

**ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM PADA MINIMARKET AL-
FATTAH MART DITINJAU DARI PEMIKIRAN IMAM
AL-GHAZALI**

Skripsi



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

Oleh :

**Kholifatul Amanah
G04218028**

**PRODI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
2022**

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, (Kholifatul Amanah, G04218028), menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarisme*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Sunan Ampel, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar kepustakaan.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 20 Oktober 2022



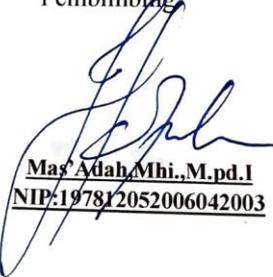
Kholifatul Amanah

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Kholifatul Amanah NIM: G04218028 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqosahkan

Surabaya, 30 September 2022

Pembimbing



Mas'adah Mhi., M.pd.I
NIP:197812052006042003

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM PADA MINIMARKET AL-FATTAH MART DITINJAU DARI PEMIKIRAN IMAM AL-GHAZALI

Oleh
Kholifatul Amanah
NIM: G04218028

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 20 Oktober 2022 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji:

1. Mas'adah, M.HI
NIP: 197812052006042003
(Penguji 1)
2. Dr. Mustofa, S.Ag., MEI
NIP: 197710302008011007
(Penguji 2)
3. Dr. H. Muhammad Lathoif Ghozali, Lc,
MA
NIP: 197511032005011005
(Penguji 3)
4. Nurul Fatma Hasan, MEI
NIP: 198907112020122013
(Penguji 4)

Tanda Tangan:



Surabaya, 20 Oktober 2022



Dr. Kholifatul Amanah, S.Ag., S.S., M.E.I
NIP: 197005142000031001



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpustakaan@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 : KHOLIFATUL AMANAH
NIM : G04218028
Fakultas/Jurusan : FEBI/EKONOMI SYARIAH
E-mail address : kholifatulamanah34@gmail.com

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

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

Analisis Etika Bisnis Islam Pada Minimarket Al-Fattah Mart Ditinjau Dari Pemikiran Imam Al-Ghazali

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, 21 Februari 2022

Penulis

(Kholifatul Amanah)

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Analisis Etika Bisnis Islam Pada Minimarket Al-Fattah Mart Ditinjau dari Pemikiran Imam Al-Ghazali” merupakan suatu penelitian yang bertujuan untuk menjawab bagaimana etika bisnis Islam yang diterapkan oleh minimarket Al-Fattah Mart dan bagaimana penerapan etika bisnis Islam pemikiran Al-Ghazali di minimarket Al-Fattah Mart.

Metode penelitian yang digunakan yakni metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan atau *field research*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan cara observasi, wawancara dengan pihak Al-Fattah Mart dan pihak lain yang terlibat serta dokumentasi. Sumber data penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder, dan untuk teknik pengolahan data dari penelitian yakni pemeriksaan data (*editing*), rekonstruksi data (*reconstructing*) dan sistematika data. Dalam penelitian ini menggunakan beberapa teknik dalam analisis data yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa minimarket Al-Fattah Mart telah menerapkan etika bisnis Islam didalam operasionalnya seperti etika ketauhidan, etika dalam berpakaian, etika dalam pengambilan keuntungan, etika dalam melayani konsumen, etika dalam menjual produk yang halal dan etika dalam menjalin kerja sama. Keenam etika tersebut telah dijalankan setiap harinya, hanya saja terkadang pegawai dari minimarket Al-Fattah Mart tidak menjalankan etika ketauhidan dengan baik, hal itu dikarenakan para pegawainya tidak menjalankan sholat berjamaah ketika sedang bekerja padahal minimarket Al-Fattah Mart telah memfasilitasi pegawai untuk bisa sholat berjamaah. Etika bisnis Islam pemikiran Al-Ghazali apabila diterapkan di minimarket ini maka bisa terlaksana salah satu nya yakni menyeimbangkan urusan duniawi dan akhirat, tidak serakah dalam pengambilan keuntungan dan menghindari barang atau produk yang syubhat.

Saran dari peneliti untuk minimarket Al-Fattah Mart yakni memberikan *price tag* atau label harga di setiap produk yang di display agar konsumen bisa mengira-ngira harga dari produk tersebut, selain itu memberikan tambahan pada keranjang belanja akan menjadi lebih baik lagi karena konsumen bisa menggunakan keranjang tersebut untuk berbelanja.

Kata kunci: Etika Bisnis Islam, Imam Al-Ghazali, Minimarket Al-Fattah Mart

ABSTRACT

The thesis entitled "Analysis of Islamic Business Ethics in the Al-Fattah Mart Minimarket in View of the Thoughts of Imam Al-Ghazali" is a study that aims to answer how Islamic business ethics are applied by the Al-Fattah Mart minimarket and how the application of Islamic business ethics is Al-Fattah Mart's thought. Ghazali at Al-Fattah Mart mini market.

The research method used is a qualitative research method with a descriptive approach. The type of research used is field research or field research. The data collection technique used is by observation, interviews with Al-Fattah Mart and other parties involved as well as documentation. The data source for this research uses primary data and secondary data, and for data processing techniques from research, namely data checking (editing), data reconstruction (reconstructing) and data systematics. In this study using several techniques in data analysis, namely data reduction, data presentation and drawing conclusions.

The results of this study indicate that Al-Fattah Mart minimarket has implemented Islamic business ethics in its operations such as the ethics of monotheism, ethics in dress, ethics in profit making, ethics in serving consumers, ethics in selling halal products and ethics in establishing cooperation. These six ethics have been carried out every day, it's just that sometimes employees from the Al-Fattah Mart minimarket don't carry out the ethics of monotheism properly, that's because the employees don't pray in congregation while working even though the Al-Fattah Mart minimarket has facilitated employees to be able to pray in congregation . The Islamic business ethics of Al-Ghazali's thought, if applied to this mini-market, one of the things that can be implemented is balancing worldly affairs and the hereafter, not being greedy in profit making and avoiding doubtful goods or products.

Suggestions from researchers for the Al-Fattah Mart minimarket are to provide price tags or price tags on each product that is displayed so that consumers can estimate the price of the product, besides that providing additional shopping baskets will be even better because consumers can use baskets. it for shopping.

Keywords: Islamic Business Ethics, Imam Al-Ghazali, Minimarket Al-Fattah Mart

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR TRANSLITERASI	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	8
1.3. Batasan Masalah	9
1.4. Rumusan Masalah.....	9
1.5. Tujuan Penelitian	9
1.6. Manfaat Penelitian	9
1.7. Definisi Operasional.....	10
1.8. Sistematika Pembahasan	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
2.2 Landasan Teori	17
2.2.1 Etika Bisnis Islam.....	17
2.2.2 Etika Bisnis Islam menurut para Ahli	25
2.2.3 Etika Bisnis Islam menurut Al-Ghazali	29

2.3	Kerangka Konseptual	37
BAB III METODE PENELITIAN		39
3.1	Pendekatan Penelitian.....	39
3.2	Lokasi dan Waktu Lokasi Penelitian.....	39
3.3	Fokus Penelitian.....	39
3.4	Sumber Data	40
3.5	Teknik Pengumpulan Data	41
3.5.2.	Observasi.....	44
3.5.3.	Dokumentasi	44
3.6	Teknis Pengolahan Data	45
3.6.1.	Pemeriksaan Data (editing)	45
3.6.3.	Sistematika Data (sistematising).....	45
3.7	Teknis Analisis Data	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		48
4.1	Gambaran Umum Minimarket Al-Fattah Mart	48
4.1.1	Sejarah Minimarket Al-Fattah Mart.....	48
4.1.2	Struktur Organisasi Minimarket Al-Fattah Mart.....	49
4.1.3	Operasional Minimarket Al-Fattah Mart	51
4.1.4	Produk Minimarket Al-Fattah Mart	52
4.1.5	Fasilitas Minimarket Al-Fattah Mart	53
4.2	Hasil Penelitian.....	55
4.2.1	Etika Bisnis Islam Pada Minimarket Al-Fattah Mart.....	55
4.2.2	Etika Bisnis Islam Pemikiran Imam Al-Ghazali	72
4.3	Pembahasan	76
4.3.1	Analisis Etika Bisnis Islam di Minimarket Al-Fattah Mart	76
4.3.2	Etika Bisnis Islam Pemikiran Imam Al-Ghazali.....	89
BAB V PENUTUP.....		96
5.1	Kesimpulan	96
5.2	Saran.....	97

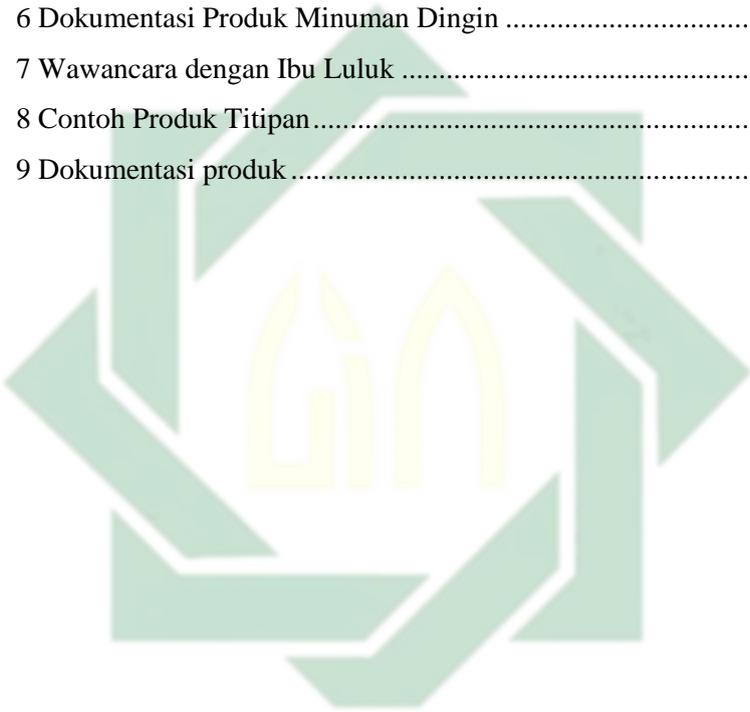
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN.....	102



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Dokumentasi Bersama Kepala Minimarket Al Fattah	102
Gambar 1. 2 Dokumentasi Bersama Pegawai Al Fattah	102
Gambar 1. 3 Transaksi	102
Gambar 1. 4 Dokumentasi dengan Santri	Error! Bookmark not defined.
Gambar 1. 5 Proses Transaksi.....	103
Gambar 1. 6 Dokumentasi Produk Minuman Dingin	103
Gambar 1. 7 Wawancara dengan Ibu Luluk	103
Gambar 1. 8 Contoh Produk Titipan.....	103
Gambar 1. 9 Dokumentasi produk.....	103



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 4. 1 Struktur Organisasi Al-Fattah Mart	50
Tabel 4. 2 Tabel jam operasional	51



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Perkembangan zaman pada era globalisasi saat ini memberikan dampak terhadap perekonomian negara bahkan perekonomian dunia. Era globalisasi saat ini memiliki peran yang penting dalam pembangunan suatu negara salah satunya yakni memberikan peluang kepada negara berkembang untuk mengikuti perkembangan zaman. Dengan berkembangnya zaman maka menciptakan kondisi yang saling bergantung dan saling membutuhkan, selain itu juga menimbulkan persaingan bisnis yang semakin ketat. (Patricia, 2021)

Persaingan bisnis yang semakin ketat akan mendorong para pebisnis untuk berbondong-bondong menguasai pangsa pasar dengan cara bersaing tidak sehat. Mereka menilai bahwa keberadaan bisnis hanya dilihat dari kinerja keuangan saja tanpa memperhatikan pentingnya etika dan norma. Adanya persaingan yang tidak sehat kerap merugikan bagi banyak pihak termasuk konsumen.

Bisnis merupakan salah satu sandaran ekonomi yang dilakukan oleh mayoritas masyarakat. Agama Islam membolehkan masyarakat untuk berbisnis, bahkan Rasulullah sendiri pun juga melakukan bisnis di zamannya. (Romadona & Ulfi, 2021) Bisnis sendiri menjadi penopang dalam berkembangnya ekonomi masyarakat, sehingga tidak heran apabila banyak yang berkecimpung di dunia bisnis. Walau begitu didalam berbisnis tetap harus menerapkan etika yang sesuai dengan ajaran agama Islam. (Ika,

2020)

Dalam agama Islam, tingkah laku seorang pebisnis memiliki norma dan aturan yang harus dilakukan dan tidak boleh dilanggar, hal tersebut bertujuan agar para pelaku bisnis tidak merugikan pihak-pihak lain dengan semena-mena dan hanya berfikir bahwa bisnis hanya untuk mendapatkan keuntungan. Bisnis dan etika merupakan kesatuan yang harus berjalan beriringan dan tidak dapat dipisahkan karena keduanya memiliki keterlibatan satu sama lain.

Etika bisnis dalam suatu perusahaan memiliki peran yang sangat penting, keberhasilan perusahaan bukan hanya tentang moral dan manajemen yang baik saja, namun juga harus memiliki etika bisnis yang baik.(Hasoloan, 2018) Moral sendiri merupakan kebiasaan atau cara hidup yang cenderung lebih merujuk kepada nilai-nilai yang diyakini, sedangkan etika lebih cenderung pada nilai-nilai perilaku yang ditunjukkan oleh seseorang atau organisasi tertentu dalam berinteraksi dengan lingkungan yang ada.(Ainur, 2016) Mempertahankan mutu dan kualitas yang dianggap baik oleh masyarakat merupakan salah satu contoh dari sebuah etika perusahaan.

Memiliki perilaku yang tidak etis didalam berbisnis bukan suatu hal yang asing,terutama jika terdapat peluang untuk melakukan pelanggaran yang didukung perundang-undangan yang telah disahkan akan dijadikan patokan untuk melanggar etika dalam berbisnis.(Hasoloan, 2018) Salah satu contohnya melakukan korupsi keuangan perusahaan dan bekerja sama dengan *stakeholder* untuk melancarkan aksi tersebut, agar tidak ketahuan oleh pihak yang lain. Perusahaan harus memiliki keyakinan bahwa jika

perusahaan menerapkan etika bisnis maka akan memberikan keuntungan baik jangka pendek maupun panjang. Dengan menerapkan etika bisnis didalam lingkungan perusahaan merupakan salah satu antisipasi risiko terjadinya kerugian ataupun kegagalan yang bisa saja terjadi.(Butarbutar, 2019)

Tindakan yang tidak baik perusahaan maka akan menjadi bahan perbincangan masyarakat dan akan menimbulkan pro dan kontra, contoh hal yang bisa dilakukan masyarakat apabila perusahaan tidak menerapkan etika dalam berbisnis yakni gerakan pemboikotan, larangan beredar, larangan beroperasi, dan lain sebagainya, sehingga bisa menimbulkan kerugian bagi perusahaan. Menerapkan etika bisnis sendiri harus didukung oleh semua yang terlibat *stakeholder* seperti manager, pegawai, satpam, *office boy* dan lain sebagainya. Karena jika etika bisnis dilakukan hanya segelintir orang saja maka tidak akan imbang.(Butarbutar, 2019)

Islam mengenal etika sebagai batasan atau garis tertentu membedakan antara hal yang baik dan buruk, halal dan haram, salah dan yang benar.(Ika, 2020) Para pelaku diharapkan memiliki etika ketika sedang melakukan bisnis agar usaha yang dilakukan menjadi berkah. Selain itu, apabila para pelaku usaha menerapkan etika bisnis islam, maka akan meminimalisir adanya sifat tercela, seperti dendam, iri, hasad, fitnah dan lain sebagainya.(Salim, 2018)

Allah SWT pun mengatur di dalam Al-Qur'an pada surat An-Nisa ayat 29 :

لَا يَأْتِيهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْباطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang

berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah SWT adalah maham penyayang kepadamu” (Qs.An-Nisa (4):29)

Para pelaku bisnis diharapkan memiliki pendirian yang teguh terkait etika didalam bisnisnya baik dalam hal perilaku, transaksi maupun berelasi untuk mencapai tujuan bisnis yang berkah.(Putriasih, 2018) Mayoritas masyarakat mendambakan adanya penerapan etika bisnis disetiap usaha yang berdiri, agar tidak ada yang merasa terdholimi setiap transaksinya, selain itu akan memberikan kenyamanan dan kepercayaan dari pelanggan.

Banyak usaha bisnis yang masih mengesampingkan moralitas dan etika dalam bisnis, padahal fakta yang terjadi, moral dan etika sangat penting untuk diterapkan di setiap-setiap usaha.(Ika, 2020) Maka tidak heran, apabila masyarakat akan menilai suatu usaha bisnis dilihat dari sudut pandang etika dan moral. Hal tersebut tidak hanya berlaku di dunia bisnis saja, namun di dunia pendidikan, kesehatan dan lain sebagainya. Etika dan moral akan menjadi salah satu penilaian yang menjadi tolak ukur dari masyarakat.

Dalam memberikan pelayanan jasa dan produk untuk pelanggan, maka setiap karyawan harus memiliki sifat yang terpuji, dengan cara memberikan pelayanan terbaiknya, cepat, maksimal, tuntas, jujur, adil, dan sopan agar konsumen tidak merasa kecewa atau terdholimi.(Tjiptono, 2005)

Salah satu ulama klasik (450-505) yang membahas terkait persoalan etika bisnis adalah Imam Al-Ghazali. Beliau merupakan seorang sufi, namun beliau juga memperhatikan pentingnya menerapkan etika berbisnis yang sesuai dengan syariat islam. Beliau merupakan tokoh besar yang memiliki

peran penting dalam perkembangan dunia Islam, beliau banyak mencurahkan gagasannya di dalam kitab beliau salah satunya adalah kitab “*Ihya;Ulumuddin*, kitab yang satu ini merupakan karya beliau yang monumental dan saat ini masih banyak digunakan acuan kajian teori hukum Islam, salah satunya yakni membahas terkait teori etika bisnis Islam.

Dalam kitab “*Ihya Ulumuddin*”jilid 3 Imam Al-Ghazali menuangkan gagasannya terkait etika bisnis Islam, dimana menurut beliau seorang pebisnis harus memperbaharui niat dan akidah baiknya untuk memulai aktivitas bisnisnya, selain itu menurut beliau memiliki etika dalam berbisnis merupakan salah satu fardhu kifayah atau tugas masyarakat, menyeimbangkan urusan duniawi dan akhirat juga harus dilakukan oleh pebisnis, mengingat dan selalu berdzikir kepada Allah saat menjalankan bisnis merupakan salah satu etika yang digagasakan oleh Imam Al-Ghazali, menghindari barang yang haram dan syubhat sudah seharusnya dilakukan oleh pelaku bisnis dan memiliki sifat intropeksi dan mengevaluasi bisnisnya juga merupakan gagasan dari Imam Al-Ghazali.(Ghazzali, 1963).

Pada saat ini banyak persaingan bisnis yang semakin berkembang cukup pesat, salah satunya adalah bisnis ritel. Pada tahun 2019 Kementerian Perdagangan Republik Indonesia mengatakan bahwa prospek ritel modern saat ini menggiurkan, dan dapat dibuktikan dengan berkembangnya pertumbuhan kebutuhan konsumsi barang yang menjadi kebutuhan sehari-hari masyarakat.(Patricia, 2021) Persaingan bisnis ritel di Indonesia tidak dapat dielakkan terutama dikota-kota besar sehingga, sebagai seorang

pebisnis muslim maka dituntut untuk memiliki pemikiran yang maju dan mengikuti perkembangan zaman agar tidak tertinggal zaman.

Seiring berjalannya waktu, persaingan bisnis ritel kian pesat, hal ini dibuktikan dengan banyaknya minimarket baru yang bermunculan di seluruh negeri dengan penawaran produk, harga promo, dan fasilitas yang beragam. Dengan banyaknya kehadiran minimarket dapat menimbulkan dampak baik dan buruk. Dampak baik yang bisa dirasakan oleh para konsumen karena minimarket mampu memenuhi kebutuhan dengan fasilitas yang baik dan nyaman, dan dampak negatifnya dapat dirasakan oleh bisnis ritel tradisional yang semakin kehilangan daya tariknya di hadapan masyarakat.

Saat ini banyak sekali bisnis ritel yang dijalankan dengan menggunakan prinsip konvensional, yaitu dengan mengejar keuntungan saja tanpa memperhatikan kemaslahatan selain memikirkan terkait kemaslahatan minimarket konvensional juga menjual barang-barang yang masih syubhat dan yang diharamkan oleh MUI seperti minuman keras, rokok dan lain sebagainya. (Bandari, 2019) Dalam operasionalnya minimarket konvensional selalu aktif sehingga bila waktu sholat tiba maka para pegawainya tidak bisa sholat tepat waktu sebagaimana yang dianjurkan oleh syariat Islam. Hal itu berbanding terbalik dengan minimarket yang menerapkan prinsip syariah, dimana produk yang dijual sudah sesuai dengan MUI, selain itu untuk harga setiap produknya lebih terjangkau karena tidak mengambil keuntungan besar. minimarket syariah lebih mengutamakan kemaslahatan dan keberkahan dalam melaksanakan bisnisnya.

Faktanya di lapangan masyarakat lebih memilih berbelanja di minimarket yang menerapkan prinsip konvensional dibanding minimarket syariah, hal itu terjadi dikarenakan kurangnya pemahaman masyarakat terkait dengan ekonomi Islam. Selain karena kurangnya pemahaman tersebut minimarket konvensional lebih banyak tersebar dimana-mana dibandingkan dengan minimarket syariah.

Berdasarkan survey yang dilakukan peneliti, bisnis ritel yang menerapkan prinsip syariah dengan meninjau etika bisnis Islam ialah Minimarket Al-Fattah Mart yang berada di dusun Gesing, RT04/01 Gesing, Banjarsari, kecamatan buduran, kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Al-Fattah Mart ini merupakan minimarket pertama yang didirikan oleh Yayasan Pondok Pesantren Al-Fattah. Dalam melaksanakan operasionalnya, bisnis ritel ini telah menerapkan prinsip syariah seperti menjual produk yang halal dan tidak syubhat, mengedepankan kepuasan pelanggan, memberikan pelayanan terbaiknya. Selain itu Al-Fattah Mart juga memberikan 3S kepada pelanggannya yaitu salam, senyum dan sapa. Al-Fattah Mart pun tidak mengambil keuntungan dengan banyak karena Al-Fattah Mart berada di lingkungan pondok sehingga harga produknya terjangkau dibanding dengan minimarket lainnya.

Minimarket Al-Fattah Mart memiliki keunikan yang tidak dimiliki oleh minimarket syariah lainnya yaitu jam operasionalnya, dimana ketika memasuki waktu sholat maka minimarket ini akan tutup dan pegawainya diwajibkan untuk sholat berjamaah. Selain itu minimarket Al-Fattah Mart

menyalakan murotal Al-Qur'an di dalam toko, sehingga pegawai dan konsumen bisa sama-sama mendengarkan dan muroja'ah hafalan Al-Qur'an. Keunikan ini menjadi salah satu alasan peneliti melakukan penelitian di minimarket Al-Fattah Mart.

Menerapkan etika Bisnis Islam pada suatu bisnis akan memberikan dampak yang baik, salah satunya terjadi dengan Minimarket Al-Fattah Mart. Al-Fattah Mart dalam bisnisnya menerapkan etika sehingga konsumen lebih puas berbelanja di Al-Fattah Mart, harganya lebih terjangkau, pelayanan yang diberikan juga lebih baik dan lebih memuaskan. Mendapatkan kepercayaan dari konsumen merupakan dampak baik yang dirasakan oleh Minimarket Al-Fattah Mart yang telah menerapkan etika bisnis Islam.

Dari beberapa uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti Al-Fattah Mart dengan judul **“Analisis Etika Bisnis Islam Pada Minimarket Al-Fattah Mart Ditinjau Dari Pemikiran Imam Al-Ghazali”**

1.2. Identifikasi Masalah

Dilihat dari latar belakang, maka peneliti mengidentifikasi beberapa masalah pada penelitian sebagai berikut :

1. Fenomena globalisasi yang menyebabkan terjadinya persaingan bisnis yang semakin ketat.
2. Banyak pelaku bisnis yang belum menerapkan etika bisnis Islam.
3. Kurangnya pemahaman masyarakat terkait dengan ekonomi Islam
4. Penerapan etika bisnis Islam pada minimarket Al-Fattah Mart.
5. Keunikan jam operasional minimarket A-Fattah Mart yang berbeda

dengan minimarket syariah lainnya.

6. Dampak baik penerapan etika bisnis Islam dalam kemajuan bisnis minimarket Al-Fattah Mart.

1.3. Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah yang ada, peneliti akan memberikan batasan masalah dalam skripsi ini sebagai berikut :

1. Penerapan etika bisnis Islam bisnis ritel syariah.
2. Etika bisnis Islam pada minimarket Al-Fattah Mart Sidoarjo.

1.4. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini ialah :

1. Bagaimana etika bisnis Islam yang diterapkan oleh Minimarket Al-Fattah Mart ?
2. Bagaimana analisis etika bisnis Islam pada minimarket Al-Fattah Mart ditinjau dari pemikiran Al-Ghazali?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui etika bisnis Islam yang diterapkan oleh Minimarket Al-Fattah Mart.
2. Untuk mengetahui etika bisnis Islam pada Al-Fattah Mart ditinjau dari pemikiran Al-Ghazali.

1.6. Manfaat Penelitian

- a. Secara teoritis

Dalam Penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi dalam menerapkan teori etika bisnis Islam pemikiran Al-Ghazali pada lembaga bisnis atau individu yang berkecimbung di sektor bisnis di Indonesia.

b. Secara Praktis

1. Bagi pelaku bisnis, diharapkan penelitian ini dapat memberikan saran kepada para pelaku bisnis dalam rangka menjalin kerja sama bisnis yang baik dengan menerapkan etika bisnis Islam. Serta memberikan kontribusi pemikiran dalam menghadapi masalah-masalah yang akan dihadapi pada masa depan.
2. Bagi akademisi, diharapkan hasil penelitian ini dapat membantu dalam menambah wawasan dan referensi keilmuan mengenai etika bisnis Islam pemikiran Al-Ghazali.
3. Bagi penulis, agar menambah wawasan berfikir, terutama dalam mengatasi pemecahan masalah etika dalam berbisnis. Dapat menerapkan teori dan wacana yang dipelajari di bangku kuliah dengan kenyataan yang ada di dalam suatu lembaga atau masyarakat.

1.7. Definisi Operasional

a. Etika Bisnis Islam

Didalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) etika adalah suatu ilmu terkait apa yang baik dan apa yang buruk serta tentang hak dan kewajiban moral (akhlak). Etika sendiri merupakan segala tindakan atau perilaku manusia yang menjadi suatu kebiasaan (Rostyaningrum, 2021). Menurut Al-Ghazali etika merupakan suatu kondisi batin yang mendasari sumber lahirnya suatu perilaku dimana perilaku itu lahir

secara spontan, mudah dan tanpa menghintung untung dan rugi(Mawardi, 2018). Apabila ada seseorang yang memiliki akhlak yang baik maka dia secara tidak langsung pasti akan menolong sesamanya dan tidak mengharapkan imbalan apapun, begitupun sebaliknya apabila seseorang memiliki akhlaq yang buruk maka seseorang tersebut tidak akan secara spontan menolong orang lain dan jika menolong pasti mengharapkan imbalan. Etika yang baik dalam berbisnis pun juga sangat diperlukan, karena akan berpengaruh dalam setiap aktivitas bisnis yang dilakukan.

Bisnis sendiri menurut Raymond E.Glos didalam bukunya mengatakan bahwa segala aktivitas yang diorganisasikan oleh orang yang masuk dalam bidang perniagaan dan industri yang memberikan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan untuk mempertahankan dan memperbaiki standar serta kualitas hidup mereka merupakan definisi dari bisnis(Umar, 2000). Bisnis juga kerap disebut sebagai aktivitas yang bisa menghasilkan keuntungan/profit yang memproduksi barang dan jasa untuk bisa memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Setelah menjabarkan etika dan bisnis, maka definisi dari etika bisnis Islam adalah suatu upaya yang dilakukan agar mengetahui mana saja perilaku yang benar-benar baik dan yang buruk dan bisa diterapkan dalam kegiatan berbisnis baik dari produknya, pelayanannya, dan transaksinya(Rafidah, 2020). Etika bisnis Islam merupakan akhlaq seseorang yang menjalan kegiatan berbisnisnya dengan menerapkan

ajaran agama islam, sehingga dalam setiap aktivitas penuh dengan keberkahan dan ketenangan(Ulya, 2020).

b. Pemikiran Al-Ghazali

Al-Ghazali memiliki nama lengkap Muhammad Ibnu Muhammad Abu Hamid Al-Ghazali Al-Thu'si Al- Syafi'i, beliau merupakan imam besar. Al- Ghazali lahir pada tahun 450 H/1058 M dan beliau lahir di kampung Gazalah, Tusia. Beliau menutup usia ditahun 505 H/1111 M (Mawardi, 2018). Beliau terkena dengan kecerdasannya, beliau ilmuwan yang sangat produktif dan mengembangkan ilmu pengetahuan. Salah satu pengetahuan yang menyita perhatian beliau adalah terkait etika bisnis islam. Beliau memiliki gagasan terkait etika bisnis islam di kitabnya yaitu, pertama memperbarui niat dan akidah yang baik untuk memulai bisnis, bisnis menjadi bagian dari kewajiban fardhu kifayah dalam beribadah, menyeimbangkan kepentingan akhirat dengan dunia didalam berbisnis, selalu mengingat Allah SWT dimanapun berada termasuk ketika berbisnis, tidak rakus dan ambisius terutama dalam mengambil keuntungan, senantiasa menghindari perbuatan yang tidak halal dan syubhat, serta melakukan intopeksi dan evaluasi dalam berbisnis.

1.8. Sistematika Pembahasan

Untuk memberikan gambaran mengenai isi bahasan pada penelitian ini, maka peneliti akan menguraikan sistematika pembahasan sebagai berikut:

Bab pertama berisikan terkait pendahuluan, dimana didalam bab ini

menjelaskan terkait latar belakang masalah,identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian,kajian pustaka, definisi operasional dan sistematika pembahasan. Kemudian akan diperkuat dengan teori terkait permasalahan tersebut pada bab kedua.

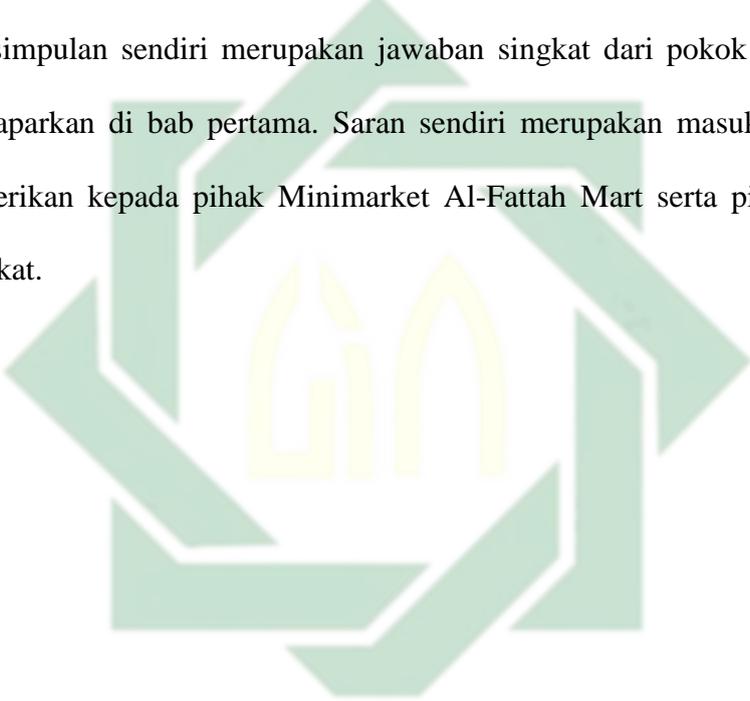
Bab kedua berisikan terkait telaah pustaka dan pembahasan teori terkait dengan objek penelitian yang telah dipaparkan pada bab pertama yang bersifat teoritis, berisikan tentang kerangka teori etika bisnis dan prinsip etika bisnis Islam pemikiran Al-Ghazali. Kemudian teori-teori ini akan dijadikan pedoman bagi peneliti dalam menganalisa realita yang ada di lapangan menggunakan metode penelitian yang akan dijabarkan pada bab ketiga.

Bab ketiga yakni berisikan terkait metode penelitian sebagai pendukung teori-teori yang terdapat pada bab kedua serta jenis penelitian, teknik pengumpulan data, objek penelitian dan teknik analisis data yang kemudian akan diterapkan di bab keempat untuk menganalisa terhadap permasalahan yang terjadi di lapangan.

Bab keempat adalah membahas terkait profil Minimarket Al-Fattah Mart. Pada bab ini akan dijelaskan sejarah Minimarket Al-Fattah Mart ini berdiri, aktivitas yang dilakukan, produksi, jasa dan layanan yang akan diberikan kepada pelanggan selain itu di bab ini menganalisa hasil penelitian dengan menggunakan metode penelitian yang telah dijabarkan pada bab ketiga. Pada bab ini akan dipaparkan gambaran umum bagaimana etika yang diterapkan oleh Minimarket Al-Fattah Mart. Peneliti juga membahas terkait

analisis etika bisnis islam yang sesuai dengan pemikiran Al-Ghazali yang ada di Minimarket Al-Fattah Mart, kemudian akan disimpulkan hasil dari penelitian di bab kelima.

Bab kelima merupakan bab penutup yang berisikan terkait kesimpulan dari pembahasan yang ada pada bab-bab sebelumnya serta saran-saran. Kesimpulan sendiri merupakan jawaban singkat dari pokok masalah yang dipaparkan di bab pertama. Saran sendiri merupakan masukan yang akan diberikan kepada pihak Minimarket Al-Fattah Mart serta pihak lain yang terikat.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Sebelum melakukan penelitian, maka peneliti perlu memiliki acuan penelitian terdahulu untuk memudahkan penelitian dan mendapatkan hasil yang maksimal. Peneliti mendapatkan beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan, yakni:

Tabel 2. 1

Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis & Tahun Terbit	Judul Penelitian Terdahulu	Hasil Penelitian Terdahulu	Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan
1	Septy Putriasih (2018)	Penerapan Etika Bisnis Islam Perspektif Al-Ghazali Pada Petani Kopi Di Koperasi Kebun Makmur Yogyakarta (2018)	Hasil penelitian ini adalah mengukur bagaimana pemahaman target terkait keislaman, implementasi ibadah didalam kegiatan sehari-hari, kemaslahatan, nilai-nilai kebaikan yang dilaksanakan dalam sehari-hari dan mengupayakan untuk selalu bersikap jujur.	Persamaan: Penelitian terdahulu dan penelitian Perbedaannya terletak pada objek yang akan diteliti, penelitian dahulu objeknya adalah para petani kopi sedangkan penelitian yang akan dilakukan, objeknya adalah pemilik dan karyawan minimarket Al-Fattah Mart
2	Rahmat Afrizal (2017)	Etika Bisnis Islam Perspektif Muhammad Djakfar	Hasil penelitian dari penelitian terdahulu adalah membangkitkan kesadaran bahwa pada dasarnya alam dan bisnis itu tidak dapat dipisahkan sehingga manusia wajib untuk melindungi dan menjaga alam.	Persamaan: Persamaan dari keduanya membahas etika bisnis islam Perbedaan: Perbedaan dari keduanya adalah dari pemikiran para ahli, serta perbedaan dari metode penelitian, metode <i>bibliografi</i> sendiri adalah metode penelitian terdahulu. sama-sama

3	Ali Muhayatsyah (2020)	Etika Bisnis Islam Dalam Perspektif Pemikiran Al-Ghazali	Dalam penelitian terdahulu ini menghasilkan bahwa etika bisnis islam menurut Al-Ghazali pada era sekarang yakni bisa membedakan prinsip moral yang membedakan perilaku baik dan buruk dalam melakukan bisnis	Persamaan: Memiliki persamaan sama-sama membahas etika bisnis islam dengan pemikiran Alghazali Perbedaan : Di peneliti terdahulu tidak sebutkan objek yang akan diteliti dan menggunakan metode <i>Library Research</i>
4	Nisa Azura (2020)	Pemahaman dan Penerapan Etika Bisnis Islam Di Kalangan Pedagang Muslim Area Wisata Makam Bung Karno Kota Blitar	Hasil yang didapatkan dari penelitian terdahulu ini adalah bagaimana para pedagang muslim area wisata makam Bung Karno telah menerapkan 5 prinsip etika bisnis islam	Persamaan : Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif narasumber dan membahas etika bisnis islam. Perbedaan : Penelitian terdahulu ini etika bisnis islam secara umum dan berbeda objek penelitian.
5	Febriana Ika Rahmatyani (2020)	Implmentasi Nilai-Nilai Etika Bisnis Pada FIF- FA Hotel Malang ditinjau dari pandangan Imam Al-Ghazali	Hasil dari penelitian terdahulu adalah bahwa Fif-Fa Hotel belum sepenuhnya menerapkan etika bisnis pemikiran Al-Ghazali secara penuh hanya 60% saja, dan 40% nya terkait permintaan, penawaran, harga dan berperilaku pasar karena tidak diterapkan di Fif-Fa Hotel Malang.	Persamaan : Sama-sama membahas etika bisnis islam perspektif pemikiran Al- Ghazali Perbedaan : Berbeda objek penelitian yang dilakukan

Dari beberapa literatur penelitian terdahulu memiliki persamaan dan perbedaan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Persamaan penelitian terletak pada penelitian yang dilakukan oleh Febryana Ika dan Septy Putriasihyakni sama-sama meneliti etika bisnis Islam pemikiran Al-Ghazali. Sedangkan perbedaan penelitian yang dilakukan peneliti dari seluruh literatur penelitian terdahulu ialah terletak di objek yang akan diteliti. Novelty atau kebaruannya pada penelitian ini ialah penelitian ini selain membahas etika bisnis Islam pada konsumen namun juga membahas

bagaimana minimarket Al-Fattah Mart memperlakukan pegawainya. Peneliti melakukan penelitian pada Al-Fattah Mart yang belum pernah diteliti oleh peneliti terdahulu terkait dengan etika bisnis Islam.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Etika Bisnis Islam

2.2.1.1 Pengertian Etika Bisnis

Menurut bahasa (*etimologi*) etika berasal dari bahasa Yunani, yaitu *ethos* yang memiliki arti adat/kebiasaan. Menurut istilah *terminologi* etika adalah salah satu cabang filsafat yang mempelajari tentang tabiat konsep nilai, baik buruk dan lain sebagainya serta prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikannya atas apa saja. (Badroen, 2007) Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) etika adalah nilai yang mengenai benar atau salah yang diakui oleh golongan atau masyarakat.

Etika bisnis ialah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam bisnis yang disesuaikan pada prinsip-prinsip moralitas (Badroen, 2007). Etika berhubungan langsung dengan kebiasaan hidup yang baik, baik yang berhubungan dengan diri sendiri maupun dengan orang lain (Buchari, 2009). Seperangkat nilai dan norma yang dimiliki oleh pelaku bisnis, dimana setiap pelaku bisnis berkomitmen untuk berperilaku baik dalam setiap transaksi maupun berelasi untuk mencapai tujuan

bisnis yang baik.(Ika, 2020) Menurut pendapat Hamzah Ya'qub etika adalah suatu ilmu yang menyelidik hal yang baik dan buruk dengan memperhatikan amal perbuatan manusia yang masih bisa dinalar oleh akal pikiran.(Sidqi Amalia Izzati, 2015)

Menurut bahasa (*etimologi*) bisnis diambil dari bahasa Inggris “*bussines*”, dari kata dasar “*sibuk*” dalam konteks individu, komunitas maupun masyarakat. Secara *terminologi* bisnis merupakan suatu keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan.(Ibrahim, 2007) Dalam KBBI, bisnis diartikan sebagai usaha komersial di dunia perdagangan, bidang usaha, dan usaha dagang.

Bisnis memiliki arti yang sangat luas. Bisnis bukan sekedar menghasilkan barang dan jasa, namun juga mendistribusikan barang maupun jasa yang diperlukan oleh pihak-pihak yang memerlukan.(Agoes, 2014) Bisnis adalah pertukaran barang, jasa ataupun uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat.(Fauzi, 2019)

Bisnis ialah suatu aktivitas yang mengarah pada kenaikan nilai lebih yang didapat melalui proses perdagangan, pelayanan jasa maupun produksi.(Putriasih, 2018)

Etika bisnis adalah suatu cara untuk melakukan aktivitas bisnis yang melingkupi segala aspek yang berkaitan dengan

individu, perusahaan dan masyarakat. Etika bisnis merupakan aturan-aturan yang menegaskan bisnis boleh bertindak ataupun sebaliknya, dimana aturan tersebut dapat bersumber dari aturan yang telah tertulis maupun tidak tertulis.(Zulham, 2021)

Etika bisnis merupakan cara-cara untuk melakukan aktivitas bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berhubungan dengan individu, perusahaan, industri dan masyarakat. Seluruh aspek yang dimaksud ini mencakup bagaimana menjalankan aktivitas bisnis secara adil, sesuai dengan hukum yang berlaku serta tidak bergantung pada kedudukan individu maupun perusahaan di masyarakat.(Ibrahim, 2007)

Etika bisnis menurut Fakhry Zamzam ialah aturan-aturan main yang saling berkaitan dengan norma dan prinsip-prinsip umum yang berlaku di dalam masyarakat yang bertujuan untuk memberikan rasa aman dan nyaman bagi pihak yang terlibat didalam bisnis tersebut dalam berbagai aspek seperti aspek hukum, kepemilikan, pengelolaan dan pendistribusian harta.(Zamzam, 2020)

2.2.1.2. Pengertian Etika Bisnis Islam

Sebelum membahas terkait etika bisnis Islam lebih jauh, perlu diketahui bahwa etika bisnis secara umum adalah pengetahuan tentang cara ideal pengelolaan bisnis yang

memperhatikan aspek norma dan moralitas yang berlaku secara global dan secara ekonomi, sosial maupun penetapan norma dan moralitas ini menunjang maksud dan tujuan kegiatan bisnis.(Muslich, 2004)

Bisnis secara Islami ialah upaya pengembangan modal untuk memenuhi kebutuhan hidup yang dilakukan dengan memperhatikan etika Islam. Selain harus menggunakan etika didalam berbisnis, Islam juga menganjurkan umat manusia agar mengembangkan bisnis yang dijalani.(Subandi, 2000)

Menurut pendapat dari Mustaq Ahmad etika bisnis Islam ialah ilmu tentang apa yang baik dan buruk, tentang hak dan kewajiban serta akhlaq yang bertujuan untuk mengajarkan moralitas manusia dalam dunia bisnis yang mencakup perdagangan barang dan jasa yang berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadist.(Ahmad, 2001)

Agama Islam sangat menekankan bisnis dalam aspek kehalalan baik dilihat dari perolehan, pengolahan maupun pembelajaran. Serangkaian kegiatan bisnis dalam berbagai bentuknya, namun dibatasi dalam cara perolehan, pengolahan dan pembelajaran hartanya merupakan definisi bisnis secara islam.(Rivai, 2014) Dalam melaksanakan bisnis harus tetap berpegang teguh pada ketentuan syariat atau yang sesuai dengan Alqur'an maupun Al-Hadist.

2.2.1.3. Perbedaan Etika Bisnis dan Etika Bisnis Islam

Dalam mewujudkan etika bisnis perlu adanya pembicaraan yang transparan dari semua pihak yang bersangkutan, agar semua pihak dapat melaksanakan bisnis sesuai dengan etika yang berlaku. Dalam mewujudkan etika bisnis maka ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, yakni (Konadi, 2020):

a. Pengendalian diri

Pelaku bisnis dan pihak yang terlibat harus mampu mengendalikan diri mereka masing-masing untuk tidak mendapatkan apapun dari siapapun dan dalam bentuk apapun. Pelaku bisnis juga tidak diperbolehkan mendapatkan keuntungan dengan cara main curang dan memberikan ancaman atau tekanan kepada pihak lain.

b. Pengembangan tanggungjawab sosial

Pelaku bisnis dituntut untuk memiliki sifat peduli dengan keadaan masyarakat, selain memberikan bantuan dalam bentuk uang melainkan harus lebih kompleks, seperti contoh apabila terjadinya *excess demand* suatu barang, maka pelaku bisnis tidak memanfaatkan kesempatan tersebut untuk mendapatkan keuntungan yang berlipat ganda. Dalam keadaan *excess demand* pelaku bisnis mampu mengembangkan sifat tanggung jawab terhadap masyarakat dan sekitarnya,

c. Menciptakan persaingan yang sehat

Persaingan dalam dunia bisnis perlu meningkatkan efisiensi dan

kualitas, namun persaingan tersebut tidak mematikan yang lemah begitupun sebaliknya. Adanya jalinan yang erat antar pelaku bisnis besar dengan golongan yang menengah akan memunculkan *spread effect* terhadap perkembangan sekitarnya. Sehingga memberikan keseimbangan dalam dunia bisnis.

d. Mampu berkata jujur

Pelaku bisnis harus berani untuk mengatakan sesuatu dengan jujur. Pelaku bisnis juga tidak diperbolehkan melakukan “kongkalikong” dengan data yang tidak benar, serta tidak menggunakan “katabelece” dari koneksi. Memaksakan diri untuk melakukan “kolusi” dan memberikan komisi kepada pihak tertentu juga tidak diperbolehkan.

e. Menumbuhkan sifat percaya dan kesadaran terhadap apa yang telah disepakati

Untuk memunculkan kondisi bisnis yang kondusif, setiap pelaku bisnis harus memiliki sifat saling percaya antara golongan pengusaha lemah dengan pengusaha yang sudah besar. Selama ini yang terjadi hanya golongan yang kuat yang dipercaya, sehingga golongan lemah susah untuk berkembang. Perbedaan antara etika bisnis dengan etika bisnis Islam tidak terlalu jauh, etika bisnis Islam juga menerapkan hal diatas namun etika bisnis Islam juga memikirkan efek jangka panjangnya karena mereka mempercayai bahwa segala apapun yang dilakukan di dunia

pasti akan diminta pertanggungjawabannya di akhirat kelak. Selain itu, pelaku etika bisnis Islam mencari kemanfaatan, keridhohan dan keberkahan dari Allah SWT dalam aktivitas bisnis yang dilakukan.

2.2.1.4. Tujuan Etika Bisnis Islam

Menurut Veithzal Rivai, dengan menerapkan bisnis secara syariah Islam, maka bisnis harus memiliki empat tujuan, yakni:

a. Target hasil: profit materi dan benefit non materi

Dalam bisnis tidak semuanya tentang mencari keuntungan atau nilai tambah namun juga harus memberikan *benefit* atau manfaat yang berdampak baik bagi pelaku bisnis maupun lingkungan yang ada. Selain itu bisnis secara Islam juga harus mendekati diri kepada Allah Swt, atau ketika seseorang melakukan aktivitas bisnis maka harus sadar bahwa aktivitas yang dilakukan itu masih berhubungan dengan Allah Swt. Sehingga perbuatan itu dapat dikatakan sebagai ibadah.

b. Kenaikan/peningkatan

Keuntungan dan benefit telah diraih, maka harus diusahakan bisnis tersebut mengalami kenaikan atau pertumbuhan setiap tahunnya. Kenaikan atau peningkatan merupakan salah satu tujuan yang harus tercapai.

c. Keberlangsungan

Mencapai target hasil dan mengalami pertumbuhan harus terus diupayakan dalam kurun waktu yang cukup lama. Keberlangsungan suatu bisnis merupakan satu satu tujuan bisnis yang sesuai dengan syariat Islam.

d. Keberkahan

Didalam aktivitas bisnis, harus memiliki tujuan untuk mendapatkan keberkahan, jangan hanya mementingkan keuntungan pribadi, yang berakhir dengan merugikan pihak lain. keberkahan ini diharapkan bisa mendapatkan ridho dari Allah Swt, agar bisnis yang dilakukan dapat berjalan dengan baik dan lancar.(Rivai, 2014)

2.2.1.5. Prinsip Etika Bisnis Islam

Adapun etika bisnis memiliki prinsip-prinsip sebagai berikut(Azura, 2020):

- 1) Prinsip otonomi merupakan sikap dan kesanggupan manusia dalam mengambil keputusan untuk bertindak dalam keadaan sadar terkait apa yang dianggap baik untuk dilaksanakan.
- 2) Prinsip kejujuran, pada prinsip ini terdapat tiga lingkup aktivitas bisnis yang dapat ditunjukkan secara jelas bahwa bisnis tidak akan bertahan dengan lama apabila dalam

kegiatan tersebut tidak dilandaskan dengan kejujuran. Tiga kejujuran yang harus diterapkan adalah jujur dalam memenuhi syarat perjanjian dan kontrak. Kedua jujur dalam menawarkan barang atau jasa antara harga dan kualitas. Kejujuran yang ketiga adalah jujur dalam hubungan kerja intern dalam suatu perusahaan.

- 3) Prinsip keadilan, prinsip ini menuntut agar setiap manusia berlaku adil dan sesuai dengan aturan yang berlaku, tidak adanya pilih kasih antara manusia satu dengan lainnya.
- 4) Prinsip saling menguntungkan, pada prinsip ini bisnis menuntut agar bisnis yang dilakukan itu bisa memberikan keuntungan yang baik bagi semua pihak dan tidak merugikan pihak lain.
- 5) Prinsip integritas moral, prinsip ini menuntut agar setiap diri memiliki internal moral yang baik, agar ketika menjalankan bisnis tetap menjaga nama baik pimpinan dan perusahaan (Arijanto, 2011).

2.2.2 Etika Bisnis Islam menurut para Ahli

Muhammad Djakfar merupakan salah satu ilmuwan yang memperhatikan hal yang berhubungan etika bisnis Islam. Beliau memasukkan unsur normatif dan unsur realistik dalam pendapatnya terkait etika bisnis Islam. Konsep etika bisnis Islam menurut Muhammad Djakfar

yang berbeda dengan pendapat ahli lainnya, yakni (Afrizal, 2017):

- a. ajaran wahyu
- b. nilai-nilai kearifan lokal

Selain pendapat dari Muhammad Djakfar, terdapat pendapat dari Yusuf Qardhawi, yang mengatakan didalam kitabnya *Daurul Qiyam Wal Akhlaq Fil Iqtishadil Islam* bahwa norma dan etika didalam ekonomi sangat penting, serta memiliki pengaruh dilapangan, pengaruh tersebut bisa berbeda beda, semisal: bidang produksi, konsumsi, dan bidang industri. (Ambarwati, 2014)

Pendapat lain mengatakan bahwa terdapat lima elemen yang kemudian disebut dengan aksioma dengan penjabaran sebagai berikut (Putriasih, 2018):

1) Tauhid (kesatuan)

Elemen tauhid ialah landasan paling utama yang dijadikan sebagai pondasi utama dalam langkah seorang muslim untuk menjalankan kehidupan ini. Pada prinsip ini berhubungan langsung dengan sang pencipta yakni Allah SWT. Pada prinsip ini memberikan arahan kepada manusia untuk menyakini bahwa setiap nikmat yang diterima, baik berupa harta maupun kesehatan itu semua milik sang pencipta. Keberhasilan yang diperoleh saat ini bukan hanya dari usaha diri sendiri namun juga terdapat partisipasi orang lain.

Pada elemen ini memberikan pengertian kepada pelaku bisnis bahwa bisnis tidak hanya semata-mata tentang keuntungan ataupun

profit saja, namun juga mendapatkan keberkahan dan kebahagiaan yang lebih abadi(Santoso, 2001). Pada prinsip ini manusia cukup menyakini bahwa tuhan hanya ada satu, sehingga prinsip ini harus dimiliki oleh setiap pelaku bisnis.

2) Keseimbangan

Keseimbangan atau keadilan merupakan suatu gambaran dimensi horizontal ajaran Islam dengan segala sesuatu yang ada di alam semesta. Dengan adanya elemen ini dapat menimbulkan karakter manusia yang memiliki sifat seimbang dan adil serta tidak pilih kasih kepada orang lain.

Kecurangan yang bisa ditimbulkan dalam dunia bisnis adalah meminta lebih takaran kepada orang lain namun mengurangi takaran orang lain. Hal tersebut bisa menjadi bomerang untuk menghancurkan suatu bisnis karena hilangnya kepercayaan.

Keseimbangan atau keadilan juga mencakup terkait hak- hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta dan juga hak Allah SWT. Semua hak tersebut harus ditempatkan sebagaimana mestinya. Dengan menempatkan setiap hak kepada tempatnya maka dapat menghilangkan kedzaliman, sehingga dengan menerapkan sifat seimbang dan adil maka semakin mendekati dengan ketaqwaan.(Badroen, 2007)

3) Kehendak Bebas

Kehendak bebas merupakan elemen yang mengarahkan manusia

memiliki keyakinan bahwa Allah SWT tidak hanya memiliki kebebasan mutlak. Dalam prinsip ini, agama Islam membolehkan manusia memiliki kehendak bebas tanpa adanya paksaan. Oleh sebab itu Allah memberikan kesempatan kepada manusia sebagai Khalifa di bumi ini melakukan apa saja yang ingin dilakukan namun tetap harus sesuai dengan syariat Islam (Harahap, 2011).

Sebagai pelaku usaha, tidak diperbolehkan memaksakan kehendaknya pada pelanggannya. Pelanggan memiliki kebebasan untuk membeli ataupun membayar jasa orang di usaha manapun. Jika pelaku usaha memaksa pelanggan untuk membeli produknya atau menggunakan jasa nya maka hal tersebut telah menyalahi aturan etika bisnis Islam.

4) Tanggung jawab

Banyak ayat Al-Qur'an yang menjelaskan terkait pentingnya pertanggungjawaban. Salah satunya terletak pada surat An-Nisa ayat 85, yakni :

مَنْ يَشْفَعْ شَفَاعَةً حَسَنَةً يَكُنْ لَهُ نَصِيبٌ مِّنْهَا ۗ وَمَنْ يَشْفَعْ شَفَاعَةً سَيِّئَةً يَكُنْ لَهُ كِفْلٌ مِّنْهَا ۗ وَكَانَ اللَّهُ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ مُّؤْتِيًا

“Barangsiapa yang memberikan syafaat yang baik niscaya ia akan memperoleh bagian (pahala) dari padanya. Dan barangsiapa memberi syafaat yang buruk niscaya ia akan memikul bagian (dosa) dari padanya. Allah maha kuasa atas segala sesuatunya” (QS.An-Nisa:85)

Ayat diatas menjelaskan bahwa setiap manusia akan mempertanggung jawabkan segala apa yang diperbuat di bumi ini. Begitupun di dunia bisnis, para pelaku bisnis harus memikirkan setiap

langkah dan aktivitas nya di dunia bisnis, karena setiap langkah dan perbuatan itu akan diminta pertanggungjawaban diakhirat kelak.

5) Kebajikan

Segala keputusan dan tindakan harus menguntungkan bagi manusia baik didunia maupun diakhirat. Islam mengajarkan bahwa manusia juga harus memiliki sifat yang baik, dan tidak menimbulkan kerusakan bagi diri sendiri, orang lain, lingkungan sekitar, serta sesuatu yang ada di bumi ini seperti hewan dan tumbuhan.

2.2.3 Etika Bisnis Islam menurut Al-Ghazali

Para Ulama terdahulu merapikan prinsip-prinsip yang ada di dalam Al-Qur'an sebagai suatu landasan teori. Salah satu ulama terdahulu adalah Imam Al-Ghazali. Beliau merupakan salah satu ulama yang memperhatikan etika dalam berbisnis. Beliau memiliki gagasan yang penting mengenai ekonomi dan bisnis yakni bahwa segala kerja keras yang dilakukan di dunia ini bukan hanya terkait didunia saja namun juga diakhirat kelak. Terdapat tiga kategori yang dikemukakan oleh Al- Ghazali yakni (Amin, 2018) :

- 1) Orang yang hanya mengutamakan mencari nafkah didunia saja, sehingga lupa dengan pengabdianya kepada tuhan maka mereka termasuk orang yang celaka.
- 2) Orang yang hanya mengutamakan pengabdianya kepada tuhan saja, dan melalaikan keperluan kehidupan duniawi nya maka ia termasuk orang yang beruntung.
- 3) Seseorang yang mengutamakan kedua hal tersebut dan menjadikan

bisnis tersebut untuk peranta mengabdikan diri pada tuhan, maka ia termasuk orang yang berbakti kepada Allah.

Oleh sebab itu, Islam melarang umatnya bermalasan-malasan, tidak mau bekerja, dan mengandalkan kebaikan orang lain. Islam mewajibkan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dengan bekerja, terutama bagi kaum adam.

Beliau juga memiliki gagasan terkait akhlaq yang harus disertakan dalam aktivitas bisnis yakni :

1) Al-Dunya Mazra'atul Akhirah (Dunia adalah ladang akhirat)

Dunia merupakan tempat sementara bagi manusia mencari bekal untuk akhirat kelak. Bekal-bekal baik itulah yang akan membawa syafaat baik diakhirat nanti. Dunia dan akhirat saling berhubungan erat, bagaikan menanam dan memanen. Segala perilaku yang kau tanam di dunia maka seperti itulah yang akan kau dapatkan diakhirat nanti.(Putriasih, 2018)

Agama Islam pun juga melarang umatnya hanya memikirkan kesenangan duniawi saja, sehingga melupakan akhiratnya. Begitupun dengan bisnis, bisnis tidak berlaku pada dunia saja namun juga akhirat, sehingga segala aktivitas yang dilakukan di dunia maka terjadi juga diakhirat kelak. Allah SWT berfirman dalam Al- Qur'an pada surat Al-Qashash ayat 77 :

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا
أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

“Dan carilah apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu

(kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagiamu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi ini. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan”

2) **Kemaslahatan (Kesejahteraan Sosial)**

Kemaslahatan yang dikehendaki Islam bukan terkait tentang masalah yang diinginkan hawa nafsu manusia, namun kemaslahatan haqiqi yang berkesinambungan dengan hajat umum, bukan pihak tertentu saja. Memahami maqashid syari'ah atau tujuan rahasia Allah bagi orang mujtahid ialah perkara yang sangat penting, tidak boleh diacuhkan. Imam Al-Ghazali sendiri mengidentifikasi semua masalah baik terkait kemaslahatan maupun kerusakan (*mafasid*) untuk meningkatkan kesejahteraan sosial. Menurut Ilyas tingkatan kesejahteraan sebagai berikut:

- a. **Dharuriyah**, pada tingkatan ini bersifat esensial dalam segala hal untuk memelihara agama, jiwa, akal, keturunan serta harta. Dari kelima pokok hal tersebut, Allah SWT melarang murtad untuk menjaga agama, melarang membunuh untuk melindungi jiwa, mewajibkan menuntut ilmu untuk memelihara akal, melarang zina untuk menjaga keturunan serta melarang mencuri untuk menjaga harta yang dimiliki. Hal-hal tersebut membawa kerusakan, dan segala kerusakan pasti membawa dampak yang buruk.
- b. **Hajiyyah**, adalah sesuatu yang tidak mendasar seperti

dharuriyah atas pemeliharaan kelima prinsip tersebut, namun *hajiyyah* adalah suatu keringanan yang menghilangkan kesungkan hidup. Sebagai contoh dalam hal beribadah, dimudahkan untuk melakukan shalat qashar bagi para musafir. Sebagai contoh lagi dalam hal bermuamalah yakni diperbolehkan jual-beli pesanan atau bisa disebut akad as-salam, kerjasama dalam hal pertanian dan perkebunan (*muzara'ah* dan *musaqah*). Semua hal tersebut diperbolehkan untuk memberikan keringanan dalam memenuhi kebutuhan.

- c. ***Tahsiniyyah***, merupakan segala aktivitas yang melampaui batas hajat. Kemaslahatan ini dipenuhi untuk menyempurnakan dan memperbaiki kehidupan manusia. Sebagai contoh, dianjurkan dalam Islam untuk memakan makanan yang bergizi, menggunakan pakaian yang sopan dan bagus, melaksanakan ibadah sunnah, merapikan dan membersihkan tempat usaha yang dimiliki.

3) Nilai-nilai Kebaikan

Dalam penerapan ekonomi dan bisnisnya Al-Ghazali memberikan beberapa syarat untuk para pelaku bisnis, yakni dengan memperhatikan masalah moral dalam berbisnis. Berikut cara yang direkomendasikan oleh Al-Ghazali untuk diterapkan dalam berperilaku baik saat berbisnis, yakni (Putriasih, 2018b) :

- a. Larangan mengambil keuntungan yang berlebihan
- b. Tidak mengambil keuntungan khusus dari orang tidak mampu
- c. Bermurah hati ketika sedang menagih hutang, sebaiknya

memperhatikan keadaan orang yang berhutang juga agar tidak memberikan tekanan pada orang tersebut

- d. Jika memiliki hutang, maka segera untuk melunasinya
- e. Memiliki hati yang lapang jika ada pelanggan membatalkan pesannya karena adanya halangan.
- f. Rela menjual barang makanan kepada orang tidak mampu dengan angsuran dengan tujuan tidak memaksa untuk dibayar jikalau mereka tidak memiliki uang, dan membebaskan jika mereka meninggal dunia.

4) Jauh dari perbuatan Riba

Riba didalam Al'Qur'an sangat diharamkan. Oleh sebab itu, Al-Ghazali menegaskan kepada setiap pelaku usaha untuk menjaga diri dari riba nasi'ah dan riba fadl. Riba nasi'ah adalah riba jahiliyah yang berarti penangguhan, dalam penerapannya yakni menambahkan jumlah hutang apabila yang berhutang tidak dapat melunasi hutangnya dalam jangka waktu yang telah disepakati atau bisa disebut sebagai denda.

Sedangkan riba fadl adalah kegiatan jual beli yang mencampurkan barang dengan kualitas baik dengan kualitas jelek atau tidak sesuai dengan kesepakatan yang berlaku, hal tersebut disebut kegiatan curang. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an surat An-Nisa ayat 29, yang berbunyi :

أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah engkau saling memakan harta sesamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyanyang kepadamu” (QS An-Nisa-29)

Dari pemaparan ayat diatas, Al-Ghazali sangat melarang adanya riba didalam suatu bisnis. Karena riba bukan hanya mendapatkan dosa aja, namun juga memberikan adanya eksploitasi dan ketidakadilan dalam bertransaksi.

Menurut Al-Ghazali Agar bisa mencapai target maksimal dalam berbisnis, ada 7 hal etika bisnis yang perlu diterapkan dalam menjalankan bisnis, yakni:(Ghazzali, 1963)

a. Memperbaharui Niat Dan Akidah Yang Baik Untuk Memulai Bisnis

Niat yang baik dan akhlaq yang terpuji merupakan langkah utama dalam melaksanakan bisnis, memiliki niat bahwa kita melakukan bisnis untuk menjauhkan diri tindakan memintaminta kepada orang lain. diniatkan melaksanakan bisnis untuk memperoleh uang yang halal. Mencuri merupakan salah satu perilaku yang harus dihilangkan dalam melaksanakan bisnis.

Apabila niat kita baik dan dibarengi dengan perilaku yang terpuji maka hal tersebut merupakan salah satu bekal kita di akhirat kelak, dan keuntungan yang didapat didunia merupakan bonus di dunia dan jika mengalami kerugian maka percayalah bahwa diakhirat kelak kita akan mengalami keberuntungan.

b. Bisnis Menjadi Bagian Dari Radhu Kifayah Atau Tugas

Masyarakat

Dalam menjalankan bisnis dan bekerja, niatkanlah bahwa kegiatan tersebut merupakan ibadah fardhu kifayah. Dianggap sebagai ibadah fardhu kifayah karena apabila semua manusia tidak menjalankan bisnis maka akan menimbulkan sebuah bencana kepada semua umat manusia. Oleh sebab itu dengan tolong menolong dapat memperbaiki tatanan aspek kehidupan, sehingga setiap individu memiliki peran masing-masing secara profesional. Karena apabila semua manusia melakukan bisnis maka aspek-aspek kehidupan lainnya akan teracuhkan dan menimbulkan bencana juga.

c. Menyeimbangkana kepentingan akhirat dengan duniawi dalam berbisnis

Al-Ghazali tidak hanya memperhatikan kehidupan duniawi saja, namun beliau juga memerhatikan kehidupan akhirat.

Al-Ghazali mengatakan didalam kitabnya “Jangan sampai pasar duniawi melalaikan pasar ahirat, pasar akhirat itu adalah masjid.(Atho’illah, 2016). Menurut pendapat Al-Ghazali bahwa akhirat adalah tujuan dan kebahagiaan materi merupakan bonus.

d. Tetap mengingat Allah SWT saat melaksanakan aktivitas bisnis

Menurut Al-Ghazali pelaku bisnis yang sedang melakukan transaksi diharapkan selalu berdzikir kepada Allah SWT. Sewajarnya seorang pelaku bisnis mengais rezeki untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari secara cukup, bukan hanya

memikirkan kemewahan saja. Pelaku bisnis yang menjadikan akhirat sebagai tujuan akhir tidak akan melupakan tanggungjawabnya diakhirat kelak.

e. Tidak Rakus Dan Ambisius Dalam Mengambil Keuntungan

Tidak Memiliki sifat ambisius dan serakah ketika mengambil keuntungan dari bisnis. Al-Ghazali mencontohkan orang yang ambisius dan serakah ialah yang datang paling pagi dan pulang paling terakhir demi mekasakan mengarungi lautan demi harta. Gunakanlah waktu berbisnis sesuai dengan porsinya, jangan terlalu berambisi untuk meraih sebuah keuntungan yang besar. Apabila diri terlalu berambisi maka dapat merugikan diri sendiri dengan memforsir waktu tenaga dan fikirnya melampaui batas kewajaran dan kapasitas hanya sematamata untuk mengejar target dan keuntungan yang besar.

f. Senantiasa menghindari dari barang yang tidak halal dan syubhat

Menjauhi segala sesuatu yang meragukan, begitu juga terhadap barang haram. Dalam hal ini tidak hanya dari sudut pandang ulama saja namun hati nurani sendiri juga digunakan. Semisal menemukan sesuatu yang meragukan, maka tinggalkanlah hal tersebut, begitupun ketika diberi sesuatu oleh orang lain maka minta penjelasannya hingga yakin bahwa barang tersebut bukan barang yang haram.

g. Senantiasa melakukan intropeksi dan evaluasi dalam berbisnis

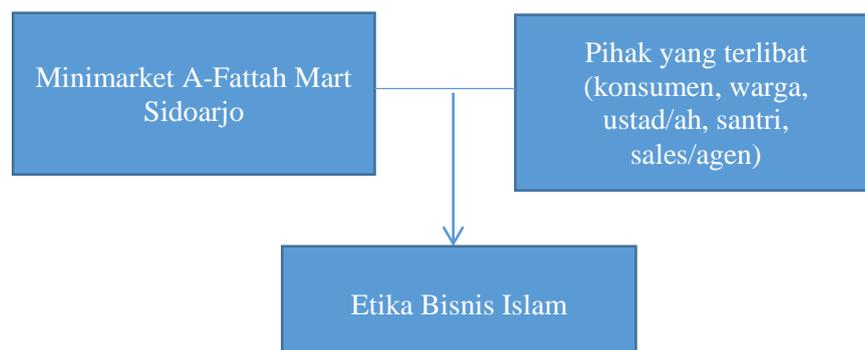
Senantiasa melakukan intropeksi/evaluasi dalam berbisnis, sudah sewajarnya bila para pelaku bisnis meneliti dan mengawasi apa yang terjadi dalam bisnisnya. Al-Ghazali menyarankan untuk selalu berbuat adil, ihsan, dan kepedulian dalam melaksanakan aktivitas ekonomi.

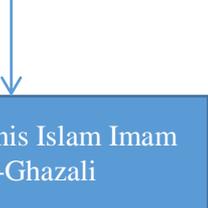
Dari pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa menurut Al-Ghazali, para pelaku bisnis harus memiliki sifat jujur, karena kejujuran pada era sekarang sangat minim sehingga sudah menjadi hal umum jika pelaku bisnis yang menerapkan kejujuran akan mendapatkan kesulitan dalam bisnisnya dan mungkin mendapatkan cemohan dari rekan bisnisnya. (Sopingi, 2016) Selain kejujuran, menurut Al-Ghazali banyak pelaku bisnis sekarang yang tidak amanah dalam melaksanakan bisnisnya. Apabila pelaku bisnis tidak amanah maka dia termasuk orang yang berkhianat dan tidak jujur.

2.3 Kerangka Konseptual

Berdasarkan landasan teoritis, maka kerangka dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut:

Bagan 2. 1 Kerangka Pemikiran Penelitian





Etika Bisnis Islam Imam
Al-Ghazali

Berdasarkan kerangka konseptual diatas maka dapat dilihat terjadi hubungan antara minimarket Al-Fattah sebagai penyedia barang dan terdapat pihak yang terlibat yaitu konsumen, warga, ustad/az, santri, sales maupun agen. Diantara pihak yang terlibat dan minimarket Al-Fattah Mart terdapat hubungan bisnis dimana terdapat etika didalam hubungan tersebut. Dalam penelitian ini peneliti memfokuskan menggunakan etika bisnis Islam pemikiran Al-Ghazali yang terdiri dari niat memulai bisnis, menjadikan bisnis sebagai ibadah fardhu kifayah, menyeimbangkan kepentingan duniawi dengan akhirat, mengingat Allah SWT dimanapun dan kapanpun,tidak serakah dan rakus dalam mengambil keuntungan, menghindari barang syubhat, mengendalikan diri dari kerja sama dengan orang yang tidak adil.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan ialah penelitian lapangan (*field research*). penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang mana data bisa didapatkan langsung dari pemilik dan pegawai minimarket Al-Fattah. Data yang didapatkan itu, merupakan data yang penting karena dengan data itu maka penulis bisa menganalisa bagaimana etika bisnis para pemilik dan karyawan yang berada di minimarket Al-Fattah.

Dengan menggunakan metode ini maka data yang akan diberikan bisa lebih sistematis dan akurat sesuai fakta dan memiliki karakteristik terhadap bidang yang diharapkan. (Azura, 2020) jenis penelitian inilah yang lebih sesuai untuk memahami fenomena sosial (tindakan manusia) karena hasil dari penelitian ini diolah melalui analisis data secara induktif, bukan diolah dengan prosedur statistik. (Sugiono, 2013)

3.2 Lokasi dan Waktu Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini berada di Dusun Gesing, RT.04/RW.01, Gesing, Banjarsari, Kec. Buduran, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur 61252. Adapun untuk waktu penelitiannya dilakukan pada bulan Juni hingga Juli.

3.3 Fokus Penelitian

Penelitian yang ditulis oleh penulis akan berfokus pada pemilik dan para pegawai, serta konsumen minimarket Al-Fattah baik dari genre lelaki atau perempuan, tua atau muda. Dimana penelitian ini membahas terkait

etika bisnis Islam yang diterapkan oleh Minimarket Al-Fattah Mart dan penerapan tujuh pedoman etika bisnis Islam pemikiran Al-Ghazali.

3.4 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder.

3.4.1 Data Primer

Data yang didapatkan secara langsung dari sumber pertama dilokasi penelitian disebut data primer.(Bungin, 2003) sumber data yang akan didapatkan oleh penulis yakni dengan cara wawancara, observasi langsung dengan kepala dan pegawai minimarket Al-Fattah serta informan lainnya yang terlibat dalam penelitian ini. Sehingga bisa dikatakan bahwa data primer penelitian ini didapatkan dari pemilik dan karyawan itu sendiri.

3.4.2 Data Sekunder

Data yang tidak diperoleh secara langsung tetapi diperoleh melalui pihak lain merupakan data sekunder. contoh dari data sekunder adalah dokumen laporan-laporan, jurnal penelitian, buku-buku yang berisikan sesuai dengan penelitian yang sedang dilakukan.(Kusnia, 2015) Dalam penelitian ini menggunakan data sekunder berupa dokumentasi,buku, jurnal penelitian,*website*, dan juga data yang didapatkan dari berkas-berkas pemilik minimarket Al-Fattah. data sekunder sangat menunjang penelitian yang akan dilakukan.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah salah satu langkah yang sangat penting dalam melakukan penelitian, karena itu penulis harus cekatan dalam mengumpulkan data yang didapat, agar bisa mendapatkan data yang valid.(Ifan, 2017) dalam proses pengumpulan data maka prosedur yang digunakan sistematis dan standart untuk memperoleh data yang dibutuhkan,oleh karena itu proses ini penulis tidak boleh salah dan harus dilakukan dengan cermat dan sesuai dengan prosedur yang ada(Wiratna, 2015) :

3.5.1. Wawancara atau *interview*

Wawancara merupakan suatu bentuk interaksi antara dua orang yang saling melibatkan untuk mendapatkan sebuah informasi dari pihak lainnya dengan mengajukan sebuah pertanyaan berdasarkan dengan tujuan yang telah ditentukan.(Ifan, 2017) proses tanya jawab dalam sebuah penelitian yang berlangsung secara lisan antara dua orang maupun lebih yang saling bertatap muka untuk mendengarkan secara langsung informasi dan keterangan merupakan salah satu teknik dalam pengumpulan data.(Ifan, 2017)

Metode wawancara yang akan digunakan penulis adalah wawancara semi terstruktur yang mana penulis telah menyiapkan berbagai pertanyaan terlebih dahulu, akan tetapi pelaksanaanya lebih bebas, sehingga ada kemungkinan akan muncul pertanyaan baru yang masih sesuai dengan penelitian ini dan bisa mendapatkan informasi

lebih luas dari informan. Berikut merupakan beberapa profil data informan dalam penelitian inisial sebagai berikut :

a) Informan A (Kepala Minimarket)

Pak Dawud merupakan kepala minimarket Al-Fattah Mart dimana tugas beliau adalah sebagai penanggung jawab minimarket, dan beliau yang mengatur berjalannya minimarket agar sesuai dengan SOP.

b) Informan B (Pegawai/Pramuniaga)

Pramuniaga yang ada di Al-Fattah Mart bernama Bu Wiwin yang bertugas terhadap ketersediaan dan penataan barang yang ada di Al-Fattah Mart. Beliau sendiri bekerja di Al-Fattah Mart sejak pertama kali berdiri yakni pada tahun 2018 hingga saat ini.

c) Informan C (Pegawai/ Kasir)

Al-Fattah Mart memiliki kasir yang bernama Bu Sri, dimana tugas Bu Sri ialah melayani segala transaksi yang ada di Al-Fattah Mart, baik pembayaran tunai ataupun non tunai. Bu Sri sendiri mulai bekerja di Al-Fattah Mart sejak tahun 2019 menemani Bu Wiwin setiap harinya.

d) Informan D (Konsumen/Warga)

Bu Vanty merupakan salah satu warga didaerah gesing. Rumah beliau berseberang langsung dengan minimarket Al-Fattah Mart. Beliau lebih sering membeli keperluannya di minimarket ini.

e) Informan E (Konsumen/Warga)

Salah satu warga sekitar yang sering menitipkan barang titipannya ke minimarket Al-Fattah Mart yaitu bu Ala. Beliau menitipkan produknya berupa makanan kecil atau camilan seperti risoles, lempur, roket dan lain sebagainya.

f) Informan F (Konsumen/Guru)

Salah satu konsumen yang ada di Al-Fattah Mart ialah Bu Luluk. Bu Luluk sendiri merupakan salah satu guru di Pondok Pesantren Al-Fattah, beliau merupakan salah satu guru yang tidak pernah absen untuk melakukan pembelian di minimarket ini, baik kebutuhan sehari-hari maupun makanan dan minuman ringan.

g) Informan G (Konsumen/Santri)

Anam merupakan salah satu santri yang ada di Pondok Pesantren Al-Fattah, Anam membeli kebutuhan sehari-harinya di minimarket Al-Fattah Mart, selain karena tidak diperbolehkan membeli diluar, harga yang ditawarkan Al-Fattah Mart juga lebih terjangkau, sehingga tidak menguras uang saku para santri.

h) Informan H (Walisantri)

Beliau merupakan salah satu informan dalam penelitian ini, beliau bernama ibu Riroh, beliau menjadi salah satu pelanggan minimarket Al-Fattah Mart, beliau membelikan keperluan sang buah hati di minimarket ini.

i) Informan I (Sales)

Ibu Dea merupakan salah satu sales produk minuman kemasan yang bekerja sama dengan minimarket Al-Fattah Mart. Beliau setiap minggunya akan berkunjung ke Al-Fattah Mart dan membawa produk pesanan dari Ibu Wiwin atau Ibu Sri.

3.5.2. Observasi

Teknik operasional data melalui proses pencatatan secara cermat dan sistematis terhadap obyek yang diamati secara langsung adalah observasi.(Ulya, 2020) Dalam teknik ini penulis melakukan pengamatan dan pengukuran dengan teliti terhadap obyek yang akan diamati, seperti mengamati bagaimana keadaan obyek yang diteliti, setelah itu dicatat secara cermat dan sistematis apa saja yang terjadi, sehingga data yang di dapatkan benar dan tidak luput dari pengamatan.

3.5.3. Dokumentasi

Pengumpulan data dengan cara meneliti catatan-catatan yang saling berhubungan dengan obyek penelitian yang berupa buku, transkrip,catatan,agenda dan lain sebagainya.

Hasil penelitian dari wawancara dan obeservasi akan lebih dapat dipercaya jika diberi dukungan dengan sejarah kehidupan pribadinya dan lain sebagainya.(Azura, 2020) Hasil dari penelitian ini akan lebih terlebih nyata bila didukung dengan adanya foto-foto dari aktivitas pemilik dan karyawan minimarket Al-Fattah.

3.6 Teknis Pengolahan Data

Data serta informasi yang telah dikumpulkan, selanjutnya akan diolah agar data yang didapatkan sesuai dengan yang dibutuhkan peneliti, tahapan-tahapan dalam pengolahan data yaitu:

3.6.1. Pemeriksaan Data (editing)

Tahapan pemeriksaan data bertujuan untuk mendapatkan data-data secara lengkap, setelah itu data tersebut akan menjadi sumber-sumber dokumentasi yang diperoleh dari penelitian dengan proses penyeleksian data dari segi kejelasan, kelengkapan, dan keselarasan antara data dengan relevansi.

3.6.2. Rekonstruksi data (reconstructing)

Tahapan ini yakni menyusun ulang data secara teratur, berurutan, logis, sehingga lebih mudah untuk dipahami dan diinterpretasikan serta memberikan gambaran yang saling terkait dengan rumusan masalah, serta mengelompokkan data tersebut untuk dianalisa.

3.6.3. Sistematika Data (sistemizing)

Analisis terhadap data yang berhasil didapatkan dan merupakan data hasil proses *editing* dan *reconstructing* untuk memperoleh kesimpulan dari kebenaran fakta yang ada di lapangan dan menjadi sebuah jawaban dari rumusan masalah peneliti.

3.7 Teknik Keabsahan Data (Triangulasi)

Triangulasi ialah teknik keabsahan data yang digunakan untuk memeriksa keabsahan sebuah data untuk keperluan kebenaran data tersebut. Dalam triangulasi terdapat beberapa teknik dalam memeriksa data yakni memanfaatkan sumber, metode, penyidik dan juga teori. Pada penelitian ini menggunakan teknik pemeriksaan keabsahan data triangulasi dengan sumber data dan juga metode.

Dengan teknik triangulasi sumber data, peneliti dapat membandingkan hasil wawancara yang didapat dari masing-masing sumber informan dan juga dijadikan sebagai pembandingan untuk *mengcrosscheck* kebenaran informasi yang didapatkan. Selain itu peneliti juga melakukan pengecekan hasil penelitian dengan teknik triangulasi metode, yakni dengan melakukan pengecekan hasil penelitian dengan teknik pengumpulan data yang berbeda yaitu wawancara dan observasi sehingga kepercayaan data dapat valid.

3.7 Teknis Analisis Data

Analisis data adalah suatu proses penyusunan data secara sistematis yang didapatkan dari hasil wawancara, catatan lapangan, wawancara dan lain sebagainya untuk meningkatkan pemahaman penulis terkait kasus yang diteliti serta sebagai temuan dari pihak lain. (Kusnia, 2015)

Menurut Mujiaraharjo analisis data ialah suatu aktivitas yang mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberi kode serta mengkategorikan, sehingga apa yang didapatkan suatu temuan berdasarkan fokus masalah yang ingin diketahui.

Menurut Miles dalam suatu penelitian ada tiga jalur analisis data kualitatif, yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. (Miles, 1992) Reduksi data sendiri adalah suatu proses pemilihan, pemusatan dan penyerdehanaan data kasar yang telah ada menjadi lebih ringkas dan lebih terfokuskan. Peneliti merangkum dan memilih dan memfokuskan hal-hal yang penting dari data yang ada, sehingga peneliti bisa lebih mudah dalam menyampaikan dan bisa memberikan gambaran dari penelitiannya menjadi lebih ringkas dan lebih jelas. Setelah melakukan reduksi data maka penulis menyajikan data.

Penulis menyajikan data berbentuk naratif atau dalam bentuk uraian yang singkat untuk menjabarkan hasil penelitian yang telah dilakukan. Dengan hal ini, maka penulis akan lebih mudah untuk memahami apa yang telah terjadi di lapangan dan memudahkan merencanakan program kerja lanjutan penelitiannya dengan media yang dipahami oleh penulis. Langkah selanjutnya yakni penarikan kesimpulan, cara ini dilakukan untuk memunculkan kesimpulan awal dari penelitian setelah penulis terjun langsung di lapangan, dan dapat berubah apabila menemukan fenomena-fenomena yang tidak sesuai dari objek penelitian yang diinginkan.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Minimarket Al-Fattah Mart

4.1.1 Sejarah Minimarket Al-Fattah Mart

Perkembangan bisnis syariah di Indonesia semakin berkembang, terutama bisnis tersebut dirintis sendiri oleh pebisnis muslim. Perkembangan bisnis di bidang syariah mulai merambat di berbagai sektor, salah satunya di bidang minimarket syariah. Minimarket syariah sendiri sudah menjadi sebuah trend bisnis dimasa kini yang bergerak di bidang retail. Salah satu minimarket yang berbasis syariah ialah minimarket Al-Fattah Mart Buduran Sidoarjo.

Minimarket Al-Fattah Mart diresmikan pada tanggal 1 Januari 2018 di Dusun Gesing RT 04 RW 01 Gesing, Banjarsari, kecamatan Buduran, kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Pemilihan nama Al-Fattah sendiri dikarenakan minimarket ini berada di lingkungan pondok pesantren Al-Fattah Buduran, selain itu arti dari Al-Fattah sendiri yakni membuka atau memulai, sehingga harapan dari berdirinya Al-Fattah Mart ini bisa membuka rezeki bagi siapapun yang terlibat.

Berdirinya Al-Fattah Mart ini didasari oleh pemikiran alumni dan karyawan Pondok Pesantren Al-Fattah Mart. Pemikiran tersebut salah satunya didasari agar para santri dan karyawan bisa membeli kebutuhan sehari-hari tanpa harus keluar dari lingkungan Pondok Pesantren. Pemikiran tersebut didukung oleh ketua Yayasan Pondok Al-Fattah,

bentuk dukungan dari pihak yayasan yakni memberikan modal sebesar 50 juta rupiah. Awal mulanya Al-Fattah Mart hanyalah minimarket kecil, yang kemudian bekerja sama dengan CV. Insan Kamil selama 2 tahun. Keuntungan yang didapat oleh minimarket Al-Fattah Mart akan dibagi menjadi dua bagian, 70% untuk Al-Fattah Mart dan 30% untuk CV. Insan Kamil. Setelah 2 tahun bekerja sama dengan CV. Insan Kamil Al-Fattah Mart memutuskan untuk berdiri sendiri tanpa bekerja sama dengan pihak manapun karena Al-Fattah Mart semakin berkembang dengan baik.

Berdirinya Minimarket Al-Fattah yang berbasis syariah, tentunya dibarengi dengan prinsip syariah baik dalam pengelolaannya, transaksinya, pelayanannya dan berbagai aspek lainnya. Dari sinilah akan terlihat perbedaan dari bisnis retail yang menerapkan prinsip syariah dengan prinsip konvensional. Selain itu tujuan dari didirikannya Al-Fattah Mart ini untuk meluaskan usaha-usaha yang berbasis syariah dan berlandaskan dengan nilai-nilai agama Islam.

4.1.2 Struktur Organisasi Minimarket Al-Fattah Mart

Jumlah pegawai yang ada di Al-Fattah Mart terdiri dari tiga orang dan dibagi dalam beberapa tugas yakni satu orang sebagai kepala minimarket, dan dua orang merangkap sebagai pramuniaga dan kasir. Bagan struktur organisasi di Al-Fattah Mart, sebagai berikut :

Bagan 4. 1

Bagan Organisasi Minimarket Al-Fattah Mart



Tabel 4. 1

Struktur Organisasi Al-Fattah Mart

Nama	Jabatan	Tugas
Drs. H. Nurul Huda, MM	Pemilik Yayasan Pondok Pesantren Al-Fattah	Mengontrol dan Mengawasi berjalannya Minimarket Melakukan pengecekan barang yang masuk di Minimarket
Ir. Nuhung Dawud	Kepala Minimarket	Mengatur jalannya kegiatan operasional agar minimarket bisa berjalan dengan SOP yang berlaku Memeriksa dan mengawasi barang yang ada di Minimarket
Bu Wiwin	Pramuniaga/kasir	Melakukan penataan dan pengecekan pada produk minimarket
Bu Sri	Kasir/pramuniaga	Melayani pembayaran konsumen minimarket baik secara tunai dan non tunai
Pak Hudin, Pak Muis, Pak Sumarno	Satpam	Menjaga keamanan yang ada di lingkungan pondok pesantren Al-Fattah Sidorjo

Struktur organisasi minimarket Al-Fattah Mart terdiri dari pemilik yayasan pondok pesantren Al-Fattah Mart beliau bernama bapak Huda, beliau memiliki tugas untuk mengawasi dan mengontrol berjalannya minimarket Al-Fattah Mart selain itu beliau juga melakukan pemeriksaan kembali terkait dengan barang apa saja yang masuk di Al-Fattah Mart.

Pak Dawud selaku kepala minimarket memiliki tugas tidak berbeda jauh dengan Pak Huda yakni mengatur kegiatan operasional dan pengecekan barang yang ada di Minimiarket. Ibu Wiwin dan juga Ibu Sri sebagai pramuniaga dan kasir memiliki tugas menata, pengecekan dan melayani pembayaran yang ada di Minimarket Al-Fattah Mart. Pondok pesantren Al-Fattah juga memiliki 3 satpam dimana ketiga satpam itu memiliki tugas yang sama yakni menjaga lingkungan yang ada di Pondok Pesantren Al-Fattah termasuk minimarket Al-Fattah Mart, dimana ketiga satpam tersebut bekerja dengan system shift-shift.

4.1.3 Operasional Minimarket Al-Fattah Mart

Minimarket Al-Fattah Mart buka setiap hari dan libur jika para santri pondok pesantren Al-Fattah liburan panjang sekolah, walau buka setiap hari tetapi minimarket ini memiliki peraturan tersendiri untuk santri pondok pesantren Al-Fattah, dimana untuk hari senin hingga Ahad santri putra dan masyarakat saja yang diperbolehkan untuk melakukan pembelian di Al-Fattah Mart, sedangkan untuk santri putri diperbolehkan melakukan pembelian di hari Selasa, Kamis, dan Sabtu. Untuk jam operasional umum dibagian menjadi 4 shift yakni:

Tabel 4. 2

Tabel jam operasional

Shift	Pukul
Pagi	08.00 - 11.30
Siang	12.30 - 15.00
Sore	16.00 – 17.00
Malam	19.30 – 20.00

Jam operasional dibagi menjadi empat shift dikarenakan menyesuaikan dengan tiba nya waktu sholat fardhu, sehingga para pegawai bisa mengikuti sholat jamaah. Pada shift pagi terdapat dua pegawai yang menjaga toko, kemudian jika shift siang hanya satu pegawai, begitu pula di shift sore dan malam hanya ada satu pegawai saja yang menjaga hal itu dikarenakan pada selain di shift pertama minimarket Al-Fattah Mart tidak terlalu ramai. Kepala Minimarket Al-Fattah Mart yakni Bapak Dawud tidak setiap hari berada di minimarket ini dikarenakan selain menjadi kepala minimarket beliau juga diberi amanah menjadi bendahara pondok pesantren Al-Fattah, sehingga beliau lebih sering berada di kantor yayasan pondok pesantren Al-Fattah, walau begitu beliau selalu menyempatkan dan mengawasi kegiatan operasional yang berada di Al-Fattah Mart. Melakukan kunjungan dadakan dan mengawasi produk yang masuk di Al-Fattah Mart merupakan salah satu tugas dari ketua yayasan Pondok Pesantren Al-Fattah yakni Bapak Huda, beliau sangat memperhatikan segala sesuatu yang berhubungan dengan kehalalan, kemafaatan, kemudharatan dari suatu produk.

4.1.4 Produk Minimarket Al-Fattah Mart

Minimarket Al-Fattah Mart merupakan minimarket yang masih berada di lingkungan pondok pesantren Al-Fattah Sidoarjo. Minimarket ini menjual produk-produk yang jelas dan halal. Minimarket ini menjual produk sembako seperti minyak, beras, gula, mie goreng, telur dan lain

sebagainya, selain sembako minimarket ini juga menjual produk makanan berat dan makanan ringan, minuman kemasan, kosmetik parfum, peralatan rumah tangga dan juga alat tulis menulis. Al-Fattah Mart tidak menjual produk yang haram, syubhat dan membahayakan bagi konsumen seperti rokok, vape, minuman keras, minuman beralkohol, barang yang membahayakan dan lain sebagainya.

Produk-produk yang di jual di minimarket ini didapat dari belanja di sales/spg produk, *kulakan* di agen, titipan produk dari beberapa ustad-ustdzah pondok dan juga jamaah sekitar. Produk yang dititipkan di minimarket ini tidak diperbolehkan melebihi dari 50 pcs agar yang lain juga bias menitipkan produknya di minimarket ini.

4.1.5 Fasilitas Minimarket Al-Fattah Mart

Al-Fattah Mart memiliki beberapa fasilitas untuk konsumen, fasilitas ini bisa menunjang kepuasan dan kenyamanan konsumen saat berbelanja, sehingga diharapkan akan menciptakan loyalitas dari konsumen. Berikut merupakan fasilitas yang tersedia di minimarket Al-Fattah Mart :

a. Mesin EDC (Electronic Data Capture)

Al-Fattah Mart menerima pembayaran baik secara tunai maupun non tunai. Salah satu alat pembayaran non tunai yang banyak digunakan ialah mesin EDC. Mesin ini dapat digunakan untuk pembayaran barang yang akan dibeli secara non tunai. Mesin EDC ini dapat digunakan beberapa ATM bank saja seperti BRI dan

BSI, selain bank tersebut tetap bisa menggunakan mesin EDC hanya saja terdapat tambahan biaya. Dengan adanya mesin EDC ini diharapkan bisa memudahkan dan memberikan kenyamanan pada konsumen saat berbelanja di Al-Fattah Mart.

b. Toilet

Al-Fattah Mart memiliki berbagai fasilitas, salah satunya yakni toilet. Toilet ini bisa digunakan oleh pegawai maupun konsumen. Toilet yang dimiliki oleh Minimarket Al-Fattah Mart hanya memiliki toilet berjumlah satu saja sehingga tidak ada pembeda antara toilet perempuan dengan toilet lelaki. Toilet yang ada di Al-Fattah Mart terletak di belakang minimarket, toilet ini setiap harinya dibersihkan sehingga bersih dan nyaman untuk digunakan.

c. Keranjang Belanja

Al-Fattah Mart walaupun masih menjadi minimarket tetapi memiliki keranjang belanja, sehingga dengan adanya keranjang ini bisa memudahkan konsumen dalam membawa barang atau produk yang akan dibeli. Keranjang yang dimiliki oleh minimarket Al-Fattah Mart berjumlah 5 keranjang saja sehingga kapasitas konsumen di toko dalam satu waktu sekitar 8-10 konsumen

d. Tempat Berbelanja Nyaman

Demi menunjang kenyamanan konsumen, Al-Fattah Mart memiliki tempat yang nyaman untuk berbelanja. Minimarket Al-

Fattah Mart juga memiliki ruangan yang sejuk berasal dari AC, selain itu minimarket ini dilengkapi dengan adanya CCTV dalam toko sehingga meminimalisir hal-hal yang tidak diinginkan. Al-Fattah Mart juga memiliki satu tempat sampah besar yang berada di luar toko dan juga terdapat satu tempat sampah di dalam toko, untuk tempat sampah di dalam toko ini dikhususkan untuk sampah kering saja, sehingga tidak menimbulkan bau yang tidak sedap. Penataan pada setiap barangnya rapi dan tertata hal itu dilakukan agar memudahkan konsumen untuk menemukan barang/produk yang akan dibeli. Pintu masuk terdapat tempat duduk untuk konsumen.

e. Parkiran Luas

Salah satu fasilitas yang ada di Al-Fattah Mart yakni terdapatnya lahan parkir yang luas, adanya CCTV dan juga terdapat pos satpam, sehingga konsumen tidak perlu khawatir dengan keamanan dari kendaraannya sehingga akan memberikan kenyamanan bagi konsumen untuk belanja di minimarket ini.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Etika Bisnis Islam Pada Minimarket Al-Fattah Mart

a. Etika Ketauhidan

Minimarket Al-Fattah merupakan salah satu bisnis yang bergerak di bidang ritel yang mana dalam menjalankan aktivitasnya senantiasa berlandaskan dengan prinsip syariah serta menjunjung nilai syariat Islam. Perbedaan prinsip itulah

yang membedakan antara bisnis konvensional dengan bisnis syariah yang ada. Dalam kesehariannya minimarket Al-Fattah Mart juga menerapkan etika dalam berbisnisnya, etika bisnis yang diterapkan yakni etika bisnis sesuai dengan syariat Islam.

Operasional yang diterapkan menggunakan prinsip syariah karena minimarket ini menyanggah nama syariah di dalamnya. Perbandingan bisnis ritel syariah ini seperti pada prosedur kerjanya dimana pada Al-Fattah Mart menerapkan etika bisnis yang didasari oleh Al-Qur'an dan Al-Hadist. Pentingnya menerapkan etika bisnis Islam yakni agar bisnis tidak semata-mata hanya dipandang sebagai tempat untuk mengambil keuntungan saja namun juga dipandang terhormat karena menjadi bisnis yang berkah dan dirahmati oleh Allah SWT. Al-Fattah Mart dikenal sebagai minimarket berbasis syariah oleh masyarakat sekitar dikarenakan minimarket ini menggandeng nama pesantren yang terkenal di Dusun Gesing RT 04 RW 01 Gesing, Banjarsari, kecamatan Buduran, kabupaten Sidoarjo yaitu Pondok Pesantren Al-Fattah. Al-Fattah Mart juga berusaha untuk berpegang teguh dengan prinsipnya dengan menerapkan nilai dan etika syariah dalam melaksanakan operasional kerjanya. Berikut merupakan pemaparan hasil wawancara terkait etika bisnis Islam yang diterapkan oleh minimarket Al-Fattah Mart:

1) Ibadah Sholat

Minimarket Al-Fattah Mart sangat memperhatikan ibadah pegawainya. Al-Fattah Mart juga memiliki aturan dan kebijakan tersendiri terkait dengan jadwal ibadah para pegawainya, kebijakan itu diaturkan melalui jam operasional yang ada, dimana ketika adzan dikumandangkan maka minimarket Al-Fattah Mart akan tutup, kurang lebih selama satu jam agar para pegawai minimarket bisa melaksanakan sholat jama'ah dan beristirahat sejenak. Kebijakan tersebut disampaikan oleh Bapak Dawud selaku kepala minimarket Al-Fattah Mart sebagai berikut:

“Di minimarket Al-Fattah Mart memiliki jam operasional, dimana dalam sehari terdapat 4 shift, shift pagi, siang, sore dan malam. Setiap pergantian shift terdapat waktu untuk istirahat kurang lebih satu jam, waktu satu jam tersebut digunakan untuk sholat berjamaah dan beristirahat ataupun kegiatan lainnya. Ketika memasuki waktu sholat maka minimarket harus ditutup, supaya para pegawai bisa melaksanakan sholat jamaah di masjid pondok. Kebijakan itu sudah berlaku sejak pertama kali minimarket ini berdiri, kebijakan itu juga dikeluarkan langsung oleh yayasan, supaya para pegawai disini bisa tetap melaksanakan sholat jama'ah dan bekerja. Walau begitu terkadang para pegawai Al-Fattah Mart masih belum konsisten untuk selalu melakukan sholat berjamaah, dikarenakan masih ada keperluan lain ataupun kendala lainnya”

Penulis juga mendapatkan keterangan lain dari Ibu Wiwin, selaku pramuniaga Al-Fattah Mart, beliau mengatakan:

“Dalam sehari terdapat 4 shift, setiap pergantian shift tersebut ditandai dengan masuknya waktu sholat, sehingga ketika memasuki waktu sholat kegiatan yang ada di toko diberhentikan baik transaksi jual beli, bersih-bersih toko, menata barang dan lain sebagainya. Pada jam tersebut toko harus di tutup dan para pegawai melakukan sholat berjamaah dan istirahat. Peraturan ini sudah menjadi kebijakan yayasan Al-Fattah, peraturan ini memberikan dampak yang baik bagi pegawai karena pegawai bisa bekerja dan beribadah secara bebarengan. Untuk kebijakan sholat berjamaah itu kadang tidak konsisten dilakukan oleh pegawai Al-Fattah Mart dan para pegawai pun menyadari bahwa kurangnya kesadaran diri dari sholat berjamaah, sehingga walau memang sudah diberikan waktu sholat berjamaah terkadang pegawai lebih memilih untuk sholat sendiri dibanding dengan berjamaah”

Peneliti juga mendapatkan keterangan lain dari Ibu Vanty, keterangan lain yang diutarakan oleh Ibu Vanty selaku warga sekitar sebagai berikut:

“Minimarket Al-Fattah Mart buka pagi sampai pukul 21.00, dalam waktu sehari toko bisa tutup 3 kali, tutupnya toko bukan sekedar tutup saja, tetapi dikarenakan adanya peraturan untuk melaksanakan sholat jamaah, para pegawai diharuskan untuk melaksanakan sholat jamaah di masjid pondok bersama dengan para ustad-ustadzah pondok dan para santri, tetapi terkadang juga masih sering terlihat pegawai berada di toko ketika waktu sholat berjamaah.”

Pernyataan lain didapat dari Ibu Riroh selaku walisantri pondok pesantren Al-Fattah Mart, beliau mengatakan:

“Minimarket Al-Fattah sedikit berbeda dengan minimarket yang lainnya, minimarket ini sangat mensejahterakan ibadah para pegawainya, hal tersebut dibuktikan dengan adanya peraturan yang mewajibkan pegawai untuk sholat berjamaah disetiap waktu sholatnya. Kebijakan atau peraturan tersebut memiliki banyak keuntungan, salah satunya para pegawai tidak akan tertinggal jama'ahnya dan bisa menyeimbangi urusan duniawi dan akhiratnya.”

Berdasarkan informasi dari para narasumber diatas,

maka dapat disimpulkan bahwa minimarket Al-Fattah Mart memperhatikan ibadah sholat dari pegawainya, hal tersebut dibuktikan dengan jam operasionalnya yang mengikuti jadwal sholat santri, dimana ketika masuk waktunya sholat maka minimarket akan tutup dan pegawainya melaksanakan sholat jama'ah dengan ustad-ustadzah serta para santri pondok pesantren Al-Fattah Mart. Dalam menerapkan ibadah sholat terdapat kendala yakni kurangnya kesadaran para pegawai untuk istiqomah melakukan sholat berjamaah, walau sudah ada jam nya sendiri namun terkadang pegawai Al-Fattah Mart memilih untuk melakukan sholat sendiri dibanding berjamaah.

2) Berdoa dan Briefing

Setiap harinya pegawai Al-Fattah Mart akan melakukan briefing dan doa terlebih dahulu, doa ini dilakukan dengan niat agar aktivitas yang dilakukan bisa mendapatkan keberkahan dan kelancaran, harapannya tidak ada kendala apapun selama beraktivitas. Berdasarkan hasil wawancara yang saya peroleh dari Ibu Sri sebagai berikut :

“Rutinitas yang dilakukan para pegawai Al-Fattah Mart sebelum memulai aktivitasnya yakni berdoa terlebih dahulu. Doa bersama antar pegawai Al-Fattah Mart ini dilakukan pukul 07.00 hingga 08.00, selain berdoa juga dilakukan briefing disetiap pagi nya, briefing ini yakni untuk mengetahui bagaimana perkembangan toko, aktivitas yang akan menjadi agenda hari itu contoh berbelanja kebutuhan toko, *kulakan*, kedatangan sales ataupun ada kunjungan dari yayasan.”

Dapat disimpulkan Al-Fattah Mart mengajarkan pada pegawainya untuk selalu mengingat Allah dimanapun

berada, salah satunya yakni melaksanakan kewajiban sholat dan berdoa sebelum melakukan aktivitas, tujuan dari adanya kegiatan-kegiatan tersebut yakni agar mendapatkan keselamatan, keberkahan dan rahmat dari Allah SWT. Kebijakan yang dikeluarkan oleh ketua yayasan tersebut sangat mendukung para pegawai untuk mengingat Allah dimanapun dan kapanpun. Peraturan yang seperti ini memang sudah seharusnya dilakukan oleh minimarket yang berlandaskan prinsip syariah, karena itulah yang membedakan antara minimarket syariah dengan lainnya

b. Etika Dalam Berpakaian

Al-Fattah Mart merupakan minimarket yang menerapkan prinsip syariah, salah satu hal yang membuktikan bahwa Al-Fattah Mart menerapkan prinsip syariah bisa dibuktikan dengan cara pakaian para pegawainya. Para pegawai Al-Fattah Mart memiliki baju seragam untuk bekerja, baju seragam ini kompak digunakan di shift pagi yakni jam 07.00-11.30 dan dipadukan dengan kerudung lebar bagi perempuan dan peci untuk pria nya. Sesuai dengan pernyataan dari Ibu Wiwin:

“Memakai seragam kerja di shift pagi sudah menjadi kewajiban yang ada di minimarket Al-Fattah, kewajiban memakai seragam hanya pada shift pagi, untuk shift selanjutnya dibebaskan memakai pakaian yang sopan dan menutup aurat disertai jilbab yang lebar untuk perempuan dan peci untuk pria. Pakaian pegawai perempuan selain di shift pagi ialah menggunakan gamis atau baju tunik dipadukan dengan bawahan rok lebar, yayasan juga tidak membolehkan pegawai perempuan menggunakan bawahan rok

ketat dan celana hal itu dikarenakan takutnya menimbulkan syahwat dan untuk pegawai pria menggunakan atasan kemeja dipadukan dengan bawahan celana kain. Etika pakaian yang diterapkan minimarket Al-Fattah membuktikan bahwa minimarket ini menerapkan prinsip syariah.”

Keterangan lain juga didapatkan dari Ibu Vanty selaku warga sekitar daerah Gesing, beliau mengatakan:

“Pakaian digunakan oleh pegawai minimarket ini menunjukkan pakaian syar’i, sopan dan menutup aurat, karena atasan pegawai perempuan berupa baju tunik yang dipadukan rok lebar, atau gamis yang lebar dan tidak menunjukkan lekuk tubuhnya dan untuk baju pegawai lelaki sendiri juga sopan. Selain itu mereka tidak pernah memakai make up yang berlebihan, sangat natural sekali, sehingga tidak mencolok.”

Peneliti juga mendapatkan informasi tambahan dari Pak Dawud selaku kepala minimarket Al-Fattah Mart bahwa:

“Pakaian yang digunakan oleh para pegawai Al-Fattah Mart sangat diperhatikan oleh yayasan pondok pesantren sehingga seragam pagi yang digunakan pun berbentuk pakaian seragam gamis untuk pegawai wanitanya dan juga kerudung lebar sedangkan untuk pegawai laki hanya kemeja dan celan kain. Begitupun shift selanjutnya pegawai wanita tetap harus menggunakan baju gamis yang dipadukan dengan kerudung lebar, selain itu yayasan juga tidak memperbolehkan pegawai wanita untuk bermakeup berlebihan yang mencolok seperti menggunakan lipstik berwarna merah, eyeshadow yang mencolok, soflens dan lain sebagainya.”

Peneliti mendapatkan informasi terkait dengan pakaian para sales perempuan yang akan ke Al-Fattah Mart dari Ibu Sri selaku kasir Al-Fattah Mart, beliau mengatakan:

“Para sales perempuan yang akan ke Al-Fattah Mart selalu menggunakan kerudung atau paling tidak selendang untuk menutupi kepala, para sales perempuan juga harus menggunakan pakaian yang panjang dan bawahan panjang, untuk pegawai

prianya diwajibkan memakai pakaian yang sopan juga. Hal itu harus diperhatikan sebagai upaya dalam menghormati karena Al-Fattah Mart berada di dalam pondok pesantren Al-Fattah.”

Ibu Dea selaku sales produk minuman kaleng memberikan informasinya sebagai berikut:

“Setiap ke Al-Fattah Mart selalu menggunakan pakaian tertutup dan berkerudung, hal itu sudah menjadi kewajiban bagi para sales yang datang ke Al-Fattah Mart. Salah satu bentuk rasa menghargai Al-Fattah Mart yakni dengan memakai pakaian yang sopan dan tertutup.”

Dari wawancara tersebut dapat diketahui bahwa minimarket Al-Fattah Mart memperhatikan etika dalam berpakaian para pegawai dan sales produk yang akan mampir ke Al-Fattah Mart. Pakaian yang digunakan oleh pegawai Al-Fattah Mart harus menutupi aurat dimana pegawai perempuan akan memakai kerudung lebar dan memakai gamis atau bawahan rok serta pakaian yang sopan dan menutup aurat untuk pakaian laki-laki.

c. Kehalalan Produk

1) Sertifikasi Halal

Dalam penerapannya tentang kehalalan, Minimarket Al-Fattah Mart menerapkan label halal pada sistem produknya. Faktor halal menjadi faktor utama yang dijadikan sebagai pertimbangan bagi pihak Al-Fattah Mart memperjualbelikan produknya. Peneliti melakukan wawancara dengan Ibu Luluk selaku guru atau ustadzah pondk pesantren Al-Fattah, beliau mengatakan bahwa:

“Setiap produk yang masuk dan ada di minimarket Al-Fattah Mart dipastikan memiliki sertifikasi Halal dan BPOM, Hal itu dikarenakan pemilik yayasan Al-Fattah memperhatikan setiap produk yang ada di Al-Fattah Mart, beliau sering melakukan sidak, selain itu juga para pegawai Al-Fattah Mart juga memberikan laporan produk-produk yang diperjual belikan.”

Peneliti juga mendapatkan informasi dari pihak sales yakni Ibu Dea sebagai berikut:

“Produk yang dijual oleh Al-Fattah Mart memiliki label halal, produk yang ditawarkan harus memiliki sertifikasi halal ataupun BPOM. Jika tidak memiliki keduanya maka akan ditolak oleh Al-Fattah Mart seperti minuman keras ataupun beralkohol.”

Peneliti juga melakukan wawancara dengan pegawai Al-Fattah Mart yakni Ibu Wiwin, beliau mengatakan bahwa:

“Barang atau produk yang masuk di Al-Fattah Mart harus memiliki sertifikasi halal dan BPOM, apabila tidak terdapat label tersebut maka tidak diperbolehkan ada di di minimarket ini, bahkan produk semacam rokok, vape, silet juga tidak diperbolehkan ada. Produk parfum sendiri hanya diperjualbelikan untuk santri putra dan konsumen lainnya, untuk santri putri sendiri tidak diperbolehkan membeli parfum dikarenakan takut menimbulkan syahwat”

2) Seleksi

Alfattah Mart dalam kesehariannya menerima produk titipan dari para ustad-ustadzah dan jama'ah pondok pesantren alfattah, terkadang juga menerima titipan dari warga sekitar. Produk-produk yang dititipkan harus memiliki label halal dan BPOM, namun apabila produk tersebut buatan sendiri atau *homemade* maka produk tersebut harus menggunakan bahan makanan yang halal dan menyehatkan. Oleh karena itu Al-Fattah Mart hanya menerima titipan produk dari pihak Al-

Fattah Mart itu sendiri. sesuai dengan informasi yang diberikan oleh Bapak Dawud bahwa:

“Al-Fattah Mart melakukan seleksi terkait dengan produk yang diperjualbelikan, selain harus memiliki label halal dan BPOM, produk yang diperjualbelikan tidak boleh memiliki sifat yang membahayakan dan tidak sehat. Dalam menerima produk titipan Al-Fattah Mart saat ini hanya menerima dari pihak ustad-ustadzah dan jama’ah dari pondok pesantren, hal itu dikarenakan kami memiliki kepercayaan penuh bahwa produk yang dititipkan dari ustad-ustadzah dan Jamaah pondok pesantren Al-Fattah aman dan tidak haram.”

Informasi lain di dapat dari hasil wawancara dengan Ibu Vanty selaku warga sekitar, beliau mengatakan bahwa:

“memang hanya pihak dalam saja yang diperbolehkan menitipkan produk *homemade* nya, kecuali apabila produk tersebut memiliki sertifikasi halal atau BPOM maka pihak luar diperbolehkan menitipkan barangnya, jika buatan sendiri saat ini hanya pihak dalam saja, karena menghindari hal-hal yang tidak diinginkan.”

3) Pemeriksaan Kembali/Crosscheck

Produk yang ada di Al-Fattah Mart juga melalui pemeriksaan kembali dari pihak Al-Fattah Mart dan yayasan pondok, dimana jika produk yang diperjualbelikan membahayakan konsumen atau menimbulkan penyakit maka akan diberhentikan oleh pihak Al-fattah Mart. Dalam wawancara dengan ibu Sri selaku pegawai Al-Fattah Mart didapatkan informasi sebagai berikut:

“Pihak yayasan selalu memperhatikan produk-produk

yang diperjualbelikan di Al-Fattah Mart, selain memiliki sertifikasi halal atau Bpom, produk yang dijual tidak boleh membahayakan konsumen itu sendiri. Kehalalan dari suatu produk juga menjadi poin penting sehingga apabila terdapat isu tentang kehalalan suatu produk maka Al-Fattah Mart akan menghentikan penjualan produk tersebut hingga terdapat info yang valid, seperti kejadian pada kehalalan dari produk dairy milk yang akhirnya pihak Al-Fattah Mart menghentikan penjualan dari produk tersebut.”

Dari hasil wawancara diatas maka dapat disimpulkan bahwa terkait dengan kehalalan produk yang di jual, Al-Fattah Mart memiliki beberapa step dimana produk yang masuk harus memiliki sertifikasi halal dan Bpom, kemudian memasuki step selanjutnya yakni seleksi dimana jika produk yang dijual memiliki sertifikasi halal dan BPOM tapi membahayakan atau lebih banyak keburukannya maka tidak akan dijual di Al-Fattah Mart, setelah itu Al-Fattah Mart akan meng*crosscheck* kembali barang-barang yang akan dijual, *crosscheck* ini dilakukan oleh pemilik yayasan dan ketua minimarket Al-Fattah Mart.

d. Etika Dalam Mengambil Keuntungan dan Tranparasi Harga

1) Pengambilan Keuntungan

Al-Fattah Mart merupakan minimarket syariah yang memiliki banyak produk dengan harga yang terjangkau. Al-Fattah Mart tidak mengharapkan keuntungan saja namun juga mengharapkan keberkahan dalam bisnisnya. Al-Fattah Mart hanya mengambil sekian persen saja di setiap produknya. Keuntungan itu selain digunakan untuk membayar gaji pegawai

digunakan juga untuk biaya listrik, biaya kebersihan, dan keperluan lainnya. Sesuai dengan pernyataan dari Bapak Dawud selaku kepala minimarket:

“Awal mula berdirinya Al-Fattah Mart hanya mengambil keuntungan sebesar 1% per pcs di setiap produk, namun pengambilan keuntungan tersebut hanya berjalan sekitar 2 bulan. Hal tersebut tidak bisa bertahan lama karena dengan keuntungan sebesar itu tidak bisa menutupi biaya operasional yang ada seperti gaji karyawan, biaya listrik, biaya kebersihan dan lain sebagainya. Agar bisa menutupi segala kekurangan yang ada maka, Al-Fattah Mart mengambil keuntungan disetiap produknya berbeda-beda, untuk produk minuman kemasan Al-Fattah Mart mengambil keuntungan lebih banyak karena minuman kemasan butuh pendingin dan pendingin sendiri menggunakan listrik, berbeda pula pengambilan keuntungan produk makanan kecil atau snack yang mengambil keuntungan sekitar 10% saja setiap pcs nya serta pengambilan keuntungan sebesar 15% untuk produk alat tulis. Pengambilan keuntungan untuk produk sembako kurang lebih sekitar 3-5 ribuan per pcs nya, begitu pula dengan produk kosmetiknya yang mengambil keuntungan sekitar 3-5 ribuan/pcs. Pengambilan keuntungan itu bukan sekedar mengambil untung saja namun juga mencari keberkahan dan keridhoan Allah SWT.”

Peneliti juga mendapatkan keterangan dari Ibu Ala selaku warga sekitar, beliau mengatakan bahwa:

“Harga yang ditawarkan oleh Al-Fattah Mart lebih terjangkau jika dibandingkan dengan minimarket lainnya, sesuai dengan logan dari minimarket Al-Fattah sendiri yaitu belanja hemat untuk umat. Harga yang diberikan oleh Al-Fattah Mart masih bisa diterima oleh warga sekitar, sehingga apabila warga sekitar ingin membeli kebutuhan sehari-hari lebih memilih berbelanja di Al-Fattah Mart selain lebih murah, barang yang ditawarkan pun bermacam-macam.”

Peneliti mendapat informasi lainnya dari Ibu Dea selaku sales produk minuman Al-Fattah Mart, yakni:

“Pengambilan keuntungan yang diambil Al-Fattah Mart tidak banyak dan bahkan dibawah harga normal pasaran. Pengambilan keuntungan tersebut tidak jauh dari harga

“*kulakan*” sehingga produk yang dijual rata-rata standart harga pasar atau bahkan dibawah harga pasar.”

Dari pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa Al-Fattah Mart Mengambil keuntungan disetiap produknya berbeda-beda. Keuntungan yang didapatkan itu digunakan untuk biaya operasional seperti gaji pegawai, biaya listrik, biaya kebersihan dan lain sebagainya. Bisnis ritel ini selain diniatkan untuk mendapatkan keuntungan juga diniatkan mencari keberkahan dan keridhoan dari sang pencipta yakni Allah SWT.

2) **Transparasi Harga**

Memberikan harga secara transparan menjadi salah satu daya tarik sendiri. Pemberian *price ticket* pada setiap produk yang ada bisa memudahkan konsumen untuk mengetahui harga produk, serta menghindari dari prasangka adanya penipuan harga. Bu Riroh selaku walisantri pondok pesantren Al-Fattah mengeluarkan pendapatnya terkait kekurangan dari minimarket ini, yakni:

“Minimarket Al-Fattah menjual produknya dengan harga terjangkau, tetapi disetiap produknya tidak diberikan *ticket price* atau label harga, sehingga konsumen sedikit ragu dengan harga yang ada. Konsumen harus bertanya terlebih dahulu ke kasir atau pramuniaga jika ingin mengetahui harga suatu produk, hal itu kurang efisien jika dilakukan. Fungsi dari adanyan label harga akan lebih memudahkan konsumen dalam berbelanja karena konsumen bisa mengira-ngirakan berapa total harga yang akan dibayar. Selain itu bisa menghindari adanya prasangka penipuan harga.”

Keterangan lain yang didapat dari Bu Wiwin selaku

pramuniaga Al-Fattah Mart, beliau mengatakan:

“Di setiap produk Al-Fattah Mart memang belum terdapat label harga, hanya ada di produk yang sedang diskon saja. Tidak adanya label harga karena memang belum pernah ada, sehingga kedepannya akan diusahakan untuk membuat label harga disetiap produk yang ada di Al-Fattah Mart.”

Dari wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa pengambilan keuntungan yang didapatkan oleh minimarket Al-Fattah Mart berbeda-beda setiap jenisnya, perbedaan pengambilan keuntungan itu tergantung dengan kebutuhan dari produk tersebut. Minimarket Al-Fattah Mart memiliki kekurangan terkait dengan transparansi harga, dimana Al-Fattah Mart tidak memberikan *price ticket* atau label harga pada setiap barang yang di display hal itu dapat mengurangi kenyamanan berbelanja konsumen.

e. Etika dalam Melayani Konsumen

Memberikan pelayanan terbaik sudah seharusnya menjadi prioritas bagi setiap bisnis yang ada. Memberikan pelayanan dengan baik maka akan menjadi nilai tambah dari suatu bisnis tersebut, salah satunya adalah bisnis ritel minimarket Al-Fattah Mart. Sudah menjadi kewajiban bagi pegawai Al-Fattah Mart memberikan pelayanan terbaiknya bagi konsumen yang ada. Salah satu yang menjadi ciri khas alfattah mart yaitu memberikan 3S (salam, senyum dan sapa). Hal tersebut dilakukan agar konsumen nyaman ketika berbelanja di Al-Fattah Mart, jika konsumen puas

dengan pelayanan dari para pegawainya maka kemungkinan besar konsumen tersebut akan kembali berbelanja disini. Hal tersebut sesuai dengan yang dikatakan oleh pak Dawud selaku kepala minimarket Al-Fattah Mart:

"Kenyamanan, kesenangan, kepuasan dalam berbelanja sudah menjadi prioritas bagi kami, salah satu yang bisa kami lakukan yaitu memberikan 3S ini. Selain itu juga kami juga menyediakan beberapa fasilitas seperti keranjang belanja, mesin EDC, kursi dan lain sebagainya, dan juga kami melayani konsumen sesuai dengan antrian yg berlaku, sehingga tidak ada yang merasa dirugikan"

Peneliti juga mendapatkan informasi dari Ibu Sri selaku kasir dan Ibu Wiwin selaku pramuniaga minimarket Al-Fattah Mart:

“Ciri khas yang diberikan oleh minimarket Al-Fattah Mart ialah 3S yakni senyum, salam, dan sapa. Setiap konsumen yang datang di Al-Fattah Mart maka akan diberikan senyum, salam dan sapa. Salam yang dimaksud ialah ucapan Assalamualaikum, selamat datang di minimarket Al-Fattah Mart. Pemberian 3S tersebut diharapkan bisa memberikan kenyamanan kepada konsumen ketika melakukan pembelian di Al-Fattah Mart, selain itu tujuan adanya 3S juga sebagai bukti bahwa Al-Fattah Mart merupakan bisnis ritel yang menerapkan syariah didalam operasionalnya.”

Keterangan lain didapat dari Bapak Dawud selaku kepala minimarket, beliau mengatakan bahwa:

“Mendapatkan kepuasan dari pelanggan merupakan prioritas utama, sehingga pegawai Al-Fattah berupaya memberikan pelayanan terbaiknya untuk para konsumen. Selain memberikan 3S pegawai Al-Fattah Mart tidak membedakan antara konsumen, baik dari kalangan pondok pesantren maupun dari luar pesantren, karena Al-Fattah Mart memegang prinsip bahwa konsumen itu sama. Dalam melakukan pembayaran dan terdapat antrian maka Ibu Sri selaku kasir akan melayani sesuai dengan antrian yang ada dan melayani secepat dan sedetail mungkin agar konsumen tidak menunggu terlalu lama dan kecewa.”

Peneliti juga melakukan wawancara dengan saudara Anam

selaku santri putra pondok pesantren Al-Fattah, saudara anam mengatakan:

“Al-Fattah Mart selalu memberikan 3S di konsumennya tanpa memandang umur, jabatan, kalangan dan lain sebagainya. Pegawai Al-Fattah Mart selalu berlaku adil, seperti contoh apabila terdapat antrian maka konsumen yang dilayani sesuai dengan antrian yang ada. Selain itu pegawai Al-Fattah Mart juga melayani dengan sepenuh hati hal tersebut bisa dilihat ketika ada konsumen yang bertanya terus menerus namun oleh pegawai dijawab dengan penuh senyum.”

Selain pernyataan dari pegawai Al-Fattah, peneliti juga mendapatkan pernyataan dari Ibu Vanty selaku warga daerah Gesing, beliau mengatakan:

“Pelayanan yang diberikan oleh pegawai Al-Fattah Mart memuaskan karena tidak pilih kasih, selain itu pelayanannya juga cepat dan tepat, selain itu pegawainya juga melayani dengan senyuman dan sabar, namun ketika di shift malam terkadang ada antrian yang cukup panjang, namun yang melayani hanya satu pegawai saja. Hal itu menyebabkan adanya antrian yang cukup menguras waktu bagi konsumen. Untuk selebihnya pelayanan yang diberikan memuaskan.”

Pemaparan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa minimarket Al-Fattah Mart selalu memberikan pelayanan terbaiknya untuk konsumen. Semua konsumen mendapatkan pelayanan yang sama tanpa membedakan, karena Al-Fattah Mart memiliki prinsip bahwa konsumen itu sama dan tidak ada bedanya. Selain itu pegawai Al-Fattah Mart melayani dengan sabar, cepat, detail dan benar sehingga konsumen tidak menunggu terlalu lama dan tidak adanya kekecewaan yang dirasakan konsumen, karena bagi Al-Fattah Mart kepuasan konsumen merupakan prioritas bagi Al-Fattah Mart.

f. Etika dalam Menjalani Kerja Sama

1) Saling Menguntungkan

Para ustad/ah dan jamaah bisa menitipkan produk UMKM nya di Al-Fattah Mart. Produk tersebut akan dijualkan kepada konsumen melalui Al-Fattah Mart dengan sistem bagi hasil. Al-Fattah Mart hanya mengambil keuntungan 500 rupiah di setiap produk yang laku, sedangkan produk yang tidak laku akan dikembalikan ke warga yang menitipkan tanpa mengambil keuntungan. Bu Wiwin selaku pramuniaga Al-Fattah Mart memberikan keterangannya terkait dengan kerjasama dengan warga sekitar, beliau mengatakan:

“Minimarket Al-Fattah Mart menerima titipan produk UMKM para jamaah atau titipan keluarga dari ustad-ustadzah pondok pesantren Al-Fattah sekitar dengan sistem bagi hasil.

Setiap produk yang laku akan diambil keuntungan sebesar 500 rupiah, namun jika ada produk yang tidak laku maka akan dikembalikan ke pemilik produk dan Al-Fattah Mart tidak mengambil keuntungan sepersenpun. Contoh produk yang dititipkan berupa kue basah, nasi bungkus, keripik kemasan, jus buah, jamu dan thaitea.”

2) Kejujuran

Peneliti mendapatkan informasi dari bapak Dawud selaku kepala minimarket, beliau mengatakan bahwa:

“Dalam bekerja sama memiliki sifat kejujuran antar

kedua belah pihak memang diharuskan, jika sifat kejujuran tidak dimiliki oleh salah satu pihak saja maka kepercayaan tidak akan diberikan lagi, salah satu terkait kejujuran yang diterapkan disini yakni kejujurnya para ustadz/ah dan jamaah terkait dengan bahan dan proses yang dilakukan, apakah bahannya halal, apakah prosesnya halal juga dan lain sebagainya.”

Peneliti mendapatkan informasi dari Ibu Vanty selaku warga sekitar yang menitipkan produknya di Al-Fattah Mart, beliau mengatakan bahwa:

“Memiliki prinsip kejujuran dalam bekerja sama memang harus, salah satu bentuk kejujuran yang bisa dilakukan oleh para penitip yakni jujur apa adanya terkait keadaan, harga, bahan dan proses dari produk yang dititipkan, sehingga tidak menimbulkan dugaan buruk dan produk tersebut menjadi barang yang halal tidak syubhat”

3) Kepercayaan

Memiliki sifat saling percaya dalam hubungan bisnis merupakan salah satu hal yang dapat mengembangkan suatu bisnis, seperti yang dikatakan oleh Ibu Sri, selaku pegawai Al-

Fattah Mart, beliau mengatakan bahwa:

“Memiliki sifat percaya kepada rekan bisnis merupakan salah satu hal yang dapat mengembangkan bisnis, dalam bisnis jika tidak terdapat kepercayaan maka bisnis tersebut tidak akan berjalan lama, hal itu dikarenakan selalu adanya kiran negatif, suudzon kepada rekan kerja lainnya. Sifat kepercayaan ini harus dilakukan oleh semua pihak, baik antar pegawai, pegawai dengan yayasan dan juga pihak Al-Fattah Mart kepada ustadz/ah dan jamaah yang menitipkan produknya.

4.2.2 Etika Bisnis Islam Pemikiran Imam Al-Ghazali

1) Menyeimbangkan Antara Urusan Duniawi dan Akhirat

Menyeimbangkan urusan duniawi dan akhirat tidak akan bisa berjalan dengan baik apabila tidak terdapat dukungan dari

lingkungan sekitar, sebagai contoh berada di lingkungan kerja yang tidak memberikan waktu untuk sholat hal itu akan menimbulkan ketidakseimbangan antara asar duniawi dan akhirat. Al-Fattah Mart merupakan salah satu tempat atau lingkungan kerja yang mendukung terjadinya keseimbangan duniawi dan akhirat, hal itu dapat dibuktikan oleh infomrasi dari Bapak Dawud selaku Kepala Minimarket Al-Fattah Mart. beliau mengatakan:

“Al-Fattah Mart memberikan dukungan penuh kepada pegawai untuk tetepa mengerjakan sholat lima waktu di waktu yang tepat, hal itu dibuktikan dengan jam operasional toko, dimana toko akan tutup apabila memasuki waktu sholat, hanya saja tergantung kepada pegawainya apakah dapat menggunakan kesempatan itu dengan baik atau tidak. Melakukan doa sebelum melaksanakan aktivitas juga menjadi rutinitas yang dilakukan oleh para pegawai Al-Fattah Mart, selain itu di bulan puasa para pegawai Al-Fattah Mart di fasilitasi mengaji kitab dan Al-Qur’an bareng dengan para ustad/ah pondok pesantren Al-Fattah.”

Informasi lainnya didapatkan dari Ibu Wiwin selaku pegawai Al-Fattah Mart, beliau mengatakan:

“Dalam hal urusan duniawi dan akhirat masing-masing memiliki kesadaran sendiri-sendiri, Al-Fattah Mart sendiri merupakan salah satu minimarket yang mendukung imbangnya urusan dunia dan akhirat, hanya saja memang terkadang pegawai Al-Fattah Mart kurang memanfaatkan dukungan tersebut, hal itu dapat dilihat dari kurangnya kesadarn untuk sholat berjamaah”

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa minimarket Al-Fattah Mart memberikan dukungan kepada pegawainya untuk menyeimbangkan urusan duniawi dan akhirat, dimana pegawainya tetap bekerja namun juga diberikan fasilitas untuk beribadah kepada Allah SWT, hanya saja terkadang memang

pegawai Al-Fattah Mart kurang memanfaatkan fasilitas dan dukungan tersebut.

2) Tidak serakah dan Ambisius Dalam Mengambil Keuntungan

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Sri selaku pegawai Al-Fattah Mart terkait dengan pengambilan keuntungan beliau mengatakan:

“pengambilan keuntungan yang dilakukan Al-Fattah Mart disesuaikan dengan kebutuhan dari produk itu sendiri, seperti produk minuman kemasan, maka pihak Al-Fattah Mart mengambil keuntungan sedikit lebih banyak dikarenakan dibutuhkan tambahan biaya operasional yakni biaya listrik dari lemari pendingin, beda lagi jika snack, bahan sembako, alat tulis maka mengambil keuntungan hanya sekian persen karena tidak membutuhkan biaya lagi, namun jika kosmetik pihak Al-Fattah Mart mengambil keuntungan lebih banyak karena barang tersebut bukan barang yang setia hari digunakan. Al-Fattah Mart juga mendapatkan tambahan biaya dari titipan produk dari para jamaah dan ustad/ah A;-Fattah, dalam setiap produknya Al-Fattah Mart hanya mengambil keuntungan sebesar Rp 500/pcs yang laku saja, apabila tidak laku maka Al-Fattah Mart tidak mengambil keuntungan”

Pendapat lain disampaikan oleh anam selaku santri putra pondok pesantren Al-Fattah, beliau mnegatakan:

“Harga yang ada di Al-Fattah Mart cocok untuk bagi pelajar atau santri, hal itu dikarenakan tidak menguras kantong saku yang banyak, harga yang ditawarkan juga sesuai dan masih relatif murah dibandingkan di bisnis ritel lainnya.”

Informasi lain didapatkan dari ibu Wiwin selaku pegawai minimarket Al-Fattah Mart, beliau mengatakan:

“Dalam pengambilan keuntungan, miniamrket hanya mengambil sesuai dengan kebutuhan saja, selain itu tidak adanya penimbunan barang, kecurangan maupun kepalsuan produk pada pelayanan minimarket Al-Fattah Mart. Minimarket tidak pernah menyetok produk banyak karena ditakutkan menjadi barang timbunan, selain itu sembako yang dijual sudah berbentuk kemasan

bukan barang timbangan sendiri, dikarenakan takut menimbulkan kecurangan”

Informasi lain didapatkan dari Ibu Ala selaku warga sekitar, beliau mengatakan:

“Harga produk yang ditawarkan oleh minimarket Al-Fattah Mart cenderung murah seperti contoh produk minuman florida dan isoplush dimana produk tersebut dijual seharga Rp. 3100 di minimarket yang menerapkan prinsip konvensional, dijual seharga Rp. 3000 di minimarket syariah lainnya, sedangkan Al-Fattah Mart menjual dengan harga Rp. 2800. Selain produk minuman juga terdapat barang sembako yang mana barang sembako tersebut lebih murah dibanding minimarket lainnya.”

Dari informasi diatas dapat disimpulkan bahwa Al-Fattah Mart tidak sembarangan dalam mengambil keuntungan, pengambilan keuntungan tersebut disesuaikan dengan kebutuhan dari barang tersebut, selain itu produk makanan yang dititipkan, minimarket ini hanya mengambil keuntungan sebesar Rp 500 saja dari barang yang laku, apabila ada barang yang tidak laku maka tidak akan dipungut biaya apapun, sehingga Al-Fattah Mart tidak mengambil keuntungan banyak.

3) Menjauhi Barang yang Haram dan Syubhat

Al-Fattah Mart merupakan minimarket yang menerapkan prinsip syariah di operasionalnya, hal itu mewajibkan minimarket ini untuk memperhatikan kehalalan dari produknya. Memiliki standart BPOM dan sertifikasi halal menjadikan salah satu syarat produk bisa masuk di minimarker ini, sesuai dengan yang disampaikan oleh Ibu Wiwin selaku pegawai Al-Fattah Mart, beliau mengatakan:

“Produk yang masuk pada minimarket ini diharuskan memiliki sertifikasi halal dan BPOM, apabila dalam kemasan tidak terdapat sertifikasi tersebut maka akan ditolak. Selain itu, jika terdapat isu ada produk yang tidak halal dan terlanjut dijual maka Al-Fattah Mart akan menarik produk tersebut, seperti contoh pada kasus coklat Dairy Milk. Minimarket ini juga mengutamakan kejujuran dan kepercayaan dalam melaksanakan bisnisnya seperti contoh produk titipan dimana produk titipan ini berupa produk olahan sendiri seperti nasi bungkus, mie, thaitea, jamu, jus dan lain sebagainya, produk tersebut tidak memiliki sertifikasi halal dan BPOM sehingga dalam kasus ini Al-Fattah Mart mengutamakan kejujuran dan kepercayaannya pada partner kerjanya.”

Informasi lain didapatkan dari Santri yang bernama anam, beliau mengatakan:

“Makanan dan minuman yang dijual oleh Al-Fattah Mart tidak sembarangan, apabila terdapat makanan atau minuman yang membahayakan atau menimbulkan penyakit maka akan diberhentikan terlebih dahulu, seperti pada kasus awal corona, dimana semua titipan minuman gelas dan botol seperti thai tea, jus buah diberhentikan terlebih dahulu agar konsumen terutama para santri tidak sampai batuk dan sakit, hal itu meminimalisir terjadinya penyakit”

Dari informasi diatas dapat disimpulkan bahwa minimarket Al-Fattah Mart menjual produk yang memiliki sertifikasi halal dan BPOM. Adanya kedua sertifikasi tersebut dapat meminimalisir dari produk yang haram maupun syubhat, selain itu minimarket Al-Fattah Mart juga melarang menjual produk yang membahayakan atau yang menimbulkan penyakit.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Analisis Etika Bisnis Islam di Minimarket Al-Fattah Mart

Minimarket Al-Fattah Mart merupakan bisnis ritel yang menyanggah nama syariah dibuktikan dengan kegiatan operasional kerja yang Islami. Kegiatan operasional minimarket Al-Fattah Mart sesuai dengan prinsip

agama Islam yang berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadist. Bisnis ritel syariah harus mampu menerapkan etika bisnis secara Islami salah satunya meliputi etika ketauhidan, kejujuran, pelayanan, kehalalan produk, berpakaian, dan bekerja sama.

Minimarket Al-Fattah Mart merupakan salah satu minimarket syariah yang berlokasi di Gesing, Banjarsari, Kecamatan Buduran, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur, minimarket ini berdiri dengan menerapkan prinsip syariah sehingga Al-Fattah Mart harus menerapkan etika bisnis Islam dalam operasional kerjanya. Peneliti akan memaparkan penerapan etika bisnis Islam pada setiap aktivitas bisnis minimarket Al-Fattah Mart.

1) Etika Ketauhidan

a. Ibadah Sholat

Dari hasil penelitian yang diperoleh dengan wawancara dan observasi lapangan bahwa minimarket Al-Fattah Mart telah menerapkan etika dalam menerapkan konsep tauhid. Hal tersebut dapat dilihat dari peraturan mengenai kewajiban dalam melaksanakan ibadah sholat berjamaah, dimana ketika memasuki adzan sholat maka toko akan ditutup dan pegawai melaksanakan ibadah sholat jamaah di masjid pondok. Memberikan waktu kepada pegawai untuk melaksanakan ibadah sholat dengan tepat waktu merupakan salah satu poin lebih yang didapat oleh Al-Fattah Mart, hal itu sesuai dengan surat Q.S Al-Baqarah ayat 110 yang artinya

“Dan dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat. Dan kebaikan apa saja yang kamu usahakan bagi dirimu, tentu kamu akan mendapatkan pahalanya pada sisi Allah. Sesungguhnya Allah maha melihat apa-apa yang kamu kerjakan.” (Q.S. Al-Baqarah:110)

Kebijakan tersebut sudah berlaku sejak berdirinya Al-Fattah Mart, dengan kebijakan tersebut pegawai Al-Fattah Mart tidak takut untuk ketinggalan sholat jamaah setiap harinya dan tidak takut lalai dalam menajalankan ibadah kerja.

b. Briefing dan Berdoa

Dari hasil wawancara dengan informan menyatakan bahwa seluruh karyawan selalu melaksanakan doa dan briefing sebelum bekerja dan senantiasa saling mengingatkan dalam kebaikan. Kegiatan tersebut dilaksanakan setiap hari di toko bagi pegawai Al-Fattah Mart. Hal itu sesuai dengan firman Allah SWT pada surat Al-Qashas ayat 77

وَابْتَغِ فِيمَا أْتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Artinya:

“Dan carilah (pahala) negeri akhirat dengan apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia dan berbuatlah baik (kepada orang lain), sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu dan janganlah kau berbuat kerusakan di bumi. sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berbuat kerusakan”

Ayat diatas menjelaskan bahwa seseorang harus

menyeimbangkan urusan duniawi dan akhiratnya yakni dengan cara berusaha sekuat tenaga dan pikiran untuk memperoleh harta duniawi dengan cara bekerja dan tetap melaksanakan kewajiban ibadahnya, sehingga Al-Fattah Mart telah menerapkan etika bisnis secara ketauhidan untuk para pegawainya. Dalam kitab Ihya Ulumuddin Jilid 3 juga dijelaskan bahwa seseorang harus bisa menyeimbangkan antara urusan duniawi dengan akhiratnya, sehingga seseorang tidak diperbolehkan terlalu berlebihan di duniawi dan berlebihan di akhirat.

2) Etika Dalam Berpakaian

Dari hasil penelitian yang diperoleh dengan wawancara dan observasi lapangan bahwa minimarket Al-Fattah Mart memiliki kriteria untuk pakaian yang harus digunakan oleh pegawainya, dimana seragam Al-Fattah Mart hanya digunakan di pagi hari dan dipadukan dengan kerudung lebar untuk pegawai wanita dan peci untuk pegawai laki-laki. Memakai pakaian bebas diperbolehkan setelah shift pagi dan harus menggunakan gamis atau rok lebar dan kerudung lebar untuk pegawai wanita dan kemeja serta peci untuk pegawai laki-laki. Peraturan tersebut sesuai dengan firman Allah SWT pada surat Al-Ahzab ayat 59:

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ
مِنْ جَلْبَابِهِنَّ ذَلِكُمْ أَذْنَىٰ أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذِينَ ۗ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا

“Hai nabi, katakanlah kepada isteri-isterimu, anak-anak perempuanmu dan isteri-isteri orang mukmin: “Hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka” yang demikian itu

supaya mereka lebih mudah untuk dikenal, karena itu mereka tidak diganggu dan Allah adalah maha pengampun lagi maha penyayang”

Dalam kitab atau hadist dijelaskan bahwa etika berpakaian yang baik dan tidak berlebihan menjadi identitas bagi seorang muslim, hal ini sesuai dengan penjelasan Nabi Muhammad SAW berikut:

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ عَمْرٍ وَبْنِ الْعَاصِ قُل: رَأَى رَسُولَ اللَّهِ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: عَلِيَّ تَوْبِيَّيْنِ مَعْصِفَيْنِ، فَقُل: إِنَّ هَذِهِ مِنْ ثِيَابِ الْكُفَّارِ فَلَا تَلْبَسْنَهَا. (رواه مسلم)

“Abdullah bin Amr bin Al-Ash berkata: ‘Rasulullah SAW, melihat aku mengenakan dua pakaian yang keduanya bercelup kuning. Maka, beliau berkata, “ sesungguhnya ini termasuk pakaian orang-orang kafir, maka janganlah engkau memakainya.” (HR Muslim).(Hakim, 1997)

Dari ayat Al-Qur’an dan hadist diatas, Maka seorang muslim harus menunjukkan identitas kemuslimannya dari cara berpakaianya, dengan menutup aurat pada tubuhnya, selain itu bekerja dengan memakai pakaian sopan dan syar’i bisa mengurangi timbulnya syahwat orang lain.

Etika berpakaian juga harus dilakukan oleh jamaah atau sales yang berkunjung ke minimarket Al-Fattah Mart. Untuk jamaah yang akan menitipkan produknya diwajibkan untuk menutup auratnya begitu pula dengan sales yang harus memakai penutup kepala seperti jilbab atau selendang serta atasan dan bawahan panjang. Upaya itu dianggap sebagai rasa menghargai para sesepuh, ustad-ustadzah serta

para santri pondok pesantren Al-Fattah Sidoarjo.

Kebijakan berpakaian sopan dan syar'i sudah seharusnya diterapkan di bisnis yang menerapkan prinsip syariah, selain sebagai bukti bahwa bisnis tersebut telah melaksanakan kegiatan bisnisnya berlandaskan dengan Al-Qur'an dan Hadist juga sebagai adab dari seorang muslim dan muslimah serta menjaga diri dari dosa mengumbar aurat. Hal tersebut sesuai dengan jurnal berjudul etika dan estetika busana kerja bahwa berpakaian yang sopan memiliki peran penting dalam kehidupan, karena dengan cara berpakaian manusia dapat menunjukkan pribadi individu, gaya hidup, lingkungan, budaya dalam masyarakat. Dari sini dapat disimpulkan bahwa pegawai minimarket Al-Fattah Mart telah menerapkan cara berpakaian yang sopan, syar'i dan serasi dilingkungan kerja.

3) Kehalalan Produk

Minimarket Al-Fattah Mart dalam menyediakan produk penjualannya telah memerhatikan produk yang berlabelkan halal. Produk yang akan diperjualbelikan harus terlihat jelas kehalalannya, hal itu dibuktikan dengan adanya sertifikasi halal dan BPOM. jika terdapat produk yang tidak mencantumkan sertifikasi halal dalam kemasannya maka akan dimintai keterangan kehalalannya, karena jika tidak terdapat label halalnya maka status produk tersebut menjadi syubhat karena terjadinya keragu-raguan. Sesuai dengan firman Allah

SWT, yang mewajibkan hambanya untuk memakan dan minuman yang halal dalam surat QS. Al-Baqarah (2) ayat 172 sebagai berikut:

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

“Wahai orang-orang yang beriman! Makanlah dari rezeki yang baik yang kami berikan kepada kamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika kamu menyembah hanya kepadanya.”

Ayat diatas menjelaskan bahwa makanan yang dimakan oleh manusia hendaklah yang baik dan bersih, bukan makanan yang kotor dan dapat merusak manusia baik secara fisik maupun akal nya, dan manusia harus senantiasa untuk bersyukur kepada Allah SWT atas limpahan rezeki yang telah diberikan kepada hambanya.

Salah satu jurnal yang berjudul etika bisnis dalam perspektif Islam menjelaskan bahwa dalam berbisnis hendaklah tidak menjualbelikan produk yang bathil, yang bisa merusak diri, seperti minuman beralkohol dan memabukkan, rokok, makanan yang mengandung babi dan barang haram lainnya. Hal itu telah diterapkan oleh minimarket Al-Fattah Mart dimana minuman beralkohol memabukkan, rokok, makanan mengandung babi tidak diperjual belikan di toko ini bahkan untuk parfum saja hanya diperjualbelikan oleh warga sekitar dan santri putra saja untuk santri putri tidak diperbolehkan agar tidak menimbulkan kebathilan. Memiliki label dan sertifikasi halal saja yang bisa masuk di Al-Fattah Mart, hal itu dilakukan untuk menciptakan minimarket yang berbasis syariah.

Al-Fattah Mart juga melakukan seleksi dalam menerima titipan produk baik makanan, minuman atau produk lainnya dari pihak sekitar. Untuk meminimalisir keragu-raguan, untuk saat ini Al-Fattah Mart hanya menerima produk dari para ustad-ustadzah pondok pesantren Al-Fattah dan jamaah sendiri, hal ini dikarenakan pihak Al-Fattah Mart mempercayai bahwa produk-produk tersebut terbuat dari bahan yang halal dan tidak membahayakan konsumen. Dalam buku yang berjudul etika bisnis dalam Islam karya Dr. Ika Yunia bahwa salah satu suksenya etika dalam berbisnis yakni menanamkan bibit-bibit kepercayaan antar pelaku bisnis, jika antar pelaku bisnis tidak menanamkan sifat kepercayaan maka etika dalam bisnisnya akan tidak berjalan dengan baik. Oleh karena itu agar etika bisnis yang ada pada Al-Fattah Mart berjalan dengan baik maka Al-Fattah Mart hanya menerima produk titipan dari pihak sendiri.

Al-Fattah Mart melakukan pemeriksaan kembali produk yang dijualnya, tanpa pandang bulu apabila terdapat produk yang tidak ada sertifikasi labelnya dan menimbulkan keburukan maka Al-Fattah Mart akan menghentikan penjualan produk tersebut. Seperti yang dijelaskan dalam hasil wawancara dengan Ibu Sri, Al-Fattah Mart telah menghentikan penjualan dari produk coklat Dairy Milk, hal itu dikarenakan terdapat isu tentang kehalalan produk tersebut, Al-Fattah Mart akan menghentikan penjualannya sampai menemukan info tervalid terkait kehalalan. Tindak Injut yang dilakukan oleh Al-Fattah

Mart sangat tepat dan cepat, sehingga kepercayaan konsumen tentang kehalalan produk dari Al-Fattah Mart bisa dipercaya.

4) Etika Dalam Pengambilan Keuntungan dan Transparansi Harga

Dalam menentukan harga jual produk, Al-Fattah Mart mengambil keuntungan yang tidak terlalu banyak. Keuntungan atau *margin* yang ditentukan sesuai dengan syariat Islam. Hal ini agar ketika mengambil keuntungan tidak menimbulkan riba, karena riba adalah sesuatu yang dilarang di agama Islam. Produk-produk yang dijual oleh Al-Fattah Mart dapat dikatakan murah dengan kualitas yang tidak murahan. Hal ini dijelaskan oleh Bapak Dawud selaku kepala minimarket Al-Fattah Mart:

“Awal mula berdirinya Al-Fattah Mart hanya mengambil keuntungan sebesar 1% per pcs di setiap produk, namun pengambilan keuntungan tersebut hanya berjalan sekitar 2 bulan. Hal tersebut tidak bisa bertahan lama karena dengan keuntungan sebesar itu tidak bisa menutupi biaya operasional yang ada seperti gaji karyawan, biaya listrik, biaya kebersihan dan lain sebagainya. Agar bisa menutupi segala kekurangan yang ada maka, Al-Fattah Mart mengambil keuntungan disetiap produknya berbeda-beda, untuk produk minuman kemasan Al-Fattah Mart mengambil keuntungan lebih banyak karena minuman kemasan butuh pendingin dan pendingin sendiri menggunakan listrik, berbeda pula pengambilan keuntungan produk makanan kecil atau snack yang mengambil keuntungan sekitar 10%

saja setiap pcs nya serta pengambilan keuntungan sebesar 15% untuk produk alat tulis. Pengambilan keuntungan untuk produk sembako kurang lebih sekitar 3-5 ribuan per pcs nya, begitu pula dengan produk kosmetiknya yang mengambil keuntungan sekitar 3-5 ribuan/pcs. Pengambilan keuntungan itu bukan sekedar mengambil untung saja namun juga mencari keberkahan dan keridhoan Allah SWT.”

Dapat disimpulkan bahwa dalam mengambil keuntungan minimarket Al-Fattah Mart tidak sembarangan, pengambilan keuntungan disesuaikan dengan kebutuhan dari produk itu sendiri, seperti minuman kemasan maka pengambilan keuntungannya lebih banyak dibanding dengan produk lainnya, hal itu dikarenakan minuman kemasan membutuhkan lemari pendingin dan listrik. Berbanding terbalik dengan pengambilan keuntungan dari snack atau makanan ringan, Al-Fattah Mart hanya mengambil sekitar 10% /pcs saja keuntungannya karena snack tidak membutuhkan lemari pendingin ataupun lainnya sehingga tidak menambah biaya operasional toko. Begitupula dengan produk sembako, pengambilan keuntungan sekitar 3-5ribu/pcs. Minimarket Al-Fattah mengambil keuntungan disetiap produknya berbeda-beda disesuaikan dengan kebutuhan dari produk itu sendiri, pengambilan keuntungan semata-mata untuk memenuhi kebutuhan operasional dari Al-Fattah Mart itu sendiri, selain itu bisnis ini tidak mengambil keuntungan semata

namun juga mengharapkan ridho Allah SWT. Dari sini dapat diketahui bahwa dalam pengambilan keuntungan, Al-Fattah Mart tidak sembarangan, ada banyak bahan pertimbangan yang harus difikirkan terlebih dahulu sebelum menentukan harga.

Al-Fattah Mart memiliki sedikit kekurangan dalam transparansi harga, dimana dalam setiap produk yang di *display* tidak terdapat label harga atau *ticket price*, padahal dengan adanya label harga tersebut akan memberikan kemudahan bagi konsumen yang berbelanja dan bisa mengira-ngira total belanjanya. Setelah melakukan wawancara dengan pihak Al-Fattah Mart maka dapat diketahui bahwa memang tidak terdapat label harga di setiap produk, walaupun terdapat label harga itu terjadi jika produk tersebut dalam masa diskon. Jika tidak terdapat diskon pada produk tersebut maka label harga tidak akan ditemukan di produk tersebut.

5) Etika Dalam Memberikan Pelayanan

Minimarket Al-Fattah Mart selalu memberikan pelayanan terbaiknya untuk konsumen. Semua konsumen mendapatkan pelayanan yang sama tanpa membeda-bedakan, karena Al-Fattah Mart memiliki prinsip bahwa konsumen itu sama dan tidak ada bedanya. Selain itu pegawai Al-Fattah Mart melayani dengan sabar, cepat, detail dan benar sehingga konsumen tidak menunggu terlalu lama dan tidak adanya kekecewaan yang dirasakan konsumen, karena bagi Al-Fattah Mart kepuasan konsumen merupakan prioritas bagi Al-Fattah

Mart.

Prinsip yang diterapkan oleh pegawai minimarket Al-Fattah Mart dalam aspek memberikan pelayanan kepada konsumen, sebisa mungkin pegawai memberikan pelayanan terbaiknya. Dalam praktiknya minimarket Al-Fattah Mart selalu menerapkan 3S (Senyum, Salam dan Sapa) dalam melayani konsumen, hal tersebut sesuai dengan pernyataan dari Bapak Dawud selaku kepala minimarket:

"Kenyamanan, kesenangan, kepuasan dalam berbelanja sudah menjadi prioritas bagi kami, salah satu yang bisa kami lakukan yaitu memberikan 3S ini. Selain itu juga kami juga menyediakan beberapa fasilitas seperti keranjang belanja, mesin EDC, kursi dan lain sebagainya, dan juga kami melayani konsumen sesuai dengan antrian yg berlaku, sehingga tidak ada yang merasa dirugikan"

Nabi Muhammad SAW bersabda "Allah merahmati seseorang yang ramah dan toleran dalam berbisnis" (H.R. Bukhori dan Tarmizi)

Dalam konteks bisnis bisa direfleksikan sikap ramah dengan memberikan senyuman kepada konsumen atau berkata ramah, sopan kemudian melayani dengan sepenuh hati, sehingga akan menyebabkan kesejukan hati para konsumen. Dengan memberikan keramahan dan pelayanan terbaik mungkin akan membuat konsumen menjadi berlangganan dan akan menguntungkan bisnis di masa yang akan datang. Memiliki fasilitas yang memadai juga akan menjadi

bahan pertimbangan konsumen, seperti halnya minimarket Al-Fattah Mart yang memiliki beberapa fasilitas seperti adanya mesin EDC, kursi, AC, keranjang belanja dan lain sebagainya. Dalam kesehariannya Al-Fattah Mart telah memberikan pelayanan terbaiknya kepada konsumen, hal tersebut sesuai dengan pernyataan dari buku yang berjudul etika bisnis Islam terkait dengan etika dalam melayani konsumen.

Al-Fattah Mart hanya memiliki satu toilet saja yang terletak dibelakang toko, dengan hanya memiliki satu toilet saja dan tidak ada pembeda antara toilet pria dan wanita sedikit mengurangi kenyamanan dari pihak konsumen, selain itu keranjang yang dimiliki oleh Al-Fattah Mart juga kurang hal itu dikarenakan keranjang yang dimiliki hanya 5 buah saja sedangkan kapasitas toko sekitar 8-10 konsumen. Namun dalam melayani konsumen, minimarket ini memberikan pelayanan terbaiknya dan tanpa pandang bulu pembelinya.

6) Etika Dalam Menjalani Kerjasama

Minimarket Al-Fattah Mart menerima beberapa produk UMKM dari warga sekitar, produk yang dititipkan harus sesuai dengan kriteria yang ada yaitu halal, higienis, berkemasan, dan juga memiliki harga yang terjangkau. Al-Fattah Mart juga membatasi produk yang dititipkan hanya 50 pcs/jamaah.

Dalam bekerjasama diharapkan sama-sama memberikan keuntungan dari kedua belah pihak, keuntungan yang didapatkan harus sudah dirundingkan sehingga suatu hari nanti tidak ada perselisihan dan kecurangan. Selain itu dalam bekerja sama dibutuhkan rasa saling percaya dan kejujuran dari kedua belah pihak, apabila tidak ada tase percaya dan kejujuran dalam suatu hubungan bisnis maka sangat memungkinkan terjadinya perselisihan, kecurigaan, kecurangan sehingga lebih banyak pikiran negatif atau suudzhon dibandingkan pikiran husnudzonnya. Dalam kesehariannya Al-Fattah Mart telah bekerja sama dengan beberapa pihak dan hingga saat ini rasa percaya dan kejujuran antara pihak minimarket dengan pihak lainnya tetap ada sehingga hal itu meminimalisir hal-hal yang tidak diinginkan.

4.3.2 Etika Bisnis Islam Pemikiran Imam Al-Ghazali

1) Menyeimbangkan Antara Pasar Duniawi dan Akhirat

Rasulullah SAW mengajarkan kepada umatnya agar dalam menjalani kehidupan haruslah pintar dalam membagi waktu antara urusan duniawi dan akhirat. Dunia memang sangat berarti untuk manusia karena dunia merupakan ladang menuju akhirat, dimana di dunia lah manusia bisa menanam dan investasi bekal untuk dibawa di akhirat kelak. Mencari nafkah untuk memenuhi kebutuhan sehari hari merupakan salah satu urusan duniawi yang menjadi bekal diakhirat kelak.

Dalam pemikiran terkait etika bisnis Islam, Imam Al-Ghazali memiliki harapan kepada pelaku bisnis untuk tidak melalaikan kewajiban shalat hanya karena urusan duniawi. Hal itu telah diterapkan oleh minimarket Al-Fattah Mart bahwa kesibukan dalam menjalankan aktivitasnya tidak menghalangi untuk mengingat Allah SWT, pihak Al-Fattah Mart selalu mendahulukan kewajiban shalat berjamaahnya dengan para santri dan pegawai pondok pesantren dibanding membuka toko.

Kewajiban mendahulukan urusan duniawi didukung penuh oleh Al-Fattah Mart dengan dibuktikan jam operasional toko, dimana ketika memasuki waktu shalat maka toko akan ditutup dan akan dibuka kembali setelah melaksanakan ibadah shalat berjamaah. Uniknya Al-Fattah Mart ini pada jam operasionalnya terdapat empat shift, pergantian shift ini ditandai dengan waktunya masuk shalat fardhu seperti contoh pergantian shift pagi dan siang ditandai dengan masuknya waktu shalat dhuhur. Al-Fattah Mart menjunjung tinggi urusan akhirat para pegawainya, selain menjalankan shalat fardhu berjama'ah.

Dari analisis diatas dapat diketahui bahwa urusan akhirat memanglah penting, namun urusan duniawi juga tidak kalah penting. Ibadah seperti shalat, mengaji, berdzikir, bersedekah, merupakan keharusan begitu pula dengan bekerja untuk memenuhi kebutuhan keluarga juga merupakan suatu kewajiban, keduanya harus saling

melengkapi dan tidak bias berat sebelah. Beribadah memang diwajibkan dan tidak ada alasan untuk meninggalkan apalagi jika hanya alasan bekerja, sehingga manusia wajib untuk membagi waktu antara urusan duniawi dan akhirat.

2) Tidak Serakah dan Ambisius dalam Mengambil Keuntungan

Etika bisnis merupakan salah satu upaya menghindari adanya praktek-praktek ekonomi yang melenceng seperti monopoli, oligopoly, korupsi, riba, penipuan, kecurangan dan lain sebagainya. Adanya etika bisnis Islam dalam aktivitas bisnis akan meminimalisir adanya perilaku yang menghalalkan segala cara dalam memperoleh keuntungan. Keuntungan itu sendiri bukan hanya agar bisnis tersebut masih bias bertahan melainkan juga dapat menghidupi karyawan-karyawan bahkan pada taraf tingkat hidup yang lebih baik.

Dalam kitab Ihya Ulumuddin, Imam Al-Ghazali melarang kepada pelaku bisnis untuk rakus dan serakah dalam mengambil keuntungan. Hal itu telah diterapkan di minimarket Al-Fattah Mart dimana dalam mereka tidak mengambil keuntungan dengan besar, mereka tidak rakus dan serakah dalam mengambil keuntungan. Mereka hanya mengambil keuntungan seperlunya yang bisa menutup biaya operasional dan biaya lainnya agar Minimarket ini masih bisa beroperasi. Minimarket Al-Fattah menjalankan bisnisnya berlandaskan Al-Qur'an dan Hadist sehingga dalam menjalankan aktivitas ini juga mengharapkan ridho dari sang pencipta.

Menurut Imam Al-Ghazali hendaklah para pebisnis tidak melakukan kecurangan, kebohongan dan pemalsuan produk. Selain itu, menurut beliau seorang pebisnis hendaklah mengambil keuntungan sesuai dengan kebutuhan atau porsinya.

Pengambilan keuntungan yang dilakukan oleh Al-Fattah Mart bertujuan agar minimarket ini bisa beroperasi dengan baik. Pengambilan keuntungan di setiap jenis produk pun akan berbeda tidak disamaratakan. Perbedaan pengambilan keuntungan juga tergantung dari kebutuhan dari produk itu sendiri apakah masih memerlukan biaya lainnya atau tidak, jika tidak maka pengambilan keuntungan tidak banyak dan seperlunya saja.

Pada produk minuman berkemasan, Al-Fattah Mart cukup mengambil keuntungan yang sangat besar sekitar 20%, mengambil keuntungan sebesar itu bukan semena-mena karena ingin mendapatkan keuntungan yang banyak namun minuman berkemasan membutuhkan suatu mesin pendingin yang mana mesin pendingin membutuhkan suatu listrik dan listrik membutuhkan biaya. Akan berbanding terbalik dengan keuntungan yang diambil dari makanan kecil atau snack, pengambilan keuntungan snack tidak banyak atau hanya sedikit saja karena dalam penataanya makanan snack tidak menguras biaya operasional, karena snack hanya perlu di tata di tempat yang di sediakan. Terdapat juga produk sembako, alat tulis skincare dan lain sebagainya, produk-produk tersebut merupakan

produk yang tidak cepat habis sehingga konsumen juga tidak membeli barang tersebut dalam waktu yang sangat berdekatan sehingga keuntungan yang diambil dari produk-produk tersebut sekitar 3-5 ribu/pcs.

Al-Fattah Mart juga memiliki produk titipan dari para jama'ah sekitar dan keluarga dari para ustad-ustadzah, pengambilan keuntungan pada setiap produs sekitar 500/pcs, karena produk tersebut merupakan barang titipan maka produk yang tidak laku akan dikembalikan ke pemilik/penjual dan Al-Fattah Mart tidak mengambil keuntungan sepersen pun dari produk yang tidak laku dan mengambil keuntungan dari produk yang laku saja. Dari penjelasan diatas maka dalam penerapannya Al-Fattah Mart tidak ambis dan serakah dalam mengambil keuntungan.

3) Menjauhi Barang yang Haram dan Syubhat

Dalam kitab Ihya Ulumuddin, Iman Al-Ghazali menyarankan untuk menjauhi segala sesuatu yang haram dan syubhat, selain mematuhi fatwa ulama namun juga harus melibatkan hati nurani agar terhindar dari barang yang meragukan dan haram.

Al-Fattah Mart sendiri tidak menjualbelikan barang barang yang haram dan syubhat seperti minuman beralkohol memabukkan, rokok, vape dan barang tajam lainnya. Rokok memang masih diperbolehkan untuk diperjual belikan di Indonesia dan hukumnya makruh namun rokok merupakan salah satu barang yang bisa menghancurkan badan

sehingga Al-Fattah Mart tidak menjual barang tersebut selain itu, lokasi Al-Fattah Mart masih dalam lingkup Pesantren yang sangat tegas melarang santri untuk merokok. Oleh karena itu Al-Fattah Mart tidak menjual produk semacam rokok dan vape.

Minuman beralkohol merupakan minuman yang diharamkan dan memberikan efek memabukkan bagi peminumnya. Minuman alkohol juga merupakan salah satu minuman yang dapat merusak tubuh manusia dan dapat merugikan manusia terutama apabila terkena efek mabuk. Al-Fattah Mart sendiri tidak menjual produk minuman yang beralkohol karena minuman tersebut tidak layak untuk diperjualbelikan terutama dalam lingkungan pondok pesantren, minuman tersebut juga tidak memiliki label halal dari MUI sehingga sudah dipastikan tidak bisa masuk di Minimarket Al-Fattah Mart.

Untuk menjaga kehalalan dari produk-produk yang dijual, Al-Fattah Mart mewajibkan barang yang masuk harus memiliki label halal dari MUI dan terdapat no BPOM. Bahkan untuk produk skincare saja apabila tidak terdapat no BPOM nya maka tidak bisa diperjualbelikan di Al-Fattah Mart. Untuk produk parfum sendiri Al-Fattah Mart hanya menjual kepada santri pria dan konsumen saja sedangkan untuk santriwati tidak diperbolehkan membeli parfum, karena takut menimbulkan syahwat.

Al-Fattah Mart dalam aktivitas bisnisnya juga menerima produk titipan dari jama'ah maupun keluarga dari ustad-ustadzah pondok

pesantren Al-Fattah berupa kue basah, nasi bungkus, keripik, jus buah, *thai tea* dan lain sebagainya. Al-Fattah Mart lebih memilih untuk menerima produk titipan dari jama'ah dan keluarga pondok saja agar meminimalisir dari produk yang syubhat ataupun haram, karena produk titipan tersebut merupakan produk *homemade* sehingga tidak terdapat label halal dan BPOM nya. Al-Fattah Mart mempercayai bahwa produk titipan yang diterima merupakan produk yang diolah dari bahan yang halal dan tidak mengandung bahan yang haram seperti minyak babi.

Hasil dari wawancara dengan bu Wiwin selaku pramuniaga Al-Fattah Mart juga mengatakan bahwa produk-produk yang masuk pasti melalui *crosscheck* dari pihak yayasan, apabila produk tersebut ternyata tidak diperbolehkan diperjual belikan maka Al-Fattah Mart akan menyetop dan tidak mengambil produk itu lagi. Contoh pada saat covid-19, Al-Fattah Mart tidak menjual produk minuman dan titipan minuman dari jamaah maupun keluarga ustad-ustadzah pondok Al-Fattah, agar meminimalisir terjadinya penyebaran covid-19 karena covid-19 itu terjadi bermula dari batuk dan pilek.

Dapat disimpulkan bahwa Al-Fattah Mart menjauhi barang yang haram dan syubhat untuk diperjualbelikan di Al-Fattah Mart, sehingga barang yang jual 100% produk yang halal dan tidak meragukan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Dalam kesehariannya minimarket Al-Fattah Mart menjalankan aktivitas bisnisnya dengan menerapkan prinsip etika bisnisnya. Etika bisnis Islam yang diterapkan oleh minimarket Al-Fattah Mart ialah etika ketauhidan yang terdiri dari ibadah sholat dan briefing serta doa. Etika lain yang diterapkan adalah terkait dengan etika dalam berpakaian dimana pakaian yang digunakan oleh pegawai Al-Fattah Mart harus sopan dan syar'i. Al-Fattah Mart sangat memperhatikan kehalalan dari produknya sehingga produk yang dijual ataupun *display* harus memiliki sertifikasi halal dan BPOM. Salah satu etika yang penting dan harus diterapkan ialah etika dalam pengambilan keuntungan serta transparasi harga, selain itu etika yang diterapkan yakni melayani konsumen dengan sebaik-baiknya dimana minimarket ini memberika 3S dalam menyambut konsumen. Memiliki etika dalam menjalin kerjasama juga harus dilakukan, hal itu telah diterapkan oleh minimarket Al-Fattah Mart. Dari beberapa etika yang diterapkan miniamrket Al-Fattah Mart hampir menerapkan etika bisnis Islam dengan sempurna hanya saja dalam hal ketauhidan di ibadah sosial, pegawainya belum menerapkan dengan baik dalam setiap aktivitasnya, selain itu dalam transparasi harga juga belum diterapkan sehingga hal ini dapat mengurangi kenyamanan konsumen dalam

membeli di minimarket ini. Namun, selain hal tersebut minimarket Al-Fattah Mart ini telah menerapkan etika bisnis Islam dalam kesehariannya.

- 2) Etika bisnis Islam minimarket Al-Fattah Mart yang ditinjau dari pemikiran Al-Ghazali ialah terdapat tiga etika yaitu menyeimbangkan urusan duniawi dan akhirat, tidak serakah dalam pengambilan keuntungan dan juga menghindari produk yang haram dan syubhat. Dari ketiga etika menurut Al-Ghazali tersebut minimarket Al-Fattah Mart telah menerapkannya dalam kesehariannya, etika dalam menyeimbangkan urusan duniawi dan akhirat minimarket ini telah mendukung pegawainya untuk melaksanakan ibadah sholat tepat waktu dan berjamaah namun terkadang pegawai minimarket tersebut kurang kesadarannya, selain itu dalam pengambilan keuntungan minimarket ini menyesuaikan dengan kebutuhan dari produk itu sendiri dan juga minimarket ini menghindari sekali barang atau produk yang haram atau bahkan yang berstatus syubhat seperti rokok.

5.2 Saran

- 1) Bagi pihak minimarket Al-Fattah Mart yakni untuk memberikan *pricetag* atau lebel harga di setiap produk yang di *display* selain itu, juga untuk menambahkan keranjang belanjanya agar konsumen bisa menggunakan keranjang tersebut.
- 2) Bagi peneliti selanjutnya semoga lebih mengembangkan dan meneliti lebih lanjut serta dapat mewawancarai ketua yayasan dari pondok

pesantren Al-Fattah Mart ini agar bisa mendapatkan informasi dari sudut pandang ketua yayasan.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal, R. (2017). Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan 2020. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Agoes, S. (2014). *Etika Bisnis Dan Profesi*. Salemba Empat.
- Ahmad, M. (2001). *Etika Bisnis Dalam Islam*. Pustaka Al-Kautsar.
- Ainur, R. (2016). Etika Dan Moralitas Organisasi Pemerintah. *Wardah*, 16(2), 197-207.
- Ambarwati, D. (2014). Etika Yusuf Qardawi (Upaya Membangun Kesadaran Bisnis Beretika). *Jurnal Al Ishlah*, 4(1), 74-97.
- Amin, F. (2018). “Etika Bisnis Al-Ghazali” ., *UIN Bandung*, 1-8.
- Arijanto, A. (2011). *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*. PT Rajagrafindo Persada.
- Atho'illah, Y. (2016). Etika Bisnis Kaum Santri. *Akhlaq Muamalah*, 1, 1111.
- Azura, N. (2020a). *Bab III Pemahaman Dan Penerapan Etika Bisnis Islam Di Kalangan Pedagang Muslim Area Wisata Makam Bung Karno Kota Blitar*. 46-62.
- Azura, N. (2020b). *Pemahaman Dan Penerapan Etika Bisnis Islam Di Kalangan Pedagang Muslim Area Wisata Makam Bung Karno Kota Blitar*. 2507(February), 1-9.
- Badroen, F. (2007). *Etika Bisnis Dalam Islam* (2 Ed.). Kencana.
- Bandari, U. D. P. (2019). *Implementasi Marketing Mix Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam: Studi Pada Sakinah 212 Mart Wonorejo Surabaya*.
- Buchari, A. (2009). *Manajemen Bisnis Syariah*. Alfabeta.
- Bungin, M. B. (2003). *Analisis Data Penelitian Kualitatif Pemahaman Filosofi Dan Metolohi Ke Arah Penguasaan Model Aplikasi* (1 Ed.). Raja Grafindo Persada.
- Butarbutar, B. (2019). *Peranan Etika Bisnis Dalam Bisnis*. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(1 September), 1-9.
- Fauzi, R. (2019). Perilaku Pengusaha Bengkel Dalam Pelayanan Jasa Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam Kota Bengkulu. In *Skripsi, IAIN Bengkulu*. Institut Agama Islam Negeri Bengkulu.
- Ghazzali, I. Al. (1963). *Ihya Ulumuddin (Terjemahan)* (Hal. 1062). Hakim, C. (1997). *Kebebasan Wanita, Jilid 4* (Jilid 4). Gema Insani Press.
- Harahap, S. (2011). *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. Salemba Empat.
- Hasoloan, A. (2018). *Peranan Etika Bisnis Dalam Perusahaan Bisnis*. *Jurnal Warta*, 11(1), 1-5.
- Ibrahim, S. (2007). *Hukum Bisnis Dalam Persepsi Manusia Modern*. PT Refika Aditama.

- Ifan, Y. (2017). *Analisis Terhadap Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Pasar Tradisional Ngentrong Campurdarat Tulungagung)*. 32-41.
- Ika, F. R. (2020). *Implementasi Nilai -Nilai Etika Bisnis Pada Fif Nilai Etika Bisnis Pada Fif-Fa Hotel Malang Ditinjau Dari Pandangan Imam Al-Ghazali*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Konadi, K. (2020). *Etika Dalam Bisnis Konvensional Dan Bisnis Islam*.
- Kusnia, S. M. (2015). Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional Ngaliyan Semarang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. *Skripsi*, 2(2), 1-54.
- Mawardi, A. (2018). Etika Bisnis Dalam Perspektif Pemikiran Al Ghazali. *Mu'amalat: Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah Etika*, 10(2), 67-78.
- Miles, M. (1992). *Analisis Data Kualitatif, Terjemahan Rohendi Rohidi*. Universitas Indonesia.
- Muhayatsyah, A. (2020). Etika Bisnis Islam Dalam Perspektif Pemikiran Al Ghazali. *AT-TIJARAH*, 2(2), 84-104.
- Muslich. (2004). *Etika Bisnis Islami*. Ekonesia.
- Putriasih, S. (2018a). *Penerapan Etika Bisnis Islam Perspektif Al-Ghazali Pada Petani Kopi Di Koperasi Kebun Makmur Yogyakarta*.
- Putriasih, S. (2018b). Penerapan Etika Bisnis Islam Perspektif Al-Ghazali Pada Petani Kopi Di Koperasi Kebun Makmur Yogyakarta [Universitas Islam Indonesia Yogyakarta]. In *Universitas Islam Indonesia* (Vol. 11, Nomor 1).
- Rafidah. (2020). *Perilaku Pedagang Sayut-Mayur Di Pasar Sentral Pinrang (Analisis Etika Bisnis Islam)*. 2507(February), 1-9.
- Rivai, V. (2014). *The Economic Of Education Mengelola Pendidikan Secara Profesional Untuk Meraih Mutu Dengan Pendekatan Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Romadona, W. S. B., & Ulfi, I. (2021). Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako Di Desa Jumbleng Indramayu. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 6(3), 65.
- Rostyaningrum, I. (2021). *Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Perdagangan Bawang Merah Di Pasar Kedungbanteng Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo*.
- Salim, A. (2018). Analisis Pemahaman Dan Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang Pengepul Barang Bekas Di Kota Palembang Amir. *Islamic Banking*, 4(1), 58-60.
- Santoso, F. M. . (2001). *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Muhammadiyah University Press.
- Sidqi Amalia Izzati. (2015). *Penerapan Etika Bisnis Islam Di Boombu Hot Resto*

Tegal. 1-99.

- Sopingi, I. (2016). Etika Bisnis Menurut Al-Ghazali: Telaah Kitab Ihya' ' Ulum Al-Din. *Iqtishoduna*, 10(2), 142-148.
- Subandi, B. (2000). *Bisnis Sebagai Strategi Islam*. Paramedia.
- Sugiono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan R&D* (19 Ed.). Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2005). *Prinsip-Prinsip Total Quality Servis*. C.V Andi Offset.
- Ulya, R. (2020). Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako Di Pasar Angso Duo Baru Kota Jambi. *Akrab Juara*, 5(1), 43-54.
- Umar, H. (2000). *Business An Introduction*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Wiratna, S. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Pustakabarupress.
- Zamzam, F. (2020). *ETIKA BISNIS ISLAM SENI BERBASIS KEBERKAHAN*. CV. Budi Utomo.
- Zulham, A. (2021). *Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako Dipasar Desa Pulau Palas*.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A