

**ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM
DI NURUL HAYAT RETAIL SURABAYA**

SKRIPSI

Oleh

MUHAMMAD PRIA IMAM HIDAYAT

NIM : 08040422147



**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
TAHUN 2026**

PERNYATAAN

Saya, Muhammad Pria Imam Hidayat, 08040422147, 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 saya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 18 Februari 2026



Muhammad Pria Imam Hidayat
NIM. 08040422147

LEMBAR PERSETUJUAN

Surabaya, 18 Februari 2026

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing,



Ahmadun Najah, M.H.I.
197709152005011004

LEMBAR PENGESAHAN
ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM
DI NURUL HAYAT RETAIL

Oleh:
Muhammad Pria Imam Hidayat
NIM: 08040422147

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 10 Maret
2026 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji:

Tanda Tangan:

1. Ahmadun Najah, M.H.I.
NIP. 197709152005011004
(Pembimbing)
2. Dr. Lilik Rahmawati, S.Si., M.E.I
NIP. 198106062009012008
(Penguji 1)
3. Dimyati, M.E.I.
NIP. 197708262005011006
(Penguji 2)
4. Siti Kalimah, M.Sy
NIP. 198707272022032001
(Penguji 3)

Handwritten signatures of the four members of the Review Board, each on a dotted line.



Surabaya, 10 Maret 2026

Dekan,

Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.
NIP. 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 : Muhammad Pria Imam Hidayat
NIM : 08040422147
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
E-mail address : 08040422147@student.uinsby.ac.id

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 PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM

DI NURUL HAYAT RETAIL 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, 07 April 2026

Penulis

(Muhammad Pria Imam Hidayat)

ABSTRAK

Bisnis ritel modern rentan mengabaikan etika demi profit. Berbeda dengan itu, Nurul Hayat Retail (NHR) Surabaya hadir menerapkan model ritel filantropi berbasis syariat. Penelitian ini bertujuan menganalisis penerapan etika bisnis Islam berdasarkan empat prinsip Rafik Issa Beekun di NHR, serta mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat implementasinya di lapangan.

Penelitian kualitatif (studi kasus) ini mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Keabsahan data dipastikan melalui teknik triangulasi guna membandingkan kesesuaian antara Standar Operasional Prosedur (SOP), pemahaman karyawan, dan kondisi riil operasional. Triangulasi ini secara khusus ditujukan untuk menemukan kesenjangan (*gap*) antara idealisme aturan tertulis dengan realitas kapasitas manusiawi.

Hasil penelitian menunjukkan NHR telah mengimplementasikan keempat prinsip Beekun. Prinsip *Tauhid* diwujudkan dengan menutup kasir saat azan; *Keadilan* dan *Tanggung Jawab* dijaga oleh divisi *Quality Assurance* (QA); serta *Ihsan* diwujudkan melalui alokasi laba untuk panti asuhan. Namun, hasil triangulasi mengungkap dua hambatan utama: (1) kerentanan objektivitas rekrutmen SDM dari jalur kekerabatan tanpa seleksi ibadah ketat yang berisiko melemahkan *Tauhid*; dan (2) kelelahan fisik karyawan pada jam sibuk (*peak hours*) yang mengubah pelayanan menjadi murni mekanis, sehingga menghambat implementasi *Ihsan*.

Merujuk pada temuan tersebut, manajemen NHR disarankan melakukan antisipasi pada dua aspek. Pertama, menetapkan standar seleksi rekrutmen SDM yang ketat terkait kedisiplinan shalat untuk mencegah bias subjektivitas kekerabatan. Kedua, menyusun strategi operasional saat jam sibuk, misalnya dengan menambah personel *part-time* atau mengoptimalkan antrian. Langkah ini penting agar karyawan tetap bugar dan konsisten menerapkan nilai *Ihsan*.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Nurul Hayat Retail, Rafik Issa Beekun.

<http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/>

ABSTRACT

Modern retail businesses are vulnerable to ignoring ethics for the sake of profit. In contrast, Nurul Hayat Retail (NHR) Surabaya is present by implementing a sharia-based philanthropic retail model. This research aims to analyze the implementation of Islamic business ethics based on the four principles of Rafik Issa Beekun at NHR, as well as to identify the supporting and inhibiting factors for its implementation in the field.

This qualitative research (case study) collected data through observation, interviews, and documentation. The validity of the data was ensured through a triangulation technique to compare the conformity between Standard Operating Procedures (SOP), employee understanding, and actual operational conditions. This triangulation was specifically aimed at finding the gap between the idealism of written rules and the reality of human capacity.

The results showed that NHR has implemented the four principles of Beekun. The principle of Tawhid (Unity) is manifested by closing the cashier during the call to prayer; Equilibrium (Justice) and Responsibility are maintained by the Quality Assurance (QA) division; and Benevolence (Ihsan) is realized through the allocation of profits for orphanages. However, the triangulation results revealed two main obstacles: (1) the vulnerability of objective HR recruitment through kinship paths without strict religious assessment, which risks weakening Tawhid; and (2) the physical fatigue of employees during peak hours, which transforms services to be purely mechanical, thereby inhibiting the implementation of Ihsan.

Referring to these findings, NHR management is advised to take anticipatory measures in two aspects. First, establishing strict HR recruitment selection standards related to prayer discipline to prevent kinship subjectivity bias. Second, devising operational strategies during peak hours, for instance, by adding part-time personnel or optimizing queues. This step is crucial to ensure employees remain fit and consistently apply the value of Ihsan.

Keywords. *Islamic Business Ethics, Nurul Hayat Retail, Rafik Issa Beekun.*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi dan Batasan Masalah.....	7
1.2.1 Identifikasi Masalah	7
1.2.2 Batasan masalah	8
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.5.2 Manfaat Praktis.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.2 Definisi Etika Bisnis Islam	12
2.1.2 Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam.....	17

<http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/>

2.1.3 Signifikansi Etika Bisnis Islam di dalam Usaha Ritel.....	28
2.2 Definisi Ritel	31
2.2.1 Ritel Dan Macam-Macamnya.....	31
2.2.2 Perkembangan Ritel di Indonesia.....	34
2.3 Penelitian Terdahulu.....	35
2.4 Kerangka Konseptual	39
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Jenis Penelitian.....	43
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	45
3.3 Sumber Data.....	46
3.3.1 Sumber data primer	48
3.3.2 Sumber Data Sekunder	48
3.4 Teknik Pengumpulan Data	49
3.4.1 Observasi.....	49
3.4.2 Wawancara.....	50
3.4.3 Studi Dokumen (Dokumentasi).....	52
3.5 Teknik Pengolahan Data.....	52
1.5.1 <i>Editing</i>	53
1.5.2 <i>organizing</i>	53
1.5.3 <i>coding</i>	54
1.5.4 penyusunan data terpilah	54
3.6 Teknik Analisis Data	55
3.6.1 Reduksi Data	55
3.6.2 Penyajian Data	56
3.6.3 Interpretasi	56

3.6.4 kesimpulan akhir	57
3.7 Keabsahan Data.....	57
BAB IV.....	59
HASIL DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Gambaran Umum Nurul Hayat Retail.....	59
4.1.1 Sejarah Singkat dan Berdirinya Nurul Hayat Retail.....	61
4.1.2 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	63
4.1.3 Sistem Operasional Nurul Hayat Retail	65
4.2 Hasil Penelitian	67
4.2.1 Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Operasional Nurul Hayat Retail Surabaya	68
4.2.2 Faktor Pendukung dan Penghambat Penerapan Etika Bisnis Islam di Nurul Hayat Retail Surabaya	77
4.3 Pembahasan.....	80
4.3.1 Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam di Nurul Hayat Retail Surabaya... 81	
4.3.2 Analisis Faktor Pendukung dan Penghambat Penerapan Etika Bisnis Islam	
90	
BAB V PENUTUP.....	97
5.1 Kesimpulan	97
5.2 Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	100
DAFTAR LAMPIRAN	105

<http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/>

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	35
--------------------------------------	----



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

<http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/>

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	40
Gambar 4. 1 Logo Nurul Hayat Retail.....	59
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi NHR.....	63



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

<http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/>

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, s. (2025). *Peran kejujuran dan transparansi dalam meningkatkan integritas bisnis syariah*. 2, 105.
- Anggi nur iftitah, & zakariya, n. A. (2025). Penerapan etika bisnis islam dalam transaksi jual beli di pasar tradisional. *Jurnal nuansa : publikasi ilmu manajemen dan ekonomi syariah*, 1(3), 110.
- Anita. (2020). Analisis etika bisnis islam terhadap strategi pemasaran pt. Toyota hadji kalla kota parepare. In *ssrn electronic journal* (vol. 1, nomor 1).
- Baso, f. A., sitorus, s. L., meilinda, v., anjani, s. A., rodriguez, m., kunci, k., channel, o., konsumen, p., & berkelanjutan, r. (2025). Analysis of omni channel strategy in digital retail on modern indonesian consumer behavior analisis strategi omni channel dalam ritel digital terhadap perilaku konsumen indonesia modern. *Adi bisnis digital interdisiplin (abdi jurnal)*, 6(1), 67.
- Beekun, r. I. (1997). *Islamic business ethics human development series no. 2* (nomor 2).
- Citriadin, y. (2020). Metode penelitian kualitatif (suatu pendekatan dasar). In *sanabil*.
- Dr. Ir. Bob foster, m. ., & drs. H. Muhamad deni johansyah, m.m marwondo, s.t., m. K. (2021). *Manajemen ritel di era pemasaran online penulis*.
- Dr. Umar sidiq, m.ag dr. Moh. Miftachul choiri, m. (2019). Metode penelitian kualitatif di bidang pendidikan. In *journal of chemical information and modeling* (vol. 53, nomor 9).
- Erwin munthe, m., & fitriyah, r. (2020). Pengelolaan etika bisnis islam di islamic retail store 212 mart cabang dumai (the management of islamic business ethics in 212 mart retail store dumai branch). *Jurnal a-qardh*, 5(1), 1–13.
- Fauzy, a, d. (2022). Metodologi penelitian: metodologi penelitian. *Rake sarasin, may*, 28.
- Fitri, i., yanti, a., febriani, f., bayulpa, d. O., safitri, m., & jamantya, d. (2024). *Konsep etika bisnis dan perilaku konsumen dalam perspektif ekonomi syariah introduction dalam perspektif ekonomi syariah , etika bisnis memainkan peran penting dalam menjamin kepuasan konsumen dan kesejahteraan masyarakat: Konsep etika bisnis islam berfo*. 2(1), 22.

- Ghusaain, n., & widyaningsih, b. (2022). Penerapan etika bisnis islam dalam industri perbankan syariah di indonesia. *Istismar*, 5(1), 11–18.
- Gita somantri. (2018). *Peranan etika bisnis dalam perusahaan bisnis*. 3.
- Harahap, a. S. (2022). Etika bisnis islam: study literatur. *Proceeding international seminar on islamic studies*, 3, 299.
- Harahap, r. Z. (2015). Etika islam dalam mengolah lingkungan hidup. *Jurnal adutech*, 1(1), 3.
- Hidayat, i. (2018). *Penerapan etika bisnis islam terhadap produksi rumahan jurusan ekonomi islam*. 74.
- Kaharuddin. (2021). *Kualitatif: ciri dan karakter sebagai metodologi*. 1x(april), 5.
- Kencara, p. K., & aulia rahman. (2024). Pengaruh penerapan prinsip etika bisnis islam terhadap kepuasan konsumen di swalayan al-baik kota tanjungpinang provinsi kepulauan riau. *Aghniya: jurnal ekonomi islam*, 6(1), 57.
- Khaira, m. (2022). *Analisis penerapan etika bisnis islam pada pt solusi bangun andalas lhoknga kabupaten aceh besar*. 8.5.2017, 60.
- Kurnia, b. ., & juliana, p. (2025). Etika bisnis islam dalam praktik usaha umkm: studi pada pelaku usaha kuliner halal. *Jurnal media akademik (jma)*, 3(7), 3.
- Luluk azizah. (2025). *Penerapan etika bisnis islam dalam pemasaran produk umkm kue kering di angel cookies* (nomor april).
- Maulidini, f. P. (2021). Analisis penerapan etika bisnis islam terhadap kemajuan bisnis koperasi syariah (studi pada 212 mart kendangsari surabaya). In *journal of physical therapy science* (vol. 9, nomor 1).
- Meliana, d., riswati, j., & astuti, d. (2025). Analisis perkembangan bisnis ritel di indonesia. *Journal of business economics and management*, 01(03), 237.
- Moleong, l. J. (2019). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remadja karya.
- Muhamad afifuddin nur, m. S. (2024). Pengolahan data. *Edu research indonesian institute for corporate learning and studies (iicls)*, 5(1), 165.
<http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/>
- Muhammad rijal fadli. (2008). Eksploitasi seksual komersial anak di indonesia.

- Medan, restu printing indonesia, hal.57, 21(1), 44.*
- Mursidah, u. (2022). Penerapan etika bisnis islam dalam transaksi jual beli di pasar tradisional: *el-mal: jurnal kajian ekonomi & bisnis islam*, 4(4), 110.
- Muthmainnah. (2019). Penerapan etika bisnis islam dalam transaksi jual beli pada pedagang di pasar tradisional peunayong banda aceh. *Repository ar-raniry*, 8(5), 97.
- Nilamsari, n. (2014). *Memahami studi dokumen dalam penelitian kualitatif*. 8(2), 178.
- Nisa, f. L. (2021). Tinjauan etika bisnis islam terhadap sharia compliance dan social impact pada homestay syariah di gayungan surabaya. *El-qist: journal of islamic economics and business (jieb)*, 11(1), 74.
- Nisa, k. (2025). Konsep amanah, ihsan, dan maslahah sebagai pilar manajemen sumber daya insani islam. *Jurnal penelitian nusantara*, 1(1), 61.
- Pramudya, a. (2025). *Mengenal klasifikasi bisnis ritel: jenis dan contohnya*.
- Pratiwi, u. N. (2022). Implementasi program pembinaan usaha ritel lokal terkait perhitungan laporan laba rugi pada dinas perindustrian dan perdagangan kabupaten sleman. In *new phytologist*.
- Pricillia, m. (2012). Mengkaji pentingnya etika dalam praktik bisnis pada pasar ritel modern. *Kajian ilmiah mahasiswa manajemen*, 1(6), 1.
- Riadi, m. (2021). *Pengertian, fungsi dan jenis penjualan eceran (ritel)*.
- Rifka alkhilyatul ma'rifat, i made suraharta, i. I. J. (2024). *Pengaruh penerapan etika bisnis islam terhadap kepuasan pelanggan pada toko riyadh store di banda aceh*. 2, 35.
- Rijali, a. (2018). *Pengolahan data*. 17(33), 86.
- Robert e. Stake. (1995). *The art of case study research*. Sage publications.
- Saifudin, marliati, hamdi agustin, & fahrial. (2022). Analisis penerapan etika bisnis islam dan loyalitas konsumen pada pedagang komoditas pangan di pasar cik puan kota pekanbaru. *Syarikat: jurnal rumpun ekonomi syariah*. 5(1), 213.
<http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/>
- Sekar sari, n. (2025). Peran etika bisnis dalam meningkatkan kepercayaan konsumen

dalam perspektif syariah. *Jurnal manajemen bisnis syariah*, 2(1), 549.

Setiawan, f., & sirajul, a. (2020). The ethno-ethics of tanean lanjheng: business ethos construction of a madurese muslim family. *Lisan al-hal: jurnal pengembangan pemikiran dan kebudayaan*, 14(1), 177.

Shabrina az-zahra, w. Q. Dan b. H. (2024). Implementasi nilai-nilai etika bisnis islam dalam praktik bisnis pada market place shopee. *Jambura economic education journal*, 6(1), 114.

Shafira, r. W. O. (2022). Penerapan etika bisnis islam pada perilaku pedagang kaki lima (pkl). In *new phytologist* (vol. 51, nomor 1).

Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan r & D*. 2013.

Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kualitatif (untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif)*.

Syariffudin, & syahputri, e. F. (2017). Kesesuaian timbangan dalam perspektif ekonomi islam studi penjual beras di pasar sungguminasa kabupaten gowa. *Jurnal hukum dan ekonomi syariah*, 07, 239.

Tandiyah, l. (2021). Penerapan etika bisnis islam di toko busana muslim rabbani cabang Palembang. In *skripsi*.

Thursina. (2019). *Pengaruh penerapan etika bisnis islam terhadap kepuasan pelanggan pada toko riyadh store di banda aceh*.

Waluya, a. H., arifin, s., yasid, a., & ritonga, i. (2022). *Etika konsumsi dalam perspektif maqāṣ id al- sharī ' ah*. 8(03), 2536–2544.

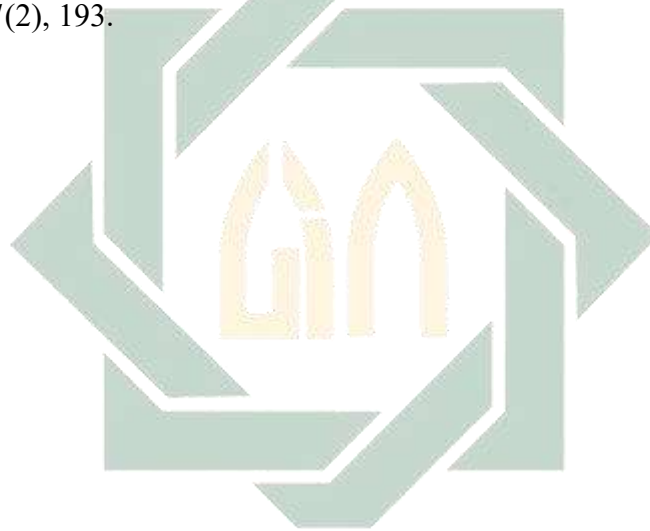
Wardani, y. M., & ridlwan, a. A. (2022). Penerapan etika bisnis islam dalam membangun loyalitas pelanggan pada pt. Tanjung abadi. *Jesi (jurnal ekonomi syariah indonesia)*, 12(1), 37.

Wati, r., & dini, i. G. (2025). Analisis penerapan etika bisnis islam dalam melakukan transaksi di pasar tradisional studi kasus di pasar pagi prumdam kota bengkulu. *Dinamika: jurnal manajemen sosial ekonomi*, 5(1), 4.

Wayan dian irmayani, n., riyanto wujarso, m., julyanthry, m., & marto silalahi, m. (2022). *Buku ajar supply chain management (in retail setting)* penerbit cv.eureka media aksara.

Wulandari, a. T. (2021). Analisis penerapan etika bisnis islam pada perilaku pedagang sembako di pasar dolopo madiun. *Skripsi*, 87.

Yustanto, g. D., putri, a. C., claudia, s. C., candra, a., nurrohim, a., yustanto, g. D., sadewa, a. V., saputra, a. E., putri, a. C., claudia, c., candra, a., & nurrohim, a. (2024). *Etika bisnis dalam islam : pedoman sukses dengan kejujuran dan keadilan*. 1(2), 193.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A