

**PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP
KEMAJUAN BISNIS PRODUK *FASHION* MUSLIMAH PADA
TOKO KARITA GAYA MUSLIM MUDA SURABAYA**

SKRIPSI

Oleh

AULIA ROMA DONA

NIM: 08040421125



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

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

2024

PERNYATAAN

Saya, Aulia Roma Dona, 08040421125, 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 (plagiarism) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di 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 Pustaka.
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 UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, *Jumat, 13 Desember 2024*



Aulia Roma Dona

NIM. 08040421125

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI/MUNAQSAH

Surabaya, 11 Desember 2024

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing,



Dr. Imroatul Azizah, M.Ag
NIP. 197308112005012003

LEMBAR PENGESAHAN

PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP KEMAJUAN BISNIS PRODUK FASHION MUSLIMAH PADA TOKO KARITA GAYA MUSLIM MUDA SURABAYA

Oleh

Aulia Roma Dona

NIM: 08040421125

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 24 Desember 2024
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji

1. Dr. Hj. Imroatul Azizah M.Ag
197308112005012003
(Penguji 1)
2. Dr. Lilik Rahmawati. S.Si., M.El
198106062009012008
(Penguji 2)
3. Dr. Mazro'atus Sa'adah, M.Ag
197708272005012002
(Penguji 3)
4. Mohammad Dliyaul Muflihini, S.E.I., M.E
199401052023211020
(Penguji 4)

Tanda Tangan



.....

.....

.....

.....

Surabaya, 24 Desember 2024

Dekan,



Dr. Saiful Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.
197005142000031001



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

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

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

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

Nama : Aulia Roma Dona
NIM : 08040421125
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
E-mail address : auliaromadona27@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 :

PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP KEMAJUAN BISNIS PRODUK FASHION MUSLIMAH
PADA TOKO KARITA GAYA MUSLIM MUDA SURABAYA

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, 28 Februari 2024

Penulis

(Aulia Roma Dona)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan etika bisnis Islam di Toko Karita Gaya Muslim Muda Surabaya serta dampaknya pada kemajuan bisnis *fashion* muslimah. Fokusnya adalah integrasi prinsip tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebajikan dalam operasi bisnis untuk memahami pengaruhnya terhadap keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis. Studi ini menilai aspek pemasaran, manajemen sumber daya manusia, hukum, sosial, dan finansial sebagai indikator kemajuan bisnis berbasis syariah.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan dokumentasi. Data primer diperoleh dari manajer, karyawan, dan konsumen Toko Karita, sedangkan data sekunder berasal dari literatur terkait etika bisnis Islam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Karita telah berhasil menerapkan lima aksioma etika bisnis Islam. Prinsip tauhid melalui penyediaan fasilitas ibadah dan kebijakan yang mendukung spiritualis. Keseimbangan diwujudkan melalui penetapan harga yang adil. Kehendak bebas memungkinkan fleksibilitas karyawan dalam prosedur kerja, sedangkan prinsip tanggung jawab dan kebajikan diterapkan melalui pelayanan ramah, informatif, dan fokus pada kepuasan pelanggan. Penerapan etika bisnis Islam berdampak positif terhadap berbagai aspek bisnis, terlihat pada peningkatan loyalitas pelanggan, reputasi bisnis, kepercayaan konsumen, motivasi karyawan, praktik etis juga mendukung kualitas produk, kepatuhan terhadap hukum, program CSR mendukung hubungan dengan masyarakat meskipun masih terbatas pada momen tertentu seperti bulan Ramadhan. Dari aspek finansial, meskipun terdapat fluktuasi volume penjualan dan kurang transparansi dalam pelaporan modal dan pendapatan, penerapan etika bisnis Islam tetap menjadi pondasi penting bagi keberlanjutan bisnis dalam menghadapi persaingan pasar.

Disarankan agar Toko Karita memperkuat implementasi etika bisnis Islam dengan meningkatkan pelatihan karyawan terkait etika bisnis, memperluas program tanggung jawab sosial, dan mengadopsi sistem transparansi harga yang lebih baik. Langkah ini diharapkan dapat meningkatkan keberlanjutan bisnis dan memberikan dampak positif bagi masyarakat.

Kata kunci: Etika Bisnis Islam, Kemajuan Bisnis, *Fashion* Muslimah.

ABSTRACT

This study aims to determine the implementation of Islamic business ethics at Toko Karita Gaya Muslim Muda Surabaya and its impact on the progress of the Muslim fashion business. The focus is on the integration of the principles of monotheism, balance, free will, responsibility, and virtue in business operations to understand their influence on business sustainability and growth. This study assesses aspects of marketing, human resource management, law, social, and finance as indicators of the progress of sharia-based businesses.

The research method used is a qualitative approach with data collection techniques through in-depth interviews, field observations, and documentation. Primary data were obtained from managers, employees, and consumers of Toko Karita, while secondary data came from literature related to Islamic business ethics.

The results of the study indicate that Karita has succeeded in implementing five axioms of Islamic business ethics. The principle of monotheism through the provision of worship facilities and policies that support spiritualists. Balance is realized through fair pricing. Free will allows employee flexibility in work procedures, while the principles of responsibility and virtue are applied through friendly, informative service and a focus on customer satisfaction. The implementation of Islamic business ethics has a positive impact on various aspects of business, seen in increasing customer loyalty, business reputation, consumer trust, employee motivation, ethical practices also support product quality, compliance with the law, CSR programs support relations with the community although still limited to certain moments such as the month of Ramadan. From a financial aspect, despite fluctuations in sales volume and lack of transparency in reporting capital and income, the application of Islamic business ethics remains an important foundation for business sustainability in facing market competition.

It is recommended that Toko Karita strengthen the implementation of Islamic business ethics by increasing employee training related to business ethics, expanding social responsibility programs, and adopting a better price transparency system. This step is expected to improve business sustainability and have a positive impact on society.

Keywords: Islamic Business Ethics, Business Progress, Muslimah Fashion.

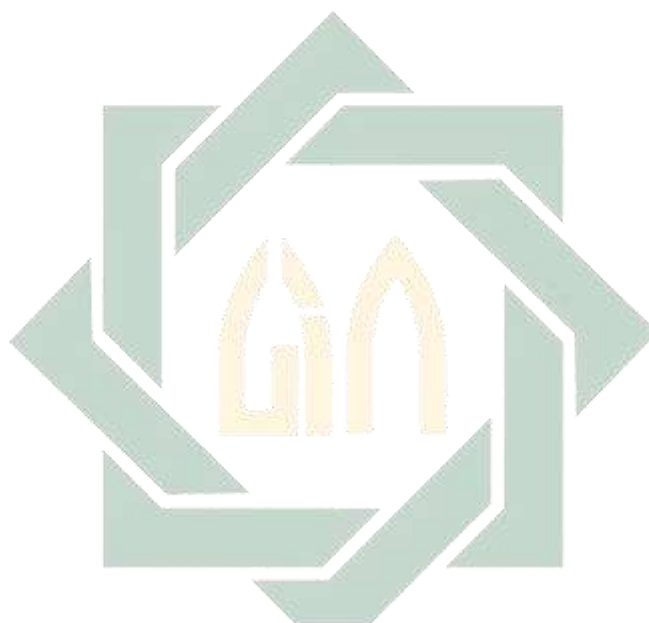
DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI/MUNAQOSAH	iii
LEMBAR PENGESAHAN	v
PERNYATAAN	vi
DECLARATION	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
TRANSLITERASI	xii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi dan Batasan Masalah.....	11
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	11
1.2.2 Batasan Masalah	12
1.3 Rumusan Masalah	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
BAB II LANDASAN TEORI	15
2.1 Tinjauan Teoritis	15
2.1.1 Konsep Etika Bisnis Islam.....	15
2.1.2 Indikator Kemajuan Bisnis	26
2.2 Penelitian Terdahulu.....	33
2.3 Kerangka Konseptual	41
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Jenis Penelitian	44
3.2 Tempat atau Lokasi Penelitian	45

3.3 Sumber Data	45
3.3.1 Data Primer	45
3.3.2 Data Sekunder	46
3.4 Teknik Pengumpulan Data	46
3.5 Teknik Analisis Data	51
3.5.1 Reduksi Data	51
3.5.2 Penyajian Data	52
3.5.3 Penarikan Kesimpulan	52
3.6 Teknik Keabsahan Data	53
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	55
4.1.1 Profil Karita Gaya Muslim Muda	55
4.1.2 Struktur Organisasi Karita Gaya Muslim Muda Surabaya	57
4.1.3 Produk dan Fasilitas Karita Gaya Muslim Muda	58
4.2 Hasil Penelitian	59
4.2.1 Penerapan Etika Bisnis Islam pada Toko Karita Gaya Muslim Muda Surabaya	59
4.2.2 Dampak Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Kemajuan Bisnis Produk <i>Fashion</i> Muslimah pada Toko Karita Gaya Muslim Muda Surabaya	77
4.3 Hasil Pembahasan	96
4.3.1 Penerapan Etika Bisnis Islam pada Toko Karita Gaya Muslim Muda Surabaya	96
4.3.2 Dampak Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Kemajuan Bisnis Produk <i>Fashion</i> Muslimah pada Toko Karita Gaya Muslim Muda Surabaya	100
BAB V KESIMPULAN	106
5.1 Kesimpulan	106
5.2 Saran	107
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN	109

DAFTAR TABEL

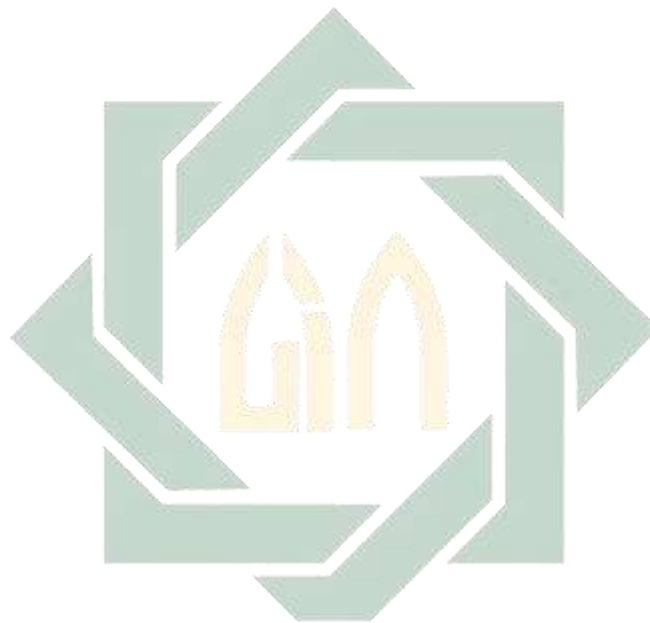
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3. 1 Informan Penelitian.....	48
Tabel 4. 1 Jumlah Tenaga Kerja Karita Surabaya.....	85
Tabel 4. 2 Volume Struk Penjualan Periode 2020-2024.....	93
Tabel 4. 3 Jumlah Konsumen yang Berbelanja Periode 2020-2024	94



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

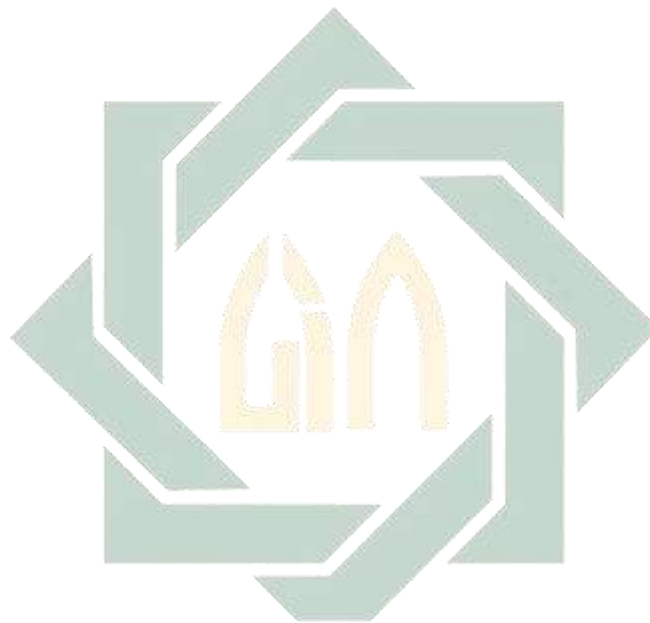
Gambar 1. 1 SGIER 2023 Global Ranking in Fashion	4
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	41
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Karita Surabaya.....	57



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian	112
Lampiran 2 Daftar Pertanyaan Wawancara	113
Lampiran 3 Dokumentasi.....	137
Lampiran 4 Lembar Persetujuan Judul	139
Lampiran 5 Hasil Cek Plagiasi.....	140
Lampiran 6 Biodata Peneliti	141



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (Issue 112, pp. 148–151). CV. Syakir Media Press.
- Aini, S. N., Romaisyah, L., & Agustin, R. (2023). Analysis of the Digital Marketing Mix on the Mikhayla_Shop Account Reviewed from the Perspective of Islamic Business Ethics. *El-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)*, 13(2), 144–157. <https://doi.org/10.15642/elqist.2023.13.2.144-157>
- Alfan, M. (2011). *Filsafat Etika Islam* (pp. 20–21). Pustaka Setia.
- Amalina, N., Wani, A. R., & Lestari, D. (2022). Analisis Fashion Muslim Di Era Millennial Dalam Perspektif Islam. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 1(3), 2–9.
- Amri, T. Syahril Daoed, M., & Nasution. (2021). *Studi Kelayakan Bisnis: Teori dan Aplikasi Keuangan dalam Bisnis* (p. 114). Undhar Press.
- Arifin, J. (2009). *Etika Bisnis Islam* (p. 76). Walisongo Press.
- Aziz, A. (2013). *Etika Bisnis Perspektif Islam : Implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha* (pp. 46–47). Alfabeta.
- Camelia, K. (2022). *Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis Pesantren Berbasis Minimarket (Studi Pada Toko Basmalah Cabang Krampyangan Kota Pasuruan)*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Emawati. (2007). *Analisis Kelayakan Finansial Industri Tahu (Studi Kasus: Usaha Dagang Tahu Bintaro, Kabupaten Tangerang, Profinsi Banten)*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Fauzia, I. Y. (2014). *Etika Bisnis Dalam Islam* (p. 87). Kencana.
- H.Rifa'i, A. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Antasari Press.
- Harahap, S. (2018). *Studi Kelayakan Bisnis: Pendekatan Integratif* (pp. 114–115). FEBI UIN-SU Press.
- Hardani, D. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif* (p. 137). CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Hendra K, Joni, Abdul Wahid, dan H. R. (2018). *Etika Bisnis Islam* (pp. 62–65). Manggu Makmur Tanjung Lestari.
- Ihsan, R. N. (2019). *Studi Kelayakan Bisnis (Business Feasibility Study)* (pp. 200–201). CV. Manhaji Medan.
- Imam Al Bukhari. (2010). Shahih Bukhari. *Da'wah Rights*, 1(1–1138), 500.
- Kementrian Agama. (2019). *Kementerian Agama Al-Qur'an dan Terjemahnya* (p. 112).

- Kementerian Agama, S. A. (2018). Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahannya. In *Komplek Percetakan Al Qur'anul Karim Kepunyaan Raja Fahd* (p. 1281).
- Linjanari, A. (2023). *Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Pemasaran Online Melalui Grabfood Terhadap Peningkatan Omzet Usaha Kuliner (Studi Pada Usaha Kuliner Grabfood Partner Kabupaten Magetan)* [Institut Agama Islam Negeri Ponorogo].
http://etheses.iainponorogo.ac.id/id/eprint/25551%0Ahttp://etheses.iainponorogo.ac.id/25551/1/AYU_LINJANARI_401190233_E_THESIS.pdf
- Martono, N. (2015). *Metode Penelitian Sosial* (p. 65). PT. Raja Grafindo Persada.
- Muhammad. (2004). *Etika Bisnis Islami* (p. 54). Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN,.
- Nadia Ulfa, Z. M. N. (2022). *Etika Bisnis Islam pada Kewirausahaan dalam Memajukan Pelaku UMKM*. 2(1), 329–336.
<https://www.penerbitadm.com/index.php/JER/article/download/716/1234>
- Nanik Ermawati, & Hidayanti, A. N. (2022). *Studi Kelayakan Bisnis* (p. 194). Badan Penerbit Universitas Muria Kudus.
- Naqvi, S. N. H. (1985). *Etika dan Ilmu Ekonomi Suatu Sintesis Alami* (pp. 77–86). Mizan.
- Nawawi, I. (2012). *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer* (p. 14). Ghalia Indonesia.
- Noor, H. F. (2007). *Ekonomi Manajerial* (p. 397). Raja Grafindo Persada.
- observasi Karita Surabaya, pada tanggal 19 September 2024*. (n.d.).
- Penyusun, T. (2008). *Kamus Bahasa Indonesia* (p. 208). Departemen Pendidikan Nasional.
- Philip Kotler, K. L. K. (2016). *Marketing Manajemen; 15 Global Edition*. Pearson Education, Inc.
- Prihanto, H. (2018). *Etika Bisnis dan Profesi* (p. 303). PT. Raja Grafindo Persada.
- Profil Karita, diakses pada tanggal 4 November 2024*. (n.d.).
<https://asridinislami.blogspot.com/2014/02/profil-karita.html?m=1>
- Purwanto, E. (2020). *Pengantar Bisnis Era Revolusi Industri 4.0*. Sasanti Institute.
- Raco. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, Dan Keunggulannya*. In *PT Grasindo* (p. 112). t PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Riyanti, D. (2003). *Kewirausahaan Dari Sudut Pandang Psikologi Kepribadian* (p. 28). Grasindo.
- Rokamah, R. (2018). *al-Qawaid al-Fiqhiyyah Kaidah-kaidah Pengembang Hukum*

- Islam* (p. 53). STAIN PO Press.
- Sari, I. D. O., & Rahmawati, L. (2022). Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam UMKM Olahan Laut. *Al-Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 10(2), 55–68.
- SGIER. (2023). State of the Global Islamic Economy Report. In *DinarStandard* (pp. 65–66). <https://haladinar.io/hdn/doc/report2018.pdf>
- Shofiyah, Z., & Faishol, M. (2024). Korelasi Aksioma Etika Islam Dengan Perilaku Ekonomi Islam (Perspektif Syed Nawab Haider Naqvi). ... *Ekonomi Dan Bisnis Syariah*", 6(1), 14–26.
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sulistiyawati. (2023). *Buku Ajar Metode Penelitian Kualitatif* (p. 104). K-Media.
- Sumar'in, dkk. (2024). The Impact of Islamic Business Ethics on the Profits of Muslim Traders in the City of Sambas, Indonesia. *Iqtishoduna: Jurnal Ekonomi Islam*, 13(1), 153–174. <https://doi.org/10.54471/iqtishoduna.v13i1.2388>
- Suryana. (2003). *Kewirausahaan : pedoman praktis, kiat dan proses menuju sukses* (p. 85). Salemba Empat.
- T. Syahril Daoed, M. A., & Nasution. (2021). *Studi Kelayakan Bisnis (Teori dan Aplikasi Keuangan Dalam Bisnis)* (p. 51). Undhar Press.
- Umar, H. (2003). *Studi Kelayakan Bisnis: Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis secara Komperhensif, Ed ke-2* (p. 115). Gramedia Pustaka Utama.
- Wigati, S. (2021). *Pemasaran Perspektif Ekonomi Islam 5.0* (p. 1). Global Aksara Pres.
- Yosephus, L. S. (2010). *Etika Bisnis Pendekatan Filsafat Moral terhadap Perilaku Pebisnis Kontemporer* (pp. 6–7). Yayasan Pustaka Obor Indonesia.