedesaan yang ramah dan nyaman. Selain itu minimarket ini terletak di area yang strategis yaitu di persimpangan jalan dan dekat dengan masjid, kantor pos, puskesmas, kantor polisi, pusat perbelanjaan pakaian di kecamatan Ganding dan pasar tradisional. Adapun nomor dan media online yang digunakan sebagai bentuk informasi dan pelayanan kepada konsumen yaitu:



- a. Alamat : Jl. Raya Ganding No. 635, Ketawang  
larangan Kabupaten Sumenep
- b. Telepon : 087807070087 / 081703550615
- c. Facebook : @Kacakona

#### 5. Fasilitas Minimarket Kacakona

Supaya konsumen merasa betah dan nyaman saat berbelanja minimarket Kacakona menyediakan beberapa fasilitas yaitu:

- a. Tempat parkir yang aman dan gratis
- b. Ruangan yang bersih, harum, dan nyaman
- c. Dilengkapi dengan AC (pendingin ruangan) dan penyetelan musik islami
- d. Tersedia keranjang belanja untuk memudahkan konsumen membawa barang belanjaan
- e. Tersedia kamar mandi

#### **B. Sistem Kerja Minimarket Kacakona**

Sistem kerja merupakan gabungan dari tata kerja dan prosedur kerja yang digunakan untuk mengatur dan mengelola lingkungan kerja dengan tujuan tercapainya target secara maksimal. Sistem kerja pada minimarket Kacakona terdiri dari kriteria karyawan, sistem pelayanan, strategi menarik konsumen, sistem pemilihan produk, kerjasama mitra, Standar Operasional Prosedur (SOP), dan disiplin kerja (Dauri, 2021).

a. Tata Kerja

Tujuan berlakunya tata kerja yaitu untuk mencapai suatu target yang terlaksana dengan maksimal oleh karena itu, untuk meraih target tersebut dibutuhkan SDM yang berkualitas dan berbudaya. Langkah awal yang dapat dilakukan yaitu dengan menentukan kriteria karyawan sesuai keinginan perusahaan. Kriteria karyawan di minimarket Kancakona yaitu:

a) Kriteria Karyawan

- 1) Pria beragama islam
- 2) Usia 19 - 27 tahun
- 3) Sehat jasmani dan rohani
- 4) Pendidikan minimal SMA/SMK sederajat (diutamakan lulusan pondok pesantren An-Nuqayah)
- 5) Sabar amanah dan bertanggung jawab
- 6) Tidak sedang bekerja di perusahaan lain (Dauri, 2021)

b) Kerjasama Mitra dan Produsen

Kerjasama merupakan suatu usaha yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang telah disepakati bersama. Minimarket kancakona memiliki tujuan untuk saling memberikan keuntungan baik bagi karyawan, konsumen, hingga supplier yang bekerjasama dengan minimarket ini.

Minimarket Kancakona bekerjasama dengan mitra dan produsen UKM yang ada di wilayah Kabupaten Sumenep. Untuk mendapatkan rekan kerja yang cocok, tepat, dan sesuai minimarket Kancakona menentukan beberapa kriteria yang harus dipenuhi oleh mitra dan produsen diantaranya yaitu:

- 1) Produk halal dan berkualitas
  - 2) Disiplin waktu
  - 3) Bertanggung jawab dan dapat dipercaya
  - 4) Memiliki akhlak yang baik
  - 5) Jujur, sopan, dan saling menghargai (Dauri, 2021)
- c) Konsep 4S 1T

Salah satu capaian target yang dimiliki perusahaan yaitu memperoleh kepercayaan dari konsumen sehingga perusahaan mendapat tempat di hati masyarakat dan selalu menjadi prioritas. Untuk memberikan pelayanan prima minimarket Kancakona memberlakukan konsep 4S 1T yang diterapkan dengan tujuan membuat konsumen merasa puas.

Konsep 4S 1T tersebut diantaranya:

- 1) Senyum : Memberikan senyum yang ramah dan manis kepada konsumen.
- 2) Salam : Mengucapkan salam “Assalamualaikum” atau mengucapkan “Selamat datang” dan

“Selamat berbelanja” dengan lembut dan ramah kepada konsumen.

- 3) Sapa : Memberikan sapaan melalui lisan atau gerakan yang bersahabat.
- 4) Sopan santun : Selalu bersikap baik dan dengan sigap membantu konsumen dengan ikhlas.
- 5) Terimakasih : Mengucapkan terimakasih dengan tulus setelah konsumen menyelesaikan transaksi (Dauri, 2021).

b. Prosedur Kerja

Tujuan prosedur kerja yaitu memberikan arahan dan tahapan pelaksanaan suatu tugas atau target yang ingin dicapai. Adapun prosedur kerja di minimarket kancakona dibentuk menjadi Standar Operasional Prosedur (SOP) dan disiplin kerja, yaitu:

a) Standar Operasional Prosedur (SOP)

Standart Operasional Prosedur (SOP) merupakan susunan sistem peraturan yang digunakan untuk mengatur suatu hal agar menjadi stuktural dan wajib ditaati oleh seluruh pihak yang bersangkutan. pada minimarket Kancakona yaitu:

- 1) Jam operasional dibuka pada pukul 07.00 WIB hingga pukul 22.00 WIB.

- 2) Seluruh karyawan wajib mengaji sebelum melakukan kegiatan kerja sesuai dengan jadwal shift masing masing.
- 3) Diberlakukan jam khusus di hari jum'at minimarket harus ditutup pada pukul 11.00 WIB hingga pukul 12.30 WIB untuk melaksanakan shalat jum'at berjamaah di masjid.
- 4) Karyawan diwajibkan memakai pakaian yang rapi diantaranya seragam karyawan sarung dan peci serta bekerja pada waktu yang telah ditetapkan.
- 5) Jam kerja karyawan di bagi menjadi 2 shift yaitu shift pertama mulai pukul 07.00 s.d 14.00 WIB, dan shift kedua mulai pukul 14.00 s.d 22.00 WIB.
- 6) Karyawan yang terlambat lebih dari 5 menit dan tidak masuk tanpa izin akan diberikan saksi.
- 7) Menciptakan kenyamanan lingkungan dan membangun keharmonisan dengan konsumen.
- 8) Seluruh karyawan wajib untuk menjaga sikap, menjaga lisan, dan menjaga perilaku, terutama pada konsumen.
- 9) Seluruh karyawan wajib menjaga dan memelihara kebersihan lingkungan kerja.

10) Karyawan wajib menghargai dan memahami setiap tugas dan tanggung jawab yang diberikan (Dauri, 2021).

b) Disiplin kerja

Disiplin kerja merupakan peraturan yang ditunjukkan kepada karyawan sebagai bentuk pembatasan agar karyawan dapat bekerja dengan fokus dan terkendali.

Disiplin kerja pada minimarket Kancakona yaitu:

- 1) Karyawan wajib mengisi absensi dan apabila absen kosong maka dianggap tidak masuk.
- 2) Karyawan diberikan toleransi keterlambatan selama 5 menit apabila keterlambatan dilakukan selama 3 hari berturut-turut maka akan diberikan sanksi.
- 3) Karyawan diberikan waktu selama 15 menit untuk melaksanakan shalat.
- 4) Apabila karyawan tidak bisa hadir untuk bekerja maka diwajibkan untuk ijin kepada atasan.
- 5) Seluruh karyawan tidak diperkenankan menggunakan ponsel pada saat waktu kerja kecuali dalam keadaan darurat.
- 6) Karyawan diharuskan untuk sigap dan siap melayani konsumen setulus hati dan melaksanakan pekerjaan dengan segera.

- 7) Seluruh karyawan wajib bantu membantu apabila ada konsumen atau karyawan lain yang membutuhkan bantuan.
- 8) Apabila karyawan melanggar aturan kerja maka akan diberikan sanksi ringan hingga pemecatan.
- 9) karyawan harus mematuhi protokol kesehatan 3M yaitu memakai masker, mencuci tangan, dan menjaga jarak.
- 10) seluruh karyawan wajib mematuhi peraturan yang ada di minimarket (Dauri, 2021).

c) Pemilihan Produk

Minimarket Kancakona tidak sembarangan dalam menerima produk yang akan dijual kepada konsumen. Minimarket ini berusaha untuk memberikan kualitas yang terbaik, oleh karena itu berlaku adanya kriteria bagi produk berstandart nasional dan produk UKM yang dapat diperjual-belikan di minimarket. kriteria untuk produk standar nasional meliputi:

- a. Berlabel halal
- b. BPOM
- c. Memiliki informasi produk
- d. Memiliki *barcode*
- e. Tidak rusak/ retur (Dauri, 2021)

Sedangkan pada produk UMKM memiliki kriteria sebagai berikut:

- a. Memiliki label produk
- b. kemasannya menarik dan higienis
- c. Memiliki keterangan kedaluarsa
- d. Isinya halal
- e. Harga yang terjangkau (Dauri, 2021)

### **C. Etika Bisnis Islam pada Minimarket Kancakona**

Minimarket Kancakona merupakan salah satu bisnis ritel yang menerapkan kegiatan operasional sesuai dengan prinsip syariah karena berhubung minimarket ini menyandang nama syariah di dalamnya. Perbandingan antara bisnis ritel syariah dengan bisnis ritel konvensional terletak pada prosedur kerja dimana pada bisnis ritel syariah menerapkan seluruh kegiatan kerja sesuai dengan etika bisnis islam yang didasari Al-Qur'an dan Al-Hadist. Pentingnya menerapkan etika bisnis islam yaitu agar bisnis tidak semata-mata hanya dipandang sebagai tempat untuk mengambil keuntungan saja namun dapat dipandang terhormat karena menjadi media bisnis yang mendapat berkah dan rahmat dari Allah SWT. Minimarket Kancakona dikenal sebagai minimarket berbasis syariah oleh masyarakat dikarenakan minimarket ini menggandeng nama pesanten yang terkenal di Kecamatan Ganding dan Guluk- Guluk yaitu pondok



pesantren An-nuqayah. Selain itu minimarket Kancakona juga berusaha untuk tetap pada pendiriannya dengan menerapkan nilai dan etika syariah dalam operasional kerjanya. Berikut ini pemaparan hasil wawancara yang berkaitan dengan variabel yang diangkat yaitu kesatuan atau keesaan, keseimbangan/kesejajaran, kehendak bebas, dan tanggung jawab. Informan pada penelitian ini terdiri dari tiga orang dengan jabatan yang berbeda informan pertama menjabat sebagai manajer area, informan kedua menjabat sebagai kepala toko yang baru diangkat pada tahun 2021 dan pernah menjabat sebagai kasir utama pada tahun 2019–2020, informan ketiga menjabat sebagai Asisten kepala toko yang baru diangkat pada tahun 2021 dan pernah menjabat sebagai pramuniaga pada tahun 2019–2020.

**Tabel 1.2**

**Informan Penelitian**

INFORMAN	NAMA	JABATAN
I	H. Dauri M.PD	Manajer Area
II	Abdullah	Kepala Toko
III	Moh. Quraysi	Asisten Kepala Toko
Tambahan	Faiqotul Himmah, Lutfi, Mohammad Bakri, Isti Wati	Konsumen

1. Keesan/kesatuan (Tauhid)

Dalam penerapan keesaan (tauhid) minimarket Kancakona menetapkan peraturan jam khusus khusus shalat bagi karyawan yaitu selama 15 menit setiap memasuki waktu shalat dan 1 jam untuk shalat jum'at. Dalam pelaksanaannya diperoleh data dari wawancara kepada informan.

Pendapat dari informan ABD yaitu :

“Untuk beribadah diberikan waktu 15 prosesnya dilakukan secara berjamaah kadang juga bergantian. khusus di hari Jum'at karena seluruh karyawan disini laki-laki jadi toko ini tutup jam 11.00 dan buka kembali jam 12.30 untuk shalat jum'at di masjid” (Abdullah, wawancara, 11 Juni 2021).

Pendapat dari informan MQ yaitu :

“Karakter setiap orang itu kan berbeda-beda ya mbak ada yang rajin ada juga yang malas, tapi kalo karyawan sini Alhamdulillah istiqomah semua selama saya jadi karyawan disini kita saling mengingatkan dan menyegerakan shalat jadi kalau sudah adzan karyawan yang rajin itu langsung ambil wudu langsung shalat setelah itu mengubrak karyawan lain untuk segera shalat, akhirnya kan karyawan yang malas itu tadi jadi rajin juga karena ada dorongan dari yang lain” (Quraysi, wawancara, 11 Juni 2021).

Untuk memperkuat pernyataan dari karyawan peneliti melakukan wawancara kepada beberapa konsumen yaitu kepada Ibu Faiqotul Himmah, Bapak Lutfi, Bapak Mohammad Bakri, dan Ibu Isti Wati. Konsumen FH mengatakan:

“Iya mbak setiap hari itu kalau sudah adzan karyawan disini gantian shalatnya terus kalau Jum'at itu ditutup nanti kalau sudah shalat jum'at buka lagi” (Faiqotul Himmah, wawancara, 19 Oktober 2021).

Konsumen berinisial LF juga mengatakan hal yang sama yaitu:

“Setau saya kalau setiap masuk waktu shalat karyawan yang ngelayanin itu gantian mbak ada yang shalat ada yang

ngelayani. Kalau hari jumat disini tutup sebentar buat shalat jum'at” (Lutfi, wawancara, 19 Oktober 2021).

Konsumen MB yang merupakan warga sekitar mengatakan:

“Iya ada buat shalat jumat karyawannya ke masjid semua, jam 11.00 tutup nanti jam 12.30 buka lagi. Kalau yang setiap hari pasti ada jam istirahatnya buat shalat sama makan” (Mohammad Bakri, wawancara, 20 Oktober 2021).

Konsumen IW mengatakan:

“Kurang tau karna saya ga sering ke sini setau saya hari jum'at tutup karena karyawannya kan laki semua mbak jadi shalat jum'at dulu ke masjid” (Wati, Wawancara, 20 Oktober 2021)

Berdasarkan pernyataan diatas karyawan di minimarket Kancakona melaksanakan ibadah dengan cara bergantian, setiap memasuki waktu Shalat sebagian karyawan bergegas melaksanakan shalat dan ada yang melayani konsumen. Khusus pada hari Jum'at diberlakukan penutupan lebih awal pada pukul 11.00-12.30 WIB untuk melaksanakan Shalat Jum'at berjamaah di Masjid terdekat.

Adapun kegiatan Islami yang wajib dilakukan secara rutin bagi seluruh karyawan Kancakona yaitu mengaji sebelum memulai pekerjaan, sesuai dengan wawancara kepada informan

Pendapat dari informan HD yaitu :

“Ada rutinan ngaji setiap hari sebelum minimarket dibuka dan setiap pergantian shif kerja, saya juga memberikan pembinaan dan penataan akhlak untuk karyawan baru yang diadakan selama seminggu sebelum karyawan mulai bekerja” (Dauri, 10 Juni 2021)

Pendapat dari informan ABD yaitu :

“Sebelum melaksanakan perkejaan masing-masing kami memulainya dengan mengaji yang dipimpin oleh satu orang, biasanya kami membaca surat yasin, surat surat pendek, atau tahlilan, ini juga berlaku untuk shift ke dua yang bekerja dari siang sampai malam. Rutinan ini dilakukan agar selama kami bekerja diberikan kelancaran, keselamatan, dan keberkahan” (Abdullah, wawancara, 11 Juni 2021).

Pendapat dari informan MQ yaitu :

“Kalau kegiatan islami dulu pernah mengadakan pengajian bersama kalau ga salah seminggu sebelum ramadhan, terus rutinan setiap pagi sebelum toko dibuka karyawan wajib ngaji dulu dan berlaku pada siang harinya ketika pergantian shif sebelum bekerja juga wajib ngaji dulu. Kami juga sangat menjaga silaturahmi jadi jika ada salah satu karyawan yang sakit kami jenguk atau jika ada kabar duka misalnya ada keluarga dari karyawan yang meninggal kami pasti datangi ke rumahnya untuk tahlil” (Quraysi, wawancara, 11 Juni 2021).

Minimarket Kancakona mengajarkan seluruh karyawan untuk mengawali kegiatan dengan pembacaan ayat suci Al-Qur'an dengan tujuan agar dalam pelaksanaan kegiatannya senantiasa mendapatkan berkat dan rahmat dari Allah SWT. Seluruh karyawan telah melaksanakan peraturan mengaji sebelum bekerja serta senantiasa peduli terhadap sesama dan menjaga silaturahmi sesuai dengan anjuran Rasulullah.

Selain itu minimarket Kancakona juga menyisihkan sebagian keuntungan untuk berzakat, sesuai dengan pernyataan informan yaitu:

Pendapat dari informan HD yaitu :

“Iya kami mengadakan zakat setiap tahunnya berupa sembako untuk diberikan kepada masyarakat di sekitar wilayah Minimarket dan Setiap tahun kami selalu memberikan THR bagi pelanggan setia atau konsumen yang berlangganan disini, THRnya berupa sarung atau pakaian dan berlaku pada semua

cabang yaitu wilayah Ganding, Banasare, dan Rubaru” (Dauri, wawancara, 10 Juni 2021).

Pendapat dari informan ABD yaitu :

“Kalau zakat ada tapi bukan uang mbak cuma bahan sehari-hari seperti gula, minyak goreng, mie, dan lain-lain yang diberikan setiap tahun biasanya pada saat ramadhan ke masyarakat sekitar dan setelah lebaran kami juga memberikan THR ke konsumen yang sudah berlangganan disini ya buat ucapan terimakasih karena sudah menjadi pelanggan setia” (Abdullah, wawancara, 11 Juni 2021).

Untuk menguatkan pernyataan karyawan tersebut informan juga melakukan wawancara kepada konsumen mengenai pemberian Zakat dan THR. FH mengatakan bahwa:

“Pernah dapat THR sarung saya udah langganan dari dulu mbak kalo belanja dikasi harga murah terus karena belanjanya banyak sampe kadang lebih sejuta, saya kan punya toko dirumah jadi belanja yang saya beli dijual lagi” (Himmah, wawancara, 19 Oktober 2021).

Konsumen berinisial LF mengatakan:

“Dapat THR setiap tahun kadang sarung kadang minyak goreng sama gula. Kalau pelanggan setia pasti dikasih mbak karena sudah gabung di grup WA” (Lutfi, Wawancara, 19 Oktober 2021).

Menurut konsumen MB yaitu:

“Saya ga pernah dapat THR, dapatnya zakat sembako isinya itu minyak goreng gula sama mie, dibagikan ke warga sekitar sini” (Bakri, wawancara, 20 Oktober 2021).

Sedangkan konsumen IW mengatakan:

“Belum pernah, kalau yang dikasi THR itukan yang udah langganan mbak yang sering belanja banyak disini. Saya belanja kalau kebutuhan di rumah udah menipis jadi ga sering belanja” (Wati, wawancara, 20 Oktober 2021)

Dari pernyataan diatas diperoleh bahwa minimarket Kncakona peduli terhadap lingkungan sekitarnya karena

senantiasa membagikan rejeki yang diperoleh dalam bentuk Zakat dan memberikan hadiah berupa THR kepada konsumen yang sudah berlangganan. Zakat yang dimaksud yaitu zakat perdagangan/perniagaan merupakan zakat yang dikeluarkan dari hasil perdagangan dan diberikan kepada fakir miskin berupa uang atau barang, di minimarket Kancakona Zakat yang diberikan berupa kebutuhan sehari-hari seperti gula, minyak goreng dan mie yang diberikan kepada warga sekitar. Selain itu minimarket Kancakona juga memberikan THR bagi konsumen yang berlangganan sebagai bentuk ucapan terimakasih karena telah menjadi pelanggan setia.

Untuk melengkapi implementasi keesaan/kesatuan ini peneliti melakukan wawancara kepada konsumen mengenai tampilan pakaian karyawan, kehalalan produk, informasi tentang harga pada produk yang dijual, fasilitas untuk keperluan beribadah, dan pelayanan. Yang pertama yaitu mengenai pakaian yang dikenakan seluruh karyawan minimarket Kancakona, Konsumen FH mengatakan:

“Sangat sopan dan mencerminkan seorang santri” (Himmah, wawancara, 19 Oktober 2021).

Konsumen LF juga mengatakan pendapat yang sama yaitu:

“Sopan seperti anak pondokan makanya konsumen disini kalau panggil karyawan bukan “mas atau dek” tapi manggil “bhindara” (santri)” (Lutfi, wawancara 19 Oktober 2021).

Sedangkan informan MB mengatakan:

“Sangat sopan dan bagus, pakai sarung hem dan peci karena memang dikelola dari pondok pesantren” (Bakri, wawancara, 20 Oktober 2021).

Informan IW mengatakan:

“Iya pakaiannya sudah sopan dan islami” (Wati, wawancara, 20 Oktober 2021).

Dari pernyataan tersebut diperoleh bahwa ada keunikan mengenai busana atau seragam yang wajib dipakai seluruh karyawan diantaranya memakai sarung, kemeja khusus, dan peci yang mencerminkan seorang muslim.

Kedua yaitu mengenai produk halal yang ada di minimarket Kancakona. Pada saat melakukan observasi, peneliti menemukan produk rokok yang dijual di minimarket ini padahal, rokok belum memiliki logo halal dari MUI. Oleh karena itu peneliti ingin mengetahui pendapat dari konsumen mengenai hal ini. Konsumen FH mengatakan:

“Belum pernah. Setau saya rokok tidak haram mbak meskipun saya ga pernah beli rokok yang saya beli itu jajan ciki, sama sabun, detergen gitu karna toko saya kan di rumah banyak anak kecilnya tapi menurut saya rokok halal kok” (Himmah, wawancara, 19 Oktober 2021).

Sedangkan pendapat konsumen LF yaitu:

“Gak ada, saya belum pernah nemu minuman keras atau minuman yang ada alkoholnya di Kancakona. Kalau rokok udah umum disini mbak meskipun ga ada label halalnya sebenarnya ndak haram tapi mubah” (Lutfi, wawancara, 19 Oktober 2021).

Menurut konsumen MB yaitu:

“Ga ada yang haram kalau di sini mbak, minimarket ini kan dari Pesantren. Yaa kalau rokok itu wajar kyai aja rokokan” (Bakri, wawancara, 20 Oktober 2021).

Konsumen berinisial IW berpendapat:



“Setau saya disini produknya halal semua. Oh kalo rokok memang tidak ada label halalnya tapi kalau disini sudah biasa mbak jadi tidak dipermasalahkan” (Wati, wawancara, 20 Oktober 2021).

Dari wawancara tersebut ditemukan bahwa di minimarket kancakona tidak menjual minuman yang memabukkan dan haram. Ditemukannya produk rokok karena masyarakat menganggap mengonsumsi rokok merupakan hal yang wajar meskipun belum memiliki kode resmi halal dari MUI.

Ketiga mengenai informasi harga pada setiap produk di minimarket Kancakona. Pemberian harga secara transparan sangat diperlukan karena selain dapat memudahkan konsumen dalam mengetahui harga produk, hal ini juga dapat menghindari dari prasangka adanya penipuan harga. Konsumen FH mengatakan:

“kalau dulu masih ada harganya sekarang udah ga ada jadi kalau mau tanya harga tanya ke kasirnya dulu. Kalau produk yang promo masih ada harganya dan jelas ada keterangan harga per pcs dan per kardus. Harga yang ditawarkan sesuai setelah di cek di kasir” (Himmah, wawancara, 19 Oktober 2021).

Sedangkan konsumen LF berpendapat

“kalau mau tanya harga harus tanya ke karyawan mbak atau bisa langsung minta tolong cek di kasirnya. Kalau dulu masih ada keterangan harganya itu sekarang ndak dipasang lagi mungkin karena harganya berubah, kalau yang promo tetap ada. Kalau harganya sesuai sama di kasir” (Lutfi, wawancara, 19 Oktober 2021).

Pendapat konsumen MB yaitu



“kalau menurut saya ya gampang karena cuma tinggal tanya ke karyawannya, tapi lebih baik dikasih keterangan harga aja. harga di rak promo sama seperti yang di cek di kasir” (Bakri, wawancara, 20 Oktober 2021).

Konsumen IW mengatakan bahwa:

“Agak ribet sih mbak karna ga dikasih keterangan harga, harus tanya dulu kemkaryawannya kalau yang promo ada keterangan harganya dan jelas ada harga per pcs ada yang harga sekardus. Harga sudah sesuai dan terjangkau” (Wati, wawancara, 20 Oktober 2021).

Dari pernyataan tersebut ditemukan bahwa minimarket Kancakona tidak memberikan harga transparan yang seharusnya dapat diketahui oleh konsumen sehingga membuat konsumen merasa kesulitan apabila ingin mengetahui harga suatu barang.

Keempat mengenai kelengkapan fasilitas di minimarket kancakona yang berhubungan dengan kebutuhan untuk bersuci dan beribadah serta fasilitas musik yang biasa diputar untuk membuat konsumen nyaman saat berbelanja. Konsumen FH berpendapat bahwa:

“Ada kamar mandi bisa dipakai sama siapapun mbak kalau mushalla belum ada tapi kan kalau konsumen disini jarang yang mau shalat disini mbak cuma kalau mau buang air kecil ya numpang disini. Kalau di sini musiknya islami juga kadang disetel ceramahnya K.H Musleh Adnan” (Himmah, wawancara, 19 Oktober 2021).

Pendapat dari konsumen LF yaitu:

“Kalau buat bersuci ada kamar mandinya kalau mau shalat ya dirumah aja mbak gamungkin disini kecuali udah kepepet. Kalau disini belum ada mushallanya kalau terpaksa mau shalat disini ijin dulu ke kepala tokonya. Iya ada, biasanya lagu-lagu shalawatan mbak yang sering” (Lutfi, wawancara, 19 Oktober 2021).

Sedangkan pernyataan dari konsumen MB yaitu:

“Kalau cuma mau buang air kecil itu ada kamar mandinya gapapa kalau mau dipake umum itu kalau shalatnya di kantor kepala toko karena ga ada mushallanya. Disetel shalawatan mbak gapernah kalo musik-musik dangdutan, tapi meskipun shalawatan lagunya itu ga bikin ngantuk kan ada lagu shalawat yang koploan sekarang itu mbak nah itu yang disetel biar karyawannya tetap semangat ga ngantuk” (Bakri, wawancara, 20 Oktober 2021).

Konsumen IW mengatakan:

“Kalau mau buang air atau mau cuci tangan ada kamar mandinya mbak, kalau mushalla kayaknya belum ada. Musiknya Shalawatan aja mbak” (Wati, wawancara, 20 Oktober 2021).

Dengan demikian didapatkan informasi bahwa tersedia fasilitas kamar mandi yang bisa diunakan oleh karyawan dan konsumen untuk membuang air atau bersuci namun belum tersedia Mushalla sebagai tempat untuk beribadah. Minimarket Kancakona memilih penyetelan musik islami yaitu shalawat dan terkadang juga disetel ceramah dari kyai H.Musleh Adnan yang terkenal di Sumenep.

Kelima yaitu mengenai pelayanan. Sebagai bisnis yang berkorporasi syariah sudah seharusnya karyawan memberikan pelayanan dengan sopan, santun, tulus, dan jujur yang disertai dengan senyuman. Hal tersebut dapat diketahui melalui wawancara dengan konsumen minimarket Kancakona. Menurut informan FH mengatakan:

“Menurut saya karyawan disini sopan semua mbak juga saling menolong tanpa ada yang nyuruh, jujur, dan murah senyum. Pelayanannya juga bagus karena kalau saya lagi belanja banyak barang itu belanjaan saya dibawakan sampe ke motor” (Himmah, wawancara, 19 Oktober 2021).

Konsumen LF juga memiliki pendapat yang sama yaitu:

“Karyawan disini seperti anak pondok mbak bukan cuma penampilannya tapi juga sikapnya, saling menolong, ramah, dan jujur” (Lutfi, wawancara, 19 Oktober 2021).

Sedangkan konsumen MB berpendapat:

“Pelayanannya bagus, selalu nolong, ramah sering nyapa kalau ketemu dijalan, orangnya juga sabar” (Bakri, wawancara, 20 Oktober 2021).

Pendapat konsumen IW yaitu:

“Pelayanan karyawan disini baik, sabar, dan ramah juga cepet responnya kalau tanya sesuatu, segera dilakukan kalau dimintai tolong dan murah senyum juga” (Wati, wawancara, 20 Oktober 2021).

Dari pernyataan konsumen tersebut diperoleh bahwa karyawan di minimarket Kancakona telah memberikan pelayanan dengan baik yaitu dengan saling tolong menolong, bersikap ramah dan sopan meskipun di luar pekerjaan, dan selalu memberikan senyuman hangat kepada konsumen.

Dari informasi yang didapat, minimarket Kancakona menerapkan konsep keesaan dengan baik karena dinilai tidak hanya mementingkan urusan bisnis dan keuntungan saja namun juga menjaga keimanan dengan melaksanakan shalat tepat waktu secara berjamaah dan melaksanakan rutinan mengaji. Fasilitas dan pelayanan yang diberikan juga cukup baik karena menyediakan kamar mandi dan memberikan lantunan lagu shalawat dan ceramah untuk menemani konsumen saat berbelanja. Sebagai bentuk rasa syukur kepada Allah SWT minimarket ini juga senantiasa membagikan rejeki dalam bentuk

zakat kepada masyarakat sekitar dan THR kepada konsumen setia. Namun ada beberapa hal yang membuat implementasi ini tidak sempurna yaitu minimarket Kancakona masih menjual produk rokok yang belum jelas kehalalannya dan penetapan harga yang tidak dicantumkan secara transparan kepada konsumen.

## 2. Keseimbangan/ kesejajaran (*Al- adl wa Al- ihsan*)

Dari hasil penelitian yang dilakukan di minimarket Kancakona, ada beberapa penerapan konsep keseimbangan diantaranya, gaji karyawan, sistem pembayaran, dan penetapan harga kepada konsumen.

Pendapat dari informan HD yaitu :

“Untuk gaji karyawan sudah mencapai UMK dan diberikan tepat waktu terhitung 30 hari, kalau besar nominalnya setiap karyawan itu berbeda-beda jadi harus seimbang apabila tugas dan tanggung jawabnya berat maka gajinya juga besar dan selama ini saya belum pernah menemukan keluhan mengenai gaji karyawan” (Dauri, wawancara 10 Juni 2021).

Pendapat dari informan ABD yaitu :

“Selama ini gaji yang kami terima selalu tepat pada waktunya dan sesuai dengan porsinya, terus kadang kalau kita ada pencapaian tertentu dikasih bonus” (Abdullah, wawancara, 11 Juni 2021)

Pendapat dari informan MQ yaitu :

“Pemberian gaji disini tidak pernah telat seakan atasan itu tidak membiarkan kami untuk menunggu terlalu lama karena kalau sudah jatuh tempo sudah hari gajian itu pagi pagi sudah tersedia dan segera diberikan kepada kami, jadi kami tidak pernah mengeluh masalah gaji” (Quraysi, wawancara, 11 Juni 2021).

Pada minimarket Kancakona ini selalu memberikan gaji di saat yang tepat dan sesuai dengan porsinya atau sesuai dengan tugas dan tanggung jawabnya, adapun pemberian bonus sebagai bentuk apresiasi kepada karyawan apabila telah berhasil mencapai suatu target.

Pada sistem pembayaran di minimarket Kancakona hanya melayani pembayaran *cash*/tunai yang berlaku kepada seluruh konsumen.

Pendapat dari informan ABD yaitu :

“Kami tidak menerima pembayaran kredit karena dulu pengalaman menggunakan sistem seperti kredit online jadi kami membuat aplikasi yang isinya produk yang dijual disini dilengkapi dengan keterangan harga agar konsumen dapat membeli tanpa berlama-lama ngantri di toko, jadi kalau selesai dipesan langsung akan kami bungkus dan nanti tinggal bayar dan bawa pulang, ternyata banyak konsumen yang membeli tapi ketika dijemput ke toko selalu bilang uangnya lupa dan akhirnya tidak dibayar ada juga yang barangnya tidak kunjung dijemput sampai berhari-hari, nah ini malah merepotkan kami, jadi kami putuskan untuk menghapus sistem online ini, tapi harga produk disini terjangkau kok mbak dan setiap hari ada produk-produk promo yang berlaku untuk semua konsumen” (Abdullah, wawancara, 11 Juni 2021).

Pendapat dari informan MQ yaitu:

“Iya sama seperti yang teman saya bilang bahwa sistem belanja online disini tidak efektif malah kita yang repot dan rugi, itu juga akan merugikan konsumen yang datang ke minimarket ini karena tidak segera dilayani dan kadang kehabisan stok karena sudah dipesan secara online, untuk konsumen dikalangan kurang mampu kami mengandalkan produk promo yang dapat dibeli tanpa syarat apapun, karena produk promo itu kan tujuannya untuk meringankan dan membantu konsumen untuk berhemat jadi kalo masih ada syarat tertentu malah menambah beban konsumen” (Quraysi, wawancara, 11 Juni 2021).

Untuk menguatkan pernyataan karyawan tersebut informan juga melakukan wawancara kepada konsumen bernama Faiqotul Himmah, Lutfi, Mohammad Bakrim dan Irna Watie mengenai sistem pembayaran dan belum berlakunya sistem kredit yang ditunjukkan kepada masyarakat kurang mampu. Konsumen berinisial FH mengatakan bahwa:

“secara tunai biar ga ada tanggungan di belakang mbak. Kalau dulu itu ada aplikasinya mbak jadi tinggal pilih-pilih barang bayarnya belakangan, tapi kalau saya lebih enak langsung datang kesini. Pembayarannya ga ada kredit tapi disini harganya paling murah kok mbak dari toko lainnya makanya saya langganan disini. Kalau kekurangannya karena antrian di kasir lama” (Himmah, wawancara, 19 Oktober 2021).

Menurut konsumen LF yaitu:

“Bayarnya langsung tunai. Oh iya saya dulu pernah pakai aplikasi belanja online itu barang yang mau dibeli dipilih nanti ga usah antre lagi tinggal bayar, menurut saya lebih enak belanja offline karena bisa lihat produk yang terbaru. Saya ga pernah dengar kredit, harganya murah kok mbak masih bisa dijangkau sama orang miskin apalagi ada promonya tiap hari” (Lutfi, wawancara, 19 Oktober 2021).

Sedangkan konsumen MB berpendapat:

“Pembayarannya sama kayak minimarket yang lain langsung dibayar tunai bukan kredit dan selama ini ga ada masalah” (Bakri, wawancara, 20 Oktober 2021).

Pendapat konsumen IW yaitu:

“Langsung bayar mbak di kasir ga ada masalah kalau tentang pembayaran dan harganya murah kalau yang kurang mampu mungkin bisa beli produk promo. Kurangnya cuma kadang antreannya lama” (Wati, wawancara, 20 Oktober 2021).

Dari pernyataan diatas diperoleh bahwa minimarket Kancakona tidak menerapkan sistem kredit, hanya melayani transaksi tunai karena telah berpengalaman dalam sistem kredit



berbasis online yang mengakibatkan kerugian selain itu konsumen juga merasa lebih nyaman berbelanja secara offline sehingga belanja secara online melalui aplikasi kurang diminati oleh konsumen minimarket Kancakona. Minimarket Kancakona menawarkan harga produk yang murah sehingga dapat dijangkau oleh kalangan kurang mampu selain itu, ada produk promo tanpa syarat tersedia setiap hari dan bisa didapatkan oleh seluruh masyarakat agar konsumen dapat berbelanja lebih hemat.

Minimarket Kancakona juga memberlakukan diskon yaitu harga khusus bagi konsumen yang berbelanja hingga nominal tertentu.

Pendapat dari informan ABD yaitu :

“Diskon berlaku pada konsumen yang membeli produk dalam jumlah yang besar kalau perkiraan barang yang dibeli lebih dari Rp 300.000 kami kasih harga khusus diskon, nah.. yang menarik meskipun kami bergerak di bidang ritel masyarakat yang punya usaha toko kelontong malah kulakan ke sini dan jadi pelanggan tetap di minimarket ini” (Abdullah, wawancara, 11 Juni 2021).

Pendapat dari informan MQ yaitu :

“Sebenarnya kami ndak tahu kalau minimarket ini jadi tempat kulakan karena kalau ada konsumen yang belanja disini dengan jumlah yang banyak ya kami kasih harga diskon, saya kan pernah menjadi pramuniaga jadi tahu pelanggan yang sering belanja disini yang tiap minggu belanja dengan jumlah yang besar dan karena penasaran saya tanya “Banyak banget mbak belanjanya, ada acara hajatan ya?” terus dijawab “Ndak mas saya punya toko dirumah jadi kulakan disini, harga disini ga jauh beda sama toko grosir daripada jauh-jauh ke toko grosir mending belanja disini lebih dekat” nah jadi dari situ kami jadi

tau bahwa di minimarket ini juga dijadikan tempat kulakan” (Quraysi, wawancara, 11 Juni 2021).

Informan juga melakukan wawancara kepada informan mengenai perbedaan harga yang diterapkan di minimarket ini.

Menurut pendapat konsumen FH yaitu:

“Menurut saya udah bagus, disini harganya murah mbak apalagi kalau belanja banyak potongan harganya juga banyak jadi kan adil gitu makanya saya sering kulakan disini” (Himmah, wawancara, 19 Oktober 2021).

Pendapat yang sama juga diajukan oleh konsumen LF yaitu:

“Pelanggan disini kan ada dua, ada yang belanja buat kebutuhan keluarga ada juga yang belanja buat dijual lagi jadi pemberian harganya sudah adil karena yang belanja buat keluarga dapat harga murah yang belanja buat bisnis juga dikasi harga khusus” (Lutfi, wawancara, 19 Oktober 2021).

Konsumen berinisial MB mengatakan:

“Ya sudah bagus karena ada pemberian harga khusus yang lebih murah kalau belanja banyak, jadi kalau saya mau belanja kesini sekalian banyak buat stok di rumah mbak” (Bakri, wawancara, 20 Oktober 2021).

Konsumen IW mengatakan bahwa:

“Programnya bagus dan adil karena bisa belanja dengan harga yang murah dan kalau belanja banyak dapat harga diskon, apalagi ada produk promo tiap hari. Pokonya belanja disini jadi lebih hemat” (Wati, wawancara, 20 Oktober 2021).

Dari pernyataan tersebut diperoleh bahwa di minimarket Kancakona menetapkan harga yang berbeda pada setiap pembelian, apabila konsumen berbelanja mencapai Rp 300.000 maka akan diberikan potongan harga atau diskon khusus. Hal ini dinilai adil oleh karyawan dan konsumen karena selain bisa mendapatkan produk berkualitas dan terjangkau juga akan



mendapat potongan harga sesuai kebijakan minimarket sehingga konsumen dapat berbelanja lebih hemat.

Sebagai bentuk implementasi yang akurat maka peneliti menambah wawancara kepada konsumen sehingga diperoleh informasi mengenai program pemotongan harga di event tertentu dan kelengkapan fasilitas. Pertama mengenai program pemotongan harga, menurut konsumen FH yaitu:

“Iya pas ulang tahunnya Kancakona dan 17an banyak promonya mbak dan harga juga dikasih lebih murah dari biasanya” (Himmah, wawancara, 19 Oktober 2021).

Konsumen LF mengatakan:

“Seingat saya hari jadinya Kancakona ada banyak promonya” (Lutfi, wawancara, 19 Oktober 2021).

Sedangkan konsumen MB berpendapat:

“Ada kalau hari jadinya Kancakona disini harganya juga dipotong banyak dan banyak promo kalau hari kemerdekaan juga sama” (Bakri, wawancara, 20 Oktober 2021).

Konsumen IW juga mengatakan bahwa:

“Biasanya kalau tanggal berdirinya kancakona itu mbak banyak promonya dan harganya juga di diskon ndak seperti harga biasa” (Watie, wawancara, 20 Oktober 2021).

Dari pernyataan tersebut diperoleh bahwa ada potongan harga atau diskon dan produk promo pada setiap event tertentu diantaranya yaitu pada hari kemerdekaan tepat pada tanggal 17 Agustus dan hari jadi minimarket Kancakona pada tanggal 19 Januari. Dengan demikian pada hari istimewa tersebut minimarket Kancakona merayakannya dengan cara memberikan

harga diskon besar-besaran dan promo yang bertujuan untuk lebih mendekatkan dengan konsumen dan berbagi kebahagiaan.

Kedua mengenai kelengkapan fasilitas di minimarket Kancakona. Konsumen FH berpendapat bahwa:

“Sudah bersih dan nyaman fasilitasnya lengkap tapi parkirannya kurang luas mbak karena disini rame terus kalau ga dapat parkir ya saya parkir di pinggir jalan” (Himmah, wawancara, 19 Oktober 2021).

Konsumen LF mengatakan:

“Sudah enak bersih ACnya juga dingin meskipun kadang mati kalau parkir kurang luas, kalau ga dapat parkir saya parkir di depan pasar itu mbak” (Lutfi, wawancara, 19 Oktober 2021).

Konsumen MB berpendapat yaitu:

“Sudah bersih fasilitasnya bagus kalau parkir cukup ya cukup mbak tapi kalau rame itu yang bikin kurang luas jadi orang banyak parkir di pinggir jalan” (Bakri, wawancara, 20 Oktober 2021).

Sedangkan konsumen IW mengatakan:

“Fasilitasnya sudah memadai karena bersih dan kalau ACnya mati diganti kipas. Kalau tempat parkir kurang mbak karena disini banyak peminatnya jadi kan rame sampe kadang saya ga dapat tempat parkir untungnya ada pak parkir itu jadi aman” (Wati, wawancara, 20 Oktober 2021).

Dari hasil wawancara dengan konsumen diperoleh bahwa fasilitas di minimarket Kancakona cukup lengkap namun AC yang seringkali tidak berfungsi dan tempat parkir yang kurang luas membuat konsumen merasa kurang puas sehingga, pihak minimarket harus berupaya untuk memberikan fasilitas yang terbaik.

Dengan demikian dalam implementasi keseimbangan/ kesejajaran ditandai dengan gaji karyawan sudah mencapai UMK dan diberikan tepat waktu terhitung 30 hari yang nominalnya berbeda-beda sesuai dengan tugas dan tanggung jawabnya. Pada sistem pembayaran di minimarket Kancakona hanya melayani transaksi tunai. Harga yang ditawarkan kepada konsumen cenderung terjangkau dan berlaku diskon bagi konsumen yang belanja lebih dari Rp 300.000 dan setiap hari tersedia produk promo. Namun ditemukan ketidak sesuaian terlaksananya peran minimarket sebagai distributor akhir karena pada kenyatannya minimarket Kancakona juga menjadi pusat kulakan bagi sebagian konsumen yang memiliki toko kelontong. Selain itu minimarket Kancakona juga harus mengimbangi fasilitas yang masih kurang memadai supaya konsumen yang berbelanja di minimarket ini merasa nyaman dan puas.

### 3. Kehendak bebas (*ikhtiyar- freewill*)

Dalam implementasi kehendak bebas ada beberapa penerapan yaitu kriteria karyawan, strategi promosi, strategi untuk menarik konsumen, serta kerjasama kepada produsen UKM dan supplier. pertama yaitu mengenai karyawan minimarket Kancakona, meskipun minimarket Kancakona didirikan atas nama alumni pondok An-nuqayah namun masih

memberikan kesempatan bagi yang bukan alumni pondok pesantren An-nuqayah.

Pendapat dari informan HD yaitu :

“Tidak semua karyawan adalah alumni pondok An-nuqayah meskipun mengutamakan lulusan dari An-nuqayah tapi kami juga menomor satukan akhlak, perilaku dan karakter dari tiap calon karyawan, jumlah total karyawan di minimarket Kancakona Kecamatan Ganding ada 11 orang dan 4 diantaranya bukan lulusan pondok pesantren An-nuqayah” (Dauri, wawancara 10 Juni 2021).

Dari pernyataan tersebut meskipun minimarket Kancakona dikelola oleh alumni pondok An-nuqayah namun minimarket ini memberikan kesempatan bagi yang bukan alumni pondok pesantren An-nuqayah untuk menjadi karyawan, dan hingga saat ini ada 4 karyawan bukan alumni pondok yang tetap bekerja di minimarket Kancakona.

Kedua mengenai strategi promosi yang dilakukan secara online dan offline sesuai dengan pernyataan informan.

Pendapat dari informan ABD yaitu :

“Bentuk promosinya kami lakukan secara online dan offline, kalau online kami punya Facebook dan grup WA jadi produk- produk yang promo itu di foto dan diposting ke media sosial yang kami punya, dan untuk yang offline langsung memajangnya di tempat khusus promo biar konsumen gampang carinya” (Abdullah, wawancara 11 Juni 2021).

Pendapat dari informan MQ yaitu :

“Setiap hari memang ada produk promosi mbak tapi berjangka waktu misal gini satu minggu ini yang promo produk A nah minggu depan belum tentu produk A masih promo bisa jadi diganti dengan produk B dan sebagainya jadi untuk promosi secara online benar-benar kami pantau jika ada produk baru yang promo langsung kami posting dan postingan produk lama dihapus, dan untuk yang secara offline tinggal kami buat papan

informasi nama produk beserta harganya” (Quraysi, wawancara 11 Juni 2021).

Untuk menguatkan pernyataan tersebut peneliti juga melakukan wawancara kepada konsumen yang sama. Menurut konsumen FH yaitu:

“Caranya datang kesini dan lewat grup konsumen setia di WA setiap ada produk promo selalu dikirim fotonya mbak, jadi kebanyakan tahu informasinya dari WA” (Himmah, wawancara, 19 Oktober 2021).

Pendapat yang sama juga dikatakan oleh konsumen LF yaitu:

“Tahu dari facebook kadang dari WA kadang kalau ga sempat buka hp langsung ke minimarket tahunya dari rak promo itu mbak ” (Lutfi, wawancara, 19 Oktober 2021).

Sedangkan konsumen MB mengatakan:

“Langsung saya cek kesini aja, itu rumah saya dekat dari sini mbak sekalian belanja juga. Iya kadang tahu dari facebook aja sekalian belanja” (Bakri, wawancara, 20 Oktober 2021).

Pendapat dari konsumen IW yaitu:

“Dari informasi di rak promo ini mbak. Saya kan jarang kesini, ga gabung di grup kalo mau tau promonya tinggal kesini aja sekalian belanja” (Wati, wawancara, 20 Oktober 2021).

Pada cara mempromosikan produknya karyawan menggunakan dua cara yaitu melalui online dan offline yang selalu diperbarui supaya konsumen mendapat informasi terbaru. Untuk promosi online karyawan akan membuat pamflet atau sekedar mengambil foto produk yang promo yang kemudian diposting pada media sosial, sedangkan promosi offline dilakukan dengan membuat papan informasi mengenai harga produk promo dan memajangkannya di rak khusus. Promosi

melalui cara tersebut dinilai efektif karena memberikan kemudahan bagi konsumen.

Ketiga yaitu strategi yang dilakukan untuk menarik konsumen.

Pendapat dari informan ABD yaitu :

“Kalau cara menjaring atau menarik konsumen kami memiliki strategi yang dilakukan pada awal berdirinya Kancakona di 3 bulan pertama kami memberikan harga promo untuk seluruh produk dan apabila konsumen membeli barang sampai Rp50.000 atau lebih maka akan mendapatkan kupon hadiah yang nantinya akan diumumkan pada akhir tahun bulan ke 3 sejak berdirinya Kancakona. Hadiahnya mulai dari yang paling kecil sampai besar yaitu alat tulis menulis, sarung, sikat sepatu, sertika, kipas angin, dan hadiah utamanya sepeda motor matic” (Abdullah, wawancara, 11 Juni 2021).

Pendapat dari informan MQ yaitu :

“Selain itu kami selalu berusaha melayani konsumen sebaik mungkin dan memberikan kualitas produk yang terjamin dengan harga yang terjangkau, sebenarnya disini banyak pesaingnya ada minimarket basmalah, alfamart, dan homastas yang lebih dulu berdiri daripada minimarket Kancakona tapi ya karena hal itu tadi alhamdulillah semuanya berjalan lancar dan kami bisa bersaing secara sehat dengan minimarket yang lain” (Quraysi, wawancara, 11 Juni 2021).

Untuk memperkuat pernyataan tersebut berikut pernyataan dari beberapa konsumen mengenai alasan belanja/menjadi langganan di minimarket kancakona.

Konsumen berinisial FH mengatakan bahwa:

“Karena harganya murah, tempatnya bersih, selalu dikasi nota, terus pelayanannya bagus” (Himmah, wawancara, 19 Oktober 2021).

Adapun pendapat dari konsumen LF yaitu:

“Barangnya bagus, berkualitas, amanah, dan murah harganya” (Lutfi, wawancara, 19 Oktober 2021).

Konsumen MB juga mengatakan:

“Pertama karena dekat dari rumah, terus banyak promonya, tempatnya bersih, karyawannya baik” (Bakri, wawancara, 20 Oktober 2021).

Pernyataan dari IW yaitu:

“Karena produknya berkualitas, harganya murah, dan kalau parkir aman” (Wati, wawancara, 20 Oktober 2021).

Meskipun minimarket Kancakona memiliki kebebasan untuk mengatur strategi menarik konsumen, minimarket ini tidak melakukan tindakan kecurangan dan penyelewengan yang dapat mengakibatkan kerugian pada salah satu pihak. Dari pernyataan wawancara diperoleh bahwa minimarket Kancakona memberikan harga yang sangat murah pada 3 bulan pertama sejak minimarket diresmikan. Minimarket kancakona juga selalu memberikan produk yang berkualitas dengan harga yang terjangkau serta pelayanan yang prima.

Minimarket ini juga sangat mendukung adanya produk UKM sesuai dengan misi yang ketiga yaitu meningkatkan kesejahteraan dengan mendayagunakan kerjasama produk UKM yang diproduksi oleh masyarakat.

Pendapat dari informan HD yaitu:

“Kami sangat mendukung adanya produk UKM untuk bisa dititipkan di minimarket harus memenuhi kriterianya itu kemasannya menarik dan higienis, ada labelnya produk dan keterangan expired, isinya halal, serta harga yang terjangkau” (Dauri, wawancara 10 Juni 2021).



Pendapat dari informan ABD yaitu:

“Dari dulu kita sudah bekerja sama dengan produk UKM disekitar sini karena hal itu yang membuat silaturahmi antara minimarket dan masyarakat tetap terjaga sampai sekarang ada lebih dari 10 UKM yang dititipkan disini dan produknya berganti-ganti karena ada produsen yang mengundurkan diri lalu diganti dengan produk yang baru dan pasti kami terima jika sudah memenuhi kriteria, untuk proses pembayaran dilakukan di akhir karena produk UKM ini berupa titipan maka kami tidak meminta bayaran kepada pihak produsen namun kami yang menentukan harga jualnya, jadi misalnya produk kripik singkong yang harganya Rp4.500 per bungkus dari produsen maka kami jual Rp5.000 per bungkus jadi kami mendapatkan keuntungan sebesar Rp500 per bungkus dan tidak ada pembayaran lainnya” (Abdullah, wawancara 11 Juni 2021).

Pendapat dari informan MQ yaitu:

“Produk UKM bisa ditaruh disini sesuai syaratnya yaitu kemasannya menarik, ada labelnya, isinya halal, harganya terjangkau, dan higienis. Untuk proses ijinnya pertama memberitahu ke kepala toko nah nanti oleh kepala tokonya akan ditanyakan mengenai produk tersebut dan nanti produknya harus dibawa ke sini untuk di cek kriterianya dan apabila sudah memenuhi kriteria baru kami ijinakan. Untuk Produk UKM ini yang mengawasi kita sendiri jadi apabila produk UKM ini masa kadaluarsanya sudah hampir maka kita akan menghubungi produsennya agar diganti dengan yang baru” (Quraysi, wawancara 11 Juni 2021).

Adapun pernyataan dari konsumen mengenai hadirnya produk UKM di minimarket Kancakona. Menurut pendapat FH yaitu:

“Iya, disediakan rak buat produk masyarakat sekitar sini macem-macem mbak ada olahan asin kayak kripik, makaroni, kerupuk ada juga yang manis kayak kripik ubi ungu, sus kering banyak pokoknya” (Himmah, wawancara, 19 Oktober 2021).

Konsumen LF mengatakan:

“Produk yang kayak kripik gitu ya mbak? Oh iya ada mbak banyak malah itu disana satu rak penuh khusus produk rumahan” (Lutfi, wawancara 19 Oktober 2021).



Sedangkan menurut konsumen MB:

“Iya ada, tatangga saya juga ada yang ditaruk sini”  
(Bakri, wawancara, 20 Oktober 2021).

Konsumen IW juga mengatakan:

“Iya menampung mbak itu disana banyak produk lokal”  
(Wati, wawancara, 20 Oktober 2021).

Dari pernyataan tersebut minimarket Kancakona memberikan kesempatan kepada pemilik produk UKM untuk menitipkan produknya di minimarket agar dapat dikenal luas oleh masyarakat. Ada beberapa kriteria yang harus dipehuhi, apabila lolos uji maka produk UKM langsung bisa dititipkan.

Minimarket Kancakona bekerja sama dengan supplier yang ada di Kabupaten Sumenep yang memenuhi kriteria. Hal ini dibenarkan dengan informasi dari informan yaitu:

Pendapat dari informan ABD yaitu:

“Di Kabupaten Sumenep ini banyak supliernya tapi kami cuma pilih yang kualitasnya bagus, produknya terjamin halal, dan disiplin waktu, jadi tidak asal-asalan kalau memilih mitra untuk bekerjasama” (Abdullah, wawancara, 11 Juni 2021).

Pendapat dari informan MQ yaitu:

“Kami bekerjasama dengan mitra yang ada di sumenep kota dan perusahaan lainnya tapi saya tidak bisa sebutkan satu per satu karna terlalu banyak, kalau mitra yang ada di Sumenep kayak toko Kartini, Laju Jaya, Artaboga dan lainnya kalau kerjasama dengan perusahaan seperti PT Unilever, PT Fortune, Indomarco dan lain-lain. Perusahaan dan mitra dapat bekerja sama dengan kami kalau memenuhi kriteria dari kancakona yaitu produknya halal ada label MUI, ada barcode, kalau barangnya retur bisa diganti, kualitas barangnya bagus, harga terjangkau dan disiplin waktu. Kalau pembayarannya secara tunai dan kredit, kalau yang kredit dibayar kalau sudah jatuh tempo biasanya di transfer tapi juga bisa bayar langsung ke salesnya” (Quraysi, wawancara 11 Juni 2021).

Untuk memperkuat pernyataan karyawan tersebut berikut ini adalah hasil wawancara dengan konsumen mengenai kelengkapan produk, kualitas produk, dan penataan produk. Menurut konsumen FH mengatakan bahwa:

“Udah lengkap mbak kalau bedak sama lipstik ndak lengkap. Produk yang ada disini bagus ada tanggal kadaluarsanya, ada label halal, sama informasi lainnya. Penataannya cukup rapi cuma di bagian rak detergen sama mie masih kocar-kacir” (Himmah, wawancara, 19 Oktober 2021).

Sedangkan konsumen LF mengatakan:

“Menurut saya sudah lengkap cuma kadang pengirimannya telat mbak jadi kalau ga ada hari ini ya balik lagi besok. Kualitasnya terjamin bagus seperti minimarket yang lain. Bagian sabun cuci kurang rapi mbak, kalau saya lihat juga di kasir bagian barat itu penataan piring hadiah kurang ditata rapi tapi mklum lah mungkin biar gampang kalo mau ambil piring” (Lutfi, wawancara, 19 Oktober 2021).

Konsumen MB berpendapat:

“Sudah cukup lengkap. Produknya berkualitas ada tanggal kadaluarsanya semua termasuk produk UKM. Kurang rapi di bagian detergen” (Bakri, wawancara, 20 Oktober 2021).

Sedangkan konsumen IW mengatakan:

“Sudah cukup lengkap mbak tapi peralatan make upnya kurang kadang saya cari bedak disini ga ada. barangnya sudah terjamin dan berkualitas mbak, aman kalau belanja disini. selama saya belanja di sini penataan barangnya kadang rapi kadang juga masih berantakan” (Wati, wawancara, 20 Oktober 2021).

Dari pernyataan tersebut minimarket Kancakona bekerjasama dengan mitra dan perusahaan yang dipilih dengan mempertimbangkan kualitas dan aspek halal dan menggunakan akad jual beli dimana ada kesepakatan dan kerelaan antara dua pihak sehingga transaksi menjadi sah. Namun ada kekurangan

yang ditemukan yaitu masih ada beberapa perlengkapan yang belum lengkap dan penataan barang yang kurang rapi.

Sebagai tambahan agar implementasi lebih kuat dan akurat maka peneliti melakukan wawancara kepada konsumen tentang pembatasan untuk konsumen, layanan dengan jasa antar barang, dan kartu member. Konsumen FH mengatakan bahwa :

“Ndak mbak ga ada batasan pemakaian fasilitas apapun. Kalau disini belum ada jasa antar barang. Kalau langganan itu mbak nanti dimasukan ke grup WA jadi semua informasiya ada di grup atau kalau mau tanya-tanya juga di grup bukan pakai kartu member”

Sedangkan Konsumen LF mengatakan:

“Ga ada batasan mbak cuma kasian sama orang lain kalo lama-lama di minimarket apalagi yang bawa sepeda motor kadang ga kebagian tempat parkir. Jasa antar barang ke rumah gitu ya mbak? belum ada yang kayak gitu. Ga ada kartu member, kalau langganan ada grupnya mbak” (Himmah, wawancara 19 Oktober 2021).

Pendapat dari konsumen MB yaitu:

“Tidak ada batasan. Belum ada jasa seperti itu disini di minimarkte lain juga ga ada mbak. Bukan kartu member ada grup WA khusus yang berlangganan” (Lutfi, wawancara, 20 oktober 2021).

Konsumen IW mengatakan:

“Tidak ada batasan untuk konsumen yang berbelanja di sini mbak, tapi saling ngerti aja karna tempat parkirnya kurang luas jadi kasihan sama konsumen lain yang ga dapat tepat parkir sampe parkir di pinggir jalan. Ga ada jasa antar barang, kartu member juga ga ada mbak” (Wati, wawancara, 20 Oktober 2021).

Pernyataan diatas memberikan informasi bahwa minimarket Kancakona tidak memberikan batasan untuk

fasilitas yang digunakan oleh konsumen namun belum ada penambahan jasa antar barang dan kartu member.

Dengan demikian implementasi kehendak bebas dapat diketahui melalui promosi produk melalui online dan offline, promosi online dilakukan melalui media sosial facebook dan whatsapp yang selalu diperbarui dengan postingan baru, sedangkan promosi offline dilakukan dengan meletakkan produk promo di rak khusus dan membuat papan informasi mengenai harganya. Kegiatan promosi ini dilakukan supaya konsumen dapat berbelanja dengan lebih hemat. Meskipun minimarket Kancakona dikelola oleh alumni pondok An-nuqayah namun minimarket ini memberikan kesempatan bagi yang bukan alumni untuk menjadi karyawan karena, minimarket Kancakona selalu mendahulukan perilaku dan akhlak dan hingga saat ini diantara 11 karyawan 4 diantara bukan alumni An-nuqayah. Selain itu minimarket Kancakona juga bekerja sama dengan Produsen UKM dan Supplier di Kabupaten Sumenep yang memenuhi kriteria halal, higienis, dan amanah. Namun ditemukan kekurangan yaitu pada penataan beberapa produk yang kurang rapi. Dengan demikian meskipun minimarket Kancakona memiliki kebebasan untuk mengelola bisnisnya, minimarket ini senantiasa memilih cara yang halal

tanpa adanya unsur penipuan hanya saja masih kurang dalam masalah kerapian.

#### 4. Tanggung jawab (*fardh*)

Dalam setiap perbuatan harus diimbangi dengan pertanggung-jawaban termasuk dalam aktivitas bisnis. sebagai bentuk tanggung jawab kepada konsumen, minimarket Kancakona mengadakan perjanjian pengembalian produk retur kepada supplier, memberikan kesempatan bagi konsumen untuk penukaran produk, serta menerima kritik dan saran dari konsumen. Penukaran produk kepada supplier dan produk UKM dapat dilakukan dengan cara tertentu sesuai dengan pernyataan dari informan yaitu :

Pendapat dari informan ABD yaitu:

“Untuk produk yang sudah terkenal dan berstandart nasional sudah ada sales yang akan mengecek kualitas barangnya, kalau ada barang yang hampir kadaluarsa atau ada produk yang retur maka diganti dengan yang baru. Kalau barangnya sudah sedikit atau kosong akan di isi kembali. Sama juga untuk produk UKM ada karyawan disini yang tugasnya mengecek barang UKM apabila ada produk yang hampir kadaluarsa kami hubungi pemiliknya agar segera diganti karena kami takut jika produk kadaluarsa itu sudah dibeli dan dikonsumsi, takutnya terjadi apa-apa dan yang bertanggung jawab pasti pihak minimarket, jadi kami benar-benar menjamin kualitas barang sampai ke tangan konsumen” (Abdullah, wawancara 11 Juni 2021).

Pendapat dari informan MQ yaitu :

“Memang sudah tugas dan tanggung jawab kami untuk menjaga kualitas dan kuantitas produk sebelum di tangan konsumen jadi semua produk akan diteliti dan dicek kualitasnya, keaslian barangnya, label halalnya, dan lama kadaluarsanya supaya ketika sudah jatuh ke tangan konsumen

tidak menimbulkan kecemasan dan kekecewaan” (Quraysi, wawancara 11 Juni 2021).

Peneliti juga melakukan wawancara kepada konsumen untuk memperkuat informasi mengenai kemungkinan menemukan produk retur dan yang telah kadaluarsa. Konsumen FH mengatakan:

“Kalau produk cacat belum pernah kalau yang hampir kadaluarsa pernah satu kali itu produknya sari roti udah tinggal sehari kadaluarsanya. Terus tanya ke karyawannya katanya pegirimannya terlambat” (Himmah, wawancara, 19 Oktober 2021).

Konsumen LF mengatakan:

“Setau saya sebelum produknya dipajang itu kan di cek dulu sama karyawannya mbak, terus nanti produk yang cacat itu di pisah dan produk yang bagus di pajang jadi pasti jarang orang yang nemu produk cacat. Kalau yang kadaluarsa saya belum pernah nemu” (Lutfi, wawancara, 19 Oktober 2021).

Sedangkan konsumen MB mengatakan:

“Barangnya bagus semua ga ada yang cacat dan kadaluarsa” (Bakri, wawancara, 20 Oktober 2021).

Menurut Konsumen IW yaitu:

“Produknya bagus kok mbak, kayaknya ga ada yang cacat, dulu pernah sih nemu susu kaleng yang penyok dikit tapi ga masalah kalau yang expired belum nemu” (Wati, wawancara, 20 Oktober 2021).

Minimarket Kancakona melakukan perjanjian penukaran barang dengan perusahaan apabila ada produk yang retur, hal tersebut dilakukan karena ingin memberikan produk yang terbaik kepada konsumen. Dari wawancara diperoleh bahwa beberapa konsumen masih menemukan produk retur oleh karena



itu karyawan minimarket Kancakona harus lebih teliti untuk memberikan produk yang benar-benar berkualitas.

Konsumen dapat menukar produk yang sudah dibeli dengan syarat yang berlaku di minimarket Kancakona.

Pendapat dari informan ABD yaitu:

“Kami menerima penukaran barang dengan syarat ada bukti notanya, keadaan barang masih tersegel, kecuali memang ada kecacatan barang dari toko maka akan langsung kami tukar dengan barang yang baru. Penukaran berlaku dalam waktu 24 jam kalau lebih dari 24 jam maka akan dirundingkan dengan kepala toko, kalau kami setuju maka penukaran akan dilanjutkan namun kalau tidak diterima maka terpaksa barang itu harus diterima oleh konsumen, namun selama ini belum ada kasus konsumen yang mengembalikan produk lebih dari 24 jam, dulu pernah ada kejadian konsumen yang mau tukar barang tapi tidak ada bukti notanya meskipun barangnya hanya satu, kalau tanpa nota ya tidak bisa ditukar, akhirnya barang itu tidak dikembalikan ke minimarket tapi dibeli konsumen lain pada saat itu juga” (Abdullah, wawancara 11 Juni 2021).

Pendapat dari informan MQ yaitu:

“Pengembalian barang bisa dilakukan asalkan membawa bukti notanya, barang masih dalam keadaan disegel kecuali memang ada kecacatan barang dari kami, dan dikembalikan pada hari itu juga atau dalam jangka waktu sehari, barang yang dikembalikan harus ditukar dengan barang lain bukan dengan uang tapi tetap akan ada pengembalian uang kalau ada sisanya misalnya ada yang membeli barang A seharga Rp 20.000 dan karena tidak cocok atau salah ambil barang maka barang A dikembalikan dan diganti dengan barang B seharga Rp 5.000 nah dengan begitu kami akan mengembalikan sisanya Rp 15.000 jadi tidak harus ditukar dengan jumlah nominal harga yang sama” (Quraysi, wawancara, 11 Juni 2021).

Untuk menguatkan pernyataan karyawan tersebut informan juga melakukan wawancara kepada konsumen mengenai penukaran barang. FH mengatakan bahwa:

“Pernah beberapa kali tapi sebelum ditukar harus ada notanya mbak dan harus dikembalikan hari itu juga” (Himmah, wawancara, 19 Oktober 2021).

Sedangkan konsumen LF mengatakan:

“Pernah. Syaratnya harus ada nota, harus ditukar di hari yang sama, kalau gabisa misalnya karena rumahnya jauh bisa membuat perjanjian sama adminnya, tinggal menghubungi nomor yang ada di nota” (Lutfi, wawancara, 19 Oktober 2021).

Konsumen MB berpendapat:

“Belum pernah, karena kalau mau beli barang saya catat mbak biar ga kelupaan. Iya bisa kalau mau tukar barang asal ada notanya” (Bakri, wawancara, 20 Oktober 2021).

Pendapat dari konsumen IW yaitu:

“Pernah. Kalau mau tukar bawa barangnya sama notanya aja” (Wati, wawancara, 20 Oktober 2021).

Berdasarkan paparan pernyataan dari informan maka minimarket Kancakona dinilai bertanggung jawab karena melayani konsumen untuk menukar produk yang retur dan mengatur tentang pengembalian suatu barang tanpa merugikan pihak manapun.

Minimarket Kancakona menerima segala kritik dan saran dari konsumen dengan tujuan untuk meningkatkan pelayanan dan kualitas supaya lebih baik dari sebelumnya.

Pendapat dari informan HD yaitu:

“Sebagai bentuk kepedulian kepada konsumen, kami menerima segala bentuk keluhan dan saran supaya konsumen tetap betah dan puas saat berbelanja di minimarket Kancakona, kritik dan saran dapat disampaikan melalui nomor hp yang tertera di nota” (Dauri, 10 Juni 2021).

Pendapat dari informan ABD yaitu:



“Sudah menjadi tanggung jawab kami untuk membuat konsumen merasa puas saat berbelanja oleh karena itu kami memberikan nota kepada konsumen bukan hanya untuk memberikan informasi harga produk namun juga ada nomor telepon yang bertujuan untuk mendengar keluhan dan komplek dari konsumen yang kemudian akan kami perbaiki” (Abdullah, wawancara 11 Juni 2021).

Pendapat dari informan MQ yaitu:

“Iya ada nonor hp yang tertera di nota jadi kalau ada komplek segera kami cari solusinya. Ada beberapa komplek dari konsumen seperti barang yang kurang lengkap, tempat parkir yang kurang luas, kadang ada kembalian uang yang kurang atau lebih” (Quraysi, wawancara, 11 Juni 2021).

Untuk memperkuat pernyataan karyawan tersebut peneliti juga melakukan wawancara kepada konsumen mengenai komplek yang pernah dilakukan dan penanganannya.

Konsumen FH mengatakan:

“Kalau komplek masalah produk atau harga atau pelayanan ga pernah mbak karena ga pernah mengecewakan, saya dulu pernah kasih saran untuk menambah jumlah kasirnya biar tambah cepet jadi antrinya ga terlalu lama. Mungkin juga karena banyak yang minta ditambah kasirnya jadi ditambah beneran ini buktinya sekarang sudah ada tiga kasir jadi enak ga antri terlalu lama” (Himmah, wawancara, 19 Oktober 2021).

Konsumen LF mengatakan:

“Pernah masalah stok barang yang tidak lengkap tapi kata karyawannya barang yang saya tanyakan memang belum datang, keesokannya saya balik lagi barangnya sudah ada jadi Cuma karena masalah pengiriman yang telat aja” (Lutfi, wawancara, 19 Oktober 2021).

Sedangkan konsumen MB mengatakan:

“Belum pernah komplek tapi kalau ada komplek akan ditanggapi dengan baik, semua komplek pasti ada yang sudah diperbaiki ada juga yang masih dalam proses” (Bakri, wawancara, 20 Oktober 2021).

Menurut konsumen IW yaitu:

“Belum pernah mbak, sebenarnya saya juga mau komplek masalah harga yang belum dicantumkan di rak tapi sering kelupaan mbak” (Wati, wawancara, 20 Oktober 2021).

Berdasarkan pernyataan informan tersebut minimarket Kancakona memegang tanggung jawab bagi konsumen yang merasa kurang puas saat berbelanja sehingga dapat melakukan komplek, kritik, atau saran melalui nomor yang tertera pada nota. Langkah selanjutnya karyawan akan melakukan tindakan untuk menangani bentuk komplek atau saran yang diajukan agar konsumen merasa puas sehingga tidak ada keluhan lagi.

Minimarket harus memiliki sistem keamanan yang ketat agar tidak terjadi tindakan kejahatan dan apabila telah terjadi kejahatan maka akan mudah untuk mencari solusinya. Oleh karena itu peneliti melakukan wawancara kepada konsumen mengenai sistem keamanan di Minimarket Kancakona. Konsumen FH mengatakan:

“Iya CCTVnya kalau ga salah totalnya ada enam mbak, di minimarket ada tiga, di gudang ada dua, di parkiran ada satu terus ada tukang parkirnya juga”

Pendapat yang sama juga dikatakan konsumen LF yaitu:

“Ada diluar dipasang satu CCTV di dalam minimarket itu ada tiga terus katanya ada dua juga di gudang” (Himmah, wawancara, 19 Oktober 2021).

Sedangkan Informan MB mengatakan:

“Pasti ada CCTVnya mbak buat keamanan” (Lutfi, wawancara 20 Oktober 2021).

Konsumen IW mengatakan:

“Setau saya CCTVnya ada empat mbak di dalam minimarket tiga di parkiran ada satu, kalau parkiran aman mbak

karena juga dijaga pak parkir” (Wati, wawancara, 20 Oktober 2021).

Dengan demikian minimarket Kancakona telah menerapkan tanggung jawab melalui beberapa hal yaitu melakukan perjanjian tukar barang kepada perusahaan apabila ditemukan kerusakan atau kecacatan produk dan produk yang sampai pada tanggal kadaluarsa dengan tujuan untuk memberikan kualitas dan kuantitas yang terbaik kepada konsumen. Penukaran barang juga dapat dilakukan oleh konsumen kepada minimarket Kancakona sesuai syarat yang berlaku yaitu memiliki bukti nota, produk yang akan ditukar masih tersegel, dan berlaku selama 24 jam. Selain itu, minimarket Kancakona secara terbuka menerima komplek, kritik, dan saran dari konsumen yang dapat dilakukan dengan cara menghubungi nomor yang tertera pada nota. Hal tersebut dilakukan sebagai bentuk intropeksi terhadap kekurangan yang dirasakan konsumen, kemudian akan dirembukkan dan dicari solusinya supaya dapat meningkatkan pelayanan, kualitas, dan kuantitas dengan baik sehingga konsumen merasa nyaman dan puas ketika berbelanja di minmarket Kancakona. Sistem keamanan di minimarket Kancakona juga telah memadai dimana ada CCTV yang terpasang yaitu tiga CCTV di dalam area minimarket, dua di gudang penyimpanan barang, dan satu di tempat parkir ditambah juga dengan tukang parkir sehingga

minimarket ini sangat menjaga keamanan untuk karyawan dan konsumen.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

#### **A. Sistem Kerja Pada Minimarket Kancakona Kecamatan Ganding**

Pada bisnis ritel sistem kerja sangat penting dan berpengaruh terhadap perkembangan dan kemajuan bisnis karena menentukan kualitas, kuantitas dan kepuasan konsumen. Minimarket Kancakona merancang sistem kerja yang terdiri dari Standart Operasional Prosedur (SOP), pelayanan yang prima, pemilihan produk, serta kerjasama dengan supplier yang berasal dari mitra dan produsen.

Sistem kerja merupakan gabungan dari tata kerja dan prosedur kerja yang digunakan untuk merencanakan dan mengatur pekerjaan agar terlaksana dengan baik dan maksimal. Berikut ini pemaparan mengenai sistem kerja pada minimarket Kancakona yang diperoleh berdasarkan wawancara dan observasi.

##### **1. Tata Kerja**

Tata kerja pada minimarket Kancakona terdiri dari kriteria calon karyawan, kerjasama dengan supplier, dan pelayanan dengan konsep 4S 1T. Kriteria calon karyawan pada minimarket Kancakona sama seperti kriteria karyawan minimarket pada umumnya yang disusun dengan tujuan untuk

mendapatkan Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas dan berbudaya. Namun, ada suatu hal yang berbeda yaitu tentang mengutamakan alumni dari Pondok Pesantren An-Nuqayah. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan agar para alumni dapat menerapkan ilmu dan akhlak yang didapatkan selama di pondok ke dalam kehidupan sehari-hari dan untuk mempertahankan karakter santri yang bermartabat. Meskipun demikian, seorang yang bukan alumni PP An-Nuqayah juga mendapatkan kesempatan karena yang menjadi pertimbangan utama yaitu akhlak dan kejujuran. Karyawan di minimarket Kancakona saat ini berjumlah 11 orang dan 4 diantaranya bukan alumni Pondok Pesantren An-Nuqayah.

Minimarket Kancakona bekerja sama dengan supplier di Kabupaten Sumenep yang telah memenuhi syarat yang ditetapkan oleh minimarket. Syarat yang harus dipenuhi oleh supplier baik dari mitra dan produsen agar bisa menjalin kerjasama dengan minimarket ini yaitu harus menyediakan produk yang berkualitas, disiplin waktu dalam pengiriman barang, bertanggung jawab dan dapat dipercaya, memiliki karakter dan akhlak yang baik, serta jujur sopan dan saling menghargai. Minimarket kancakona sangat tegas dan hati-hati dalam memilih rekan kerja, apabila ada supplier yang melanggar atau tidak memenuhi syarat maka seluruh perjanjian

akan dibatalkan dan segera mencari mitra yang memenuhi syarat. Hingga saat ini minimarket Kancakona telah bekerja sama dengan puluhan mitra yang memenuhi syarat dan bertanggung jawab karena setiap minggu ada sales yang ditugaskan untuk mengecek barang di minimarket, hal itu dilakukan dengan tujuan untuk memberikan kualitas yang terbaik untuk konsumen.

Minimarket Kancakona memberikan pelayanan prima melalui konsep 4S (Senyum, Salam, Sapa, Sopan santun) 1T (Terimakasih) yang diterapkan agar konsumen merasa puas. Karyawan minimarket Kancakona menerapkan konsep ini dengan caranya sendiri yaitu dengan mengatakan salam dan terimakasih dalam bahasa Madura. Salam yang digunakan yaitu “Beremma kabherre? yang artinya bagaimana kabarnya?” atau “Abelenje ponapa Pak/Buk? yang artinya belanja apa Pak/Bu?” sedangkan untuk kalimat yang menunjukkan ucapan terimakasih yaitu “Sakalangkong/ mator sakalangkong” hal ini dilakukan karena dianggap lebih akrab dan dapat membangun hubungan yang lebih erat dengan konsumen. Selain itu, karyawan selalu memberikan bantuan kepada konsumen seperti memberikan keranjang belanja pada konsumen, membantu membawakan barang berat ke kendaraan konsumen, dan membawakan sandal konsumen yang dilepas di halaman luar Minimarket.

## 2. Prosedur Kerja

Prosedur kerja pada minimarket Kancakona terdiri dari Standart Operasional Prosedur (SOP), disiplin kerja serta penentuan dan pemilihan produk yang akan dijual.

Stadar Operasional Prosedur (SOP) di minimarket Kancakona disusun seperti standar aturan minimarket pada umumnya yaitu aturan mengenai jam kerja mulai pukul 07.00 WIB hingga pukul 22.00 WIB, memakai pakaian yang telah ditentukan, disiplin waktu, menjaga kebersihan lingkungan, dan bertanggung jawab atas tugas masing-masing. Pada pelaksanaannya, karyawan minimarket Kancakona berusaha untuk melaksanakan ketentuan tersebut meskipun ada beberapa karyawan yang masih melanggar seperti terlambat masuk kerja dan waktu untuk membuka minimarket yang molor hingga 10 menit. Untuk menyikapi pelanggaran tersebut maka karyawan diberikan sanksi berupa teguran, peringatan, hingga pemotongan gaji agar menimbulkan efek jera dan menjadi pembelajaran bagi karyawan lain.

Sebagai tambahan minimarket Kancakona juga menetapkan disiplin kerja sebagai peraturan agar karyawan dapat bekerja dengan fokus dan terkendali. Disiplin kerja berisi tentang kewajiban mengisi absensi, ijin apabila tidak bisa masuk kerja, tidak diperkenankan menggunakan Handphone, dan



kewajiban menerapkan protokol kesehatan. Pada pelaksanaannya karyawan berusaha menerapkan dengan baik namun masih ada beberapa aturan yang dilanggar seperti terlambat/tidak ijin apabila berhalangan masuk kerja dan seringkali memakai masker dengan cara yang salah (tidak menutupi hidung). Untuk menyikapi adanya pelanggaran tersebut maka karyawan akan diberikan teguran, peringatan, hingga pemecatan.

Minimarket kancakona menetapkan syarat dalam menentukan produk yang akan dijual. Syarat tersebut yaitu berlabel halal, BPOM, memiliki informasi produk, memiliki *barcode*, dan tidak rusak atau retur. Pada pelaksanaannya minimarket sangat menjaga kualitas produk yang terjamin sampai ke tangan konsumen namun di minimarket ini juga terdapat produk rokok yang belum memiliki sertifikasi halal dari MUI.

Dengan demikian sistem kerja yang terdiri dari tata kerja dan prosedur kerja yang mengatur tentang peraturan kerja, pembatasan kerja, sistem pelayanan dan penentuan produk yang akan dijual telah dilaksanakan dengan baik meskipun pada kenyatannya masih ada beberapa peraturan yang kerap dilanggar oleh karyawan.

## **B. Implementasi Etika Bisnis Islam di Minimarket Kancakona**

Bisnis ritel yang menyanggah nama syariah ditandai dengan kegiatan operasional kerja yang islami yaitu sesuai dengan agama islam yang berpedoman pada Al-Qur'an dan Al-Hadist. Bisnis ritel syariah harus mampu menerapkan etika bisnis islam yang meliputi keesaan (tauhid), keseimbangan/kesejajaran (*Al- adl wa Al- ihsan*), kehendak bebas (*ikhtiyar- freewill*), dan tanggung jawab (*fardh*). Minimarket Kancakona merupakan salah satu minimarket syariah yang berlokasi di Kecamatan Ganding Kabupaten Sumenep, karena berdiri dengan koridor syariah maka minimarket Kancakona harus menerapkan etika bisnis islam dalam operasional kerja. Peneliti akan memaparkan implementasi etika bisnis islam pada seluruh aktivitas bisnis di minimarket Kancakona.

#### 1. Penerapan Keesaan (tauhid)

Dari hasil penelitian yang diperoleh dengan wawancara dan observasi lapangan diperoleh bahwa minimarket Kancakona telah menerapkan konsep tauhid. Hal ini dapat dilihat dari pemberlakuan peraturan mengenai kewajiban membaca ayat suci Al-Qur'an sebelum melaksanakan kerja, istirahat selama 15 menit untuk shalat, pemberlakuan jam khusus untuk shalat jum'at, seragam karyawan yang sesuai syariat Islam, penyetulan

lagu islami atau ceramah, serta pemberian zakat dan THR kepada konsumen.

Dari hasil wawancara dengan informan menyatakan bahwa seluruh karyawan telah melaksanakan rutinan mengaji sebelum bekerja dan senantiasa saling mengingatkan untuk melaksanakan shalat. Selain itu minimarket Kancakona memiliki kegiatan tambahan yaitu membagikan sembako kepada masyarakat sekitar dan memberikan THR bagi konsumen yang berlangganan. Dengan demikian minimarket Kancakona tidak hanya melakukan aktivitas bisnis dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan namun juga peduli dan berbagi rejeki dengan masyarakat sekitar.

Minmarket Kancakona tidak menjual belikan produk yang terbuat dari bahan yang haram diantaranya mengandung alkohol, daging babi, darah, dan bahan haram lainnya namun di minimarket Kancakona ditemukan produk rokok yang belum jelas kehalalannya karena belum mendapatkan label halal dari MUI. Peneliti juga menemukan bahwa minimarket Kancakona tidak memberikan harga secara transparan yang biasanya diletakkan pada rak barang yang disesuaikan dengan produk yang tertera sehingga konsumen tidak dapat mengetahui harga suatu produk.

2. Penerapan Keseimbangan/ kesejajaran (*Al- adl wa Al- ihsan*)

Minimarket Kancakona telah menerapkan konsep keseimbangan/ kesejajaran, hal ini berdasarkan pada wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti. Berdasarkan penelitian diperoleh bahwa gaji karyawan diberikan tepat waktu terhitung selama 30 hari dan sudah mencapai UMK yang nominalnya berbeda-beda sesuai dengan tugas dan tanggung jawab masing-masing, semakin berat tanggung jawab dan resiko yang dipegang maka semakin besar pula gaji yang diterima. Selain itu, minimarket Kancakona selalu menyediakan produk promo tanpa syarat yang dapat diperoleh seluruh konsumen agar bisa berbelanja dengan lebih hemat, dan ada harga diskon bagi konsumen yang berbelanja lebih dari tiga ratus ribu rupiah.

Namun ditemukan ketidak sesuaian terlaksananya peran minimarket sebagai distributor akhir karena pada kenyatannya minimarket Kancakona juga menjadi pusat kulakan bagi sebagian konsumen yang memiliki toko kelontong. Hal ini disebabkan oleh harga yang cenderung terjangkau, produknya lengkap dan banyak promo sehingga membuat konsumen tertarik untuk memborong dan menjualnya kembali. Fasilitas yang tersedia di minimarket Kancakona juga kurang memadai yaitu mengenai AC yang sering mati dan tempat parkir yang kurang luas sehingga minimarket Kancakona harus

memperbaiki dan melengkapi fasilitas tersebut agar konsumen merasa nyaman dan puas saat berbelanja.

### 3. Penerapan Kehendak bebas (ikhtiyar- *freewill*)

Dari hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa minimarket Kancakona telah menerapkan konsep kehendak bebas dengan baik. Hal ini dapat dilihat dari promosi produk dengan cara online dan offline yang dilakukan tanpa adanya penipuan, secara online yaitu dengan membuat postingan di media sosial seperti Whats App dan Facebook yang selalu diperbarui dengan informasi terbaru, sedangkan secara offline dilakukan dengan cara membuat papan informasi mengenai produk promo dan harganya yang dipasang di rak khusus. Selain itu, meskipun minimarket Kancakona dikelola oleh alumni Pesantren An-Nuqayah penetapan kriteria karyawannya sudah sesuai standart karena mendahulukan perilaku, karakter dan akhlak yang baik jadi, minimarket ini juga memberikan kesempatan bagi yang bukan alumni pondok untuk menjadi karyawan dan diketahui dari 11 karyawan ada 4 diantaranya bukan alumni pondok An-nuqayah yang tetap bekerja sampai saat ini.

Minimarket ini juga melakukan kerjasama dengan mitra dan produsen di Kabupaten Sumenep yang memenuhi syarat bertanggung jawab, disiplin waktu, produknya halal, memiliki

informasi yang lengkap, aman dan higienis. Namun ditemukan kekurangan yaitu mengenai kerapian yang seringkali membuat konsumen merasa risih. Dengan demikian, meskipun minimarket Kancakona memiliki wewenang dan kebebasan dalam menjalankan bisnis, minimarket ini senantiasa memilih dengan cara yang baik dan tanpa adanya penipuan, hanya saja kerapian produk belum tertata dengan rapi meskipun sudah disediakan rak namun terkadang masih banyak produk yang berserakan di lantai sehingga membuat konsumen merasa risih.

#### 4. Penerapan Tanggung jawab (*fardh*)

Konsep tanggung jawab memiliki hubungan yang erat dengan konsep lainnya yaitu keesaan, keseimbangan, dan kehendak bebas karena segala perbuatan yang dilakukan harus diiringi dengan tanggung jawab. Dari hasil penelitian menunjukkan adanya peraturan mengenai tugas dan tanggung jawab yang berikan kepada karyawan sesuai dengan jabatan masing-masing yang terlaksana dengan baik oleh para karyawan. Sebagai bentuk pertanggung jawaban, minimarket Kancakona bekerjasama dengan sales perusahaan sehingga apabila terjadi kerusakan produk atau mendapati produk yang retur maka pengembalian dan penukaran dapat dilakukan. Hal itu juga berlaku bagi konsumen yang ingin menukar produk yang telah dibeli dengan produk lainnya dengan syarat yang berlaku

yaitu memiliki bukti nota, produk yang akan ditukar masih tersegel, dan berlaku selama 24 jam. Minimarket Kancakona juga memberikan keleluasaan bagi konsumen yang ingin menyampaikan keluhan, kritik, dan saran yang dapat disampaikan dengan menghubungi nomor yang tertera pada nota melalui pesan Whats App (WA) atau telepon, pada penerapannya pihak manajemen yang memegang tanggung jawab tersebut dan siap 24 jam untuk menampung adanya kritik dan saran yang selanjutnya dimusyawarahkan bersama seluruh karyawan. Sistem keamanan di minimarket Kancakona juga telah memadai karena ada enam perangkat CCTV yang terpasang yaitu tiga CCTV di dalam area minimarket, dua di gudang penyimpanan barang, dan satu di tempat parkir ditambah juga dengan adanya tukang parkir yang mengatur dan menjaga kendaraan konsumen. Dengan demikian diperoleh bahwa minimarket Kancakona sangat bertanggung jawab untuk memberikan produk yang terjamin kualitasnya kepada konsumen, dan bersedia menerima penukaran produk, komplek, dan saran dari konsumen, serta sangat menjaga keamanan untuk karyawan dan konsumen.

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka didapat kesimpulan bahwa:

1. Sistem kerja di minimarket Kancakona merupakan penggabungan dari tata kerja dan prosedur kerja yang digunakan sebagai peraturan kerja bagi karyawan. Pada tata kerja terdiri dari kriteria karyawan yang ditentukan untuk mendapatkan Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas dan berbudaya, konsep 4S 1T yang digunakan untuk melayani konsumen, serta kerjasama dengan mitra dan produsen sebagai supplier yang memenuhi syarat. Sedangkan prosedur kerja terdiri dari Standar Operasional Prosedur SOP, disiplin kerja, dan pemilihan produk yang akan dijual di minimarket. Dalam pelaksanaannya karyawan minimarket kancakona telah menerapkan sistem kerja dengan baik namun belum maksimal karena masih ditemukan pelanggaran pada pelaksanaan SOP dan disiplin kerja yaitu karyawan yang terlambat masuk kerja, terlambat/ tidak meminta izin untuk tidak masuk kerja, dan tidak patuh pada



protokol kesehatan 3M (Memakai masker, Mencuci tangan, Menjaga jarak).

2. Penerapan etika bisnis islam pada minimarket Kancakona telah diterapkan dengan baik karena mengedepankan aspek Syariah pada operasional kerjanya. Implementasi pada konsep keesaan (tauhid) yaitu adanya rutinan mengaji sebelum bekerja bagi seluruh karyawan, pemberlakuan jam khusus untuk beribadah, penyetelan ceramah dan musik islami di dalam minimarket, seragam karyawan yang sopan dan islami, serta pemberian zakat dan THR kepada konsumen. Implementasi pada konsep Keseimbangan/ kesejajaran (*Al- adl wa Al- ihsan*) yaitu pemberian gaji kepada karyawan sesuai porsinya, sistem produk promo tanpa syarat, serta harga diskon bagi yang belanja lebih dari Rp 300.000. Implementasi Penerapan Kehendak bebas (*ikhtiyar- freewill*) yaitu sistem promosi online dan offline yang dilakukan tanpa adanya penipuan, penentuan karyawan yang mengedepankan akhlak, pemilihan produk, serta kerjasama dengan mitra dan produsen yang berkualitas. Implementasi tanggung jawab (*fardh*) yaitu, melakukan perjanjian tukar barang rusak/retur kepada supplier, menerima penukaran produk dari konsumen, menerima kritik, komplimen dan saran dari konsumen dengan cara

menghubungi nomor yang tertera pada nota serta memiliki tukang parkir dan CCTV untuk menjaga keamanan konsumen dan karyawan. Namun dari implementasi tersebut ada beberapa hal yang masih belum terlaksana yaitu pada konsep keesaan mengenai produk halal dimana minimarket Kancakona menjual produk rokok yang belum jelas kehalalannya dan tidak memberikan harga secara transparan. Pada implementasi keseimbangan juga ditemukan bahwa konsumen yang mendapat harga murah cenderung menjual kembali produk yang telah dibeli dan tersebut dinilai salah karena tidak sesuai dengan peran bisnis ritel sebagai distributor akhir. Selain itu, minimarket Kancakona juga harus memperbaiki fasilitas AC yang sering mati, tempat parkir yang kurang luas, dan penataan produk yang kurang rapi.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan diatas, penulis memberikan saran yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Minimarket Kancakona
  - a. Minimarket Kancakona perlu memperhatikan dan memaksimalkan penerapan aspek syariah dalam seluruh kegiatan operasional.

- b. Minimarket Kancakona perlu menimbang kembali produk yang diperjualbelikan dan mengutamakan produk yang bersertifikasi halal.
- c. Memenuhi fasilitas seperti toilet yang bersih, tempat parkir yang luas dan mushalla, AC yang nyaman, penataan barang yang rapi, dan memberikan informasi harga produk secara transparan.
- d. Tetap menjaga dan meningkatkan aspek syariah di minimarket Kancakona dan bagi karyawan senantiasa membiasakan diri untuk menerapkan prinsip Syariah dalam kehidupan sehari-hari.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Diharapkan dapat mengembangkan dan menambah variabel yang diteliti supaya menghasilkan data yang bervariasi
- b. Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk menjadi bahan rujukan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan atau sejenis.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. (2021, Juni 11). Wawancara.
- Ahmad, D. M. (2003). *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Pustaka Al-Kausar.
- Alma, B. (2018). *Pengantar Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Aniesa. (2019, mei 31). *Jumlah Minimarket di Indonesia*. Retrieved April 13, 2021, from jumlah minimarket indonesia terbanyak di asia: [www.marketeers.com/jumlah-minimarket-indonesia-terbanyak-di-asia-tenggara](http://www.marketeers.com/jumlah-minimarket-indonesia-terbanyak-di-asia-tenggara)
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Citra.
- Bakri, M. (2021, Oktober 20). Wawancara. (Wawancara, Interviewer)
- Bakry, N. (1994). *Problematika Pelaksanaan Fiqh Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Bambang. (2014). *Etika Bisnis Islam*. Surabaya: Uin Sunan Ampel Press.
- Dauri, H. (2021, Juni 10). Wawancara.
- Djakfar, M. (2012). *Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Jakarta: Penebar Plus.
- Fauzia, I. Y. (2013). *Etika Biisnis Islam*. Jakarta: Prenada Media.
- Hafid, Y. H. (2014). *Etika Bisnis Islam*. Makkasar: Kretakupa Print.
- Harahap, N. A. (2018). Analisis Penerapan dan Dampak Etika Bisnis Islam terhadap Kemajuan Bisnis pada Supermarket De'halal Mart.
- Haroen, N. (2000). *Fiqih Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama.

- Himmah, F. (2021, Oktober 19). Wawancara.
- Khotimah, K. (2017). Implementasi Etika Bisnis Islam di Aflah Bakery Yogyakarta.
- Lutfi. (2021, Oktober 19). Wawancara.
- M Ismail Yusanto, M. K. (2008). *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani.
- Muhammad. (2002). *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Mulyadi. (2010). *Sistem Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Naqvi, S. N. (2009). *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Naqvi, S. N. (Yogyakarta). *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*. 2003: Pustaka Pelajar.
- Nawawi, I. (2012). *Metoda Penelitian Kualitatif*. Jakarta: CV Dwiputra Pustaka Jaya.
- Nugroho, A. A. (2013). Dampak Perkembangan Minimarket Terhadap Kestabilan Ekonomi Pedagang Pasar. *Universitas PGRI Yogyakarta*, 13.
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: PT LKiS Pelangi Aksara Yogyakarta.
- Quraysi, M. (2021, Juni 11). Wawancara. (Wawancara, Interviewer) Sumenep, Jawa Timur.
- S. Soeryasumantri, J. (1978). *filosofat ilmu sebuah pengantar populer*. Jakarta: Sinar Harapan.
- Sangadji, S. d. (2016). *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Sedarmayanti. (2009). *Tata Kerja dan Produktivitas kerja*. Bandung: Mandar Maju.
- Subagyo, P. J. (1997). *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Subagyo, P. J. (2004). *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Subandi, B. (2014). *Etika Bisnis Islam*. Surabaya: Uin Sunan Ampel Press.
- Sugiono. (2008). *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfa Beta.
- Sujana, A. S. (2012). *Manajemen Minimarket*. Jakarta: Penebar Swadaya Grup.
- Sundari & Syaikhudin, A. Y. (2021). *Manajemen Ritel ( teori dan strategi dalam bisnis ritel)*. Lamongan: Academia Publication.
- Sundari, F. (2020). Strategi Pengembangan Wisata Pinus Ecopark Melalui Media Sosial dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.
- Taringan, A. A. (2016). *Dasar Dasar Etika Bisnis Islam*. FEBI Pers.
- Utami, N. (2018). Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Jual Beli Online sistem Dropshipping di Ritel Wilayah Ponorogo.
- Wati, I. (2021, Oktober 20). Wawancara.
- Widjajakusuma, M. I. (2008). *Menggagas Bisnis Islam*. Jakarta: Gema Insani.
- Wikipedia. (2020, 3 28). Retrieved maret 15, 2021, from Toko Kelontong: [https://id.wikipedia.org/wiki/Toko\\_kelontong](https://id.wikipedia.org/wiki/Toko_kelontong)

Yaniawati, R. I. (2017). *Metodologi penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran* . Bandung: PT Revika Aditama.

Yunus, M. (2019). Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Studi Kasus Pada UMKM Bandeng Tandu Kendal.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A