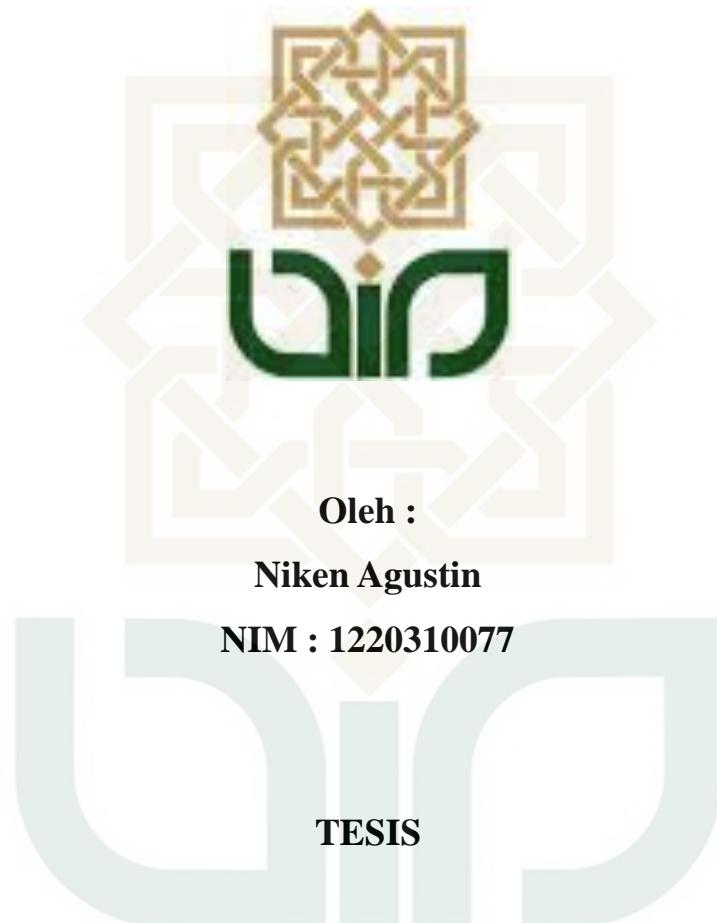


**IMPLEMENTASI NORMA-NORMA ETIKA BISNIS SYARIAH  
PADA PAMELLA SWALAYAN DI DIY  
DITINJAU DARI ETIKA BISNIS PERSPEKTIF AL-GHAZALI**



**Diajukan Kepada Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga  
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Magister Studi Islam**

**YOGYAKARTA**

**2014**

## **PERNYATAAN KEASLIAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Niken Agustin  
Nim : 1220310077  
Jenjang : Magister  
Program Studi : Hukum Islam  
Konsentrasi : Hukum Bisnis Syariah

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian / karya saya sendiri, kecuali pada bagian yang dirujuk dari sumbernya.

Yogyakarta, 13 September 2014

Saya yang menyatakan,



Niken Agustin  
NIM : 1220310077

## **PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Niken Agustin  
NIM : 1220310077  
Jenjang : Magister  
Program Studi : Hukum Islam  
Konsentrasi : Hukum Bisnis Syariah

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah benar-benar bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai ketentuan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 13 Agustus 2014

Saya yang menyatakan,





KEMENTERIAN AGAMA  
UIN SUNAN KALIJAGA  
PASCASARJANA  
YOGYAKARTA

## PENGESAHAN

Tesis berjudul	:	IMPLEMENTASI NILAI-NILAI SYARIAH PADA PAMELLA SWALAYAN DI DIY DITINJAU DARI ETIKA BISNIS PERSPEKTIF AL-GHAZALI
Nama	:	Niken Agustin
NIM	:	1220310077
Program Studi	:	Hukum Islam
Konsentrasi	:	Hukum Bisnis Syari`ah
Tanggal Ujian	:	05 Desember 2014

Telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister Studi Islam (M.S.I.).

Yogyakarta, 05 Januari 2015



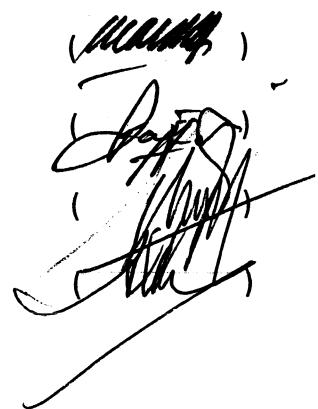
## **PERSETUJUAN TIM PENGUJI UJIAN TESIS**

Tesis berjudul : IMPLEMENTASI NILAI-NILAI SYARIAH PADA PAMELLA SWALAYAN DI DIY DITINJAU DARI ETIKA BISNIS PERSPEKTIF AL-GHAZALI

Nama : Niken Agustin  
NIM : 1220310077  
Program Studi : Hukum Islam  
Konsentrasi : Hukum Bisnis Syari`ah

telah disetujui tim penguji ujian munaqosah

Ketua : Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, S.Ag., M.Ag.  
Sekretaris : Drs. Kholid Zulfa, M.Si.  
Pembimbing/Penguji : Prof. Dr. H. Syamsul Anwar, M.A.  
Penguji : Prof. Dr. H. Abd. Salam Arief, M.A.



diuji di Yogyakarta pada tanggal 05 Desember 2014

Waktu : 10.30-11.30  
Hasil/Nilai : A  
Predikat Kelulusan : Memuaskan / Sangat Memuaskan / Cum Laude\*

\* Coret yang tidak perlu

## **NOTA DINAS PEMBIMBING**

Kepada Yth.

Direktur Program Pascasarjana

UIN Sunan Kalijaga

Yogyakarta

*Assalamu'alaikum wr. Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul :

### **IMPLEMENTASI NILAI-NILAI SYARIAH PADA PAMELLA SWALAYAN DI DIY DITINJAU DARI ETIKA BISNIS PERSPEKTIF AL-GHAZALI**

Yang ditulis oleh :

Nama	:	Niken Agustin
NIM	:	1220310077
Program studi	:	Hukum Islam
Konsentrasi	:	Hukum Bisnis Syariah

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada program pascasarjana UIN sunan Kalijaga untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister Studi Islam.

*Wassalamu 'alaikum wr. Wb*

Yogyakarta, 28 Oktober 2014  
Pembimbing,

Prof. Dr. H. Syamsul Anwar, M.A

## **ABSTRAK**

Tesis ini mengkaji implementasi nilai-nilai syariah pada Pamella Swalayan di DIY dengan menggunakan pendekatan dari aspek etika bisnis perspektif al-Ghazali. Alasan memilih etika bisnis Perspektif Al Ghazali adalah karena (1) al-Ghazali dipandang sebagai tokoh besar yang memiliki peran penting dalam perkembangan dunia Islam; (2) Kitab Ihya Ulum as-Din adalah salah satu kitab karya Al-Ghazali yang monumental dan hingga saat ini masih menjadi acuan kajian teori Hukum Islam, dimana salah satu bahasannya adalah mengenai Etika Bisnis yang terdapat dalam kitab Adab al-Kasb wa al-Ma'asy ; (3) Masalah etika dalam berbisnis sangat diperlukan oleh para pelaku bisnis ditengah kondisi perdagangan bebas seperti saat ini. Isu Etika bisnis nampaknya selalu berkembang dan seharusnya diimbangi dengan norma-norma yang sesuai dengan ajaran Islam.

Adapun alasan memilih Pamella Swalayan sebagai obyek penelitian adalah sebagai berikut, (1) Pamella Swalayan dinilai masyarakat sebagai swalayan syariah, dimana hal tersebut dilatarbelakangi oleh visi dan misi perusahaan yang ingin menjalankan bisnis yang islami dan dibuktikan dengan performa perusahaan yang lebih mengutamakan menjual produk-produk yang baik dan halal untuk dikonsumsi masyarakat, contohnya tidak menjual rokok dan minuman keras; (2) Ditengah persaingan minimarket hingga hypermarket yang kini semakin menjamur, Pamella Swalayan mampu bertahan dan memiliki 8 gerai swalayan yang tersebar di DIY. Disamping itu salah satu yang menjadi ciri khas di Pamella Swalayan ini adalah semua karyawannya adalah muslim.

Berdasarkan data ini penulis kemudian ingin menganalisa implementasi nilai-nilai syariah pada Pamella Swalayan di DIY dengan menggunakan etika bisnis perspektif al-Ghazali. Penulis ingin menganalisa antara teori tentang etika bisnis dengan praktek bisnis di lapangan saat ini. Mengenai pemikiran al-Ghazali, hal ini disebabkan Hal ini menimbulkan pertanyaan (1) Bagaimana implementasi nilai-nilai syariah pada Pamella Swalayan di DIY? (2) Bagaimana korelasi etika bisnis perspektif al-Ghazali dengan implementasi nilai-nilai syariah di Pamella Swalayan?

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI .....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN DIREKTUR .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI .....</b>	<b>v</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>ix</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>xi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xxii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xxv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan penelitian .....	9
D. Kajian Pustaka .....	9
E. Kerangka Teoritik .....	11
F. Metode Penelitian .....	27
G. Sistematika Pembahasan .....	29
<b>BAB II TINJAUAN UMUM ETIKA BISNIS PERSPEKTIF AL GHAZALI</b>	
A. Mengenal Imam Al Ghazali .....	30
1. Latar Belakang Kondisi Sosial dan Politik .....	30
2. Biografi Al Ghazali .....	33
3. Perjalanan Intelektual Al Ghazali .....	38

4. Karya-karya Imam Al Ghazali .....	39
B. Teori Etika Bisnis Al Ghazali .....	41
1. Pengertian Etika Bisnis Islam .....	41
2. Urgensi Etika Bisnis .....	45
3. Prinsip Etika Bisnis Islam .....	47
C. Norma dan Etika Bisnis Al Ghazali .....	49
1. Norma Halal dan Haram .....	49
a. Pengertian Halal dan Haram .....	49
b. Prinsip dan Keutamaan Halal dan Haram .....	51
c. Penerapan Norma Halal dan Haram dalam Etika Bisnis .....	56
2. Norma Keseimbangan ('Adl) .....	61
a. Pengertian Adil (Keadilan) .....	61
b. Prinsip dan Keutamaan Keadilan .....	63
c. Penerapan Norma Keadilan dalam Etika Bisnis .....	65
3. Norma Kejujuran .....	70
a. Pengertian Kejujuran .....	70
b. Keutamaan Kejujuran .....	70
c. Penerapan Norma Kejujuran dalam Etika Bisnis .....	73
4. Norma Kebaikan (Ihsan) .....	81
a. Pengertian Ihsan .....	81
b. Keutamaan Ihsan .....	84
c. Penerapan Norma Kebajikan (Ihsan) dalam Etika Bisnis .....	87

### **BAB III GAMBARAN UMUM PAMELLA SWALAYAN**

A. Sejarah Pendiri Dan Berdirinya Pamella Swalayan .....	92
B. Visi Dan Misi PamellaSwalayan .....	94
C. Perkembangan Bisnis Pamella Swalayan .....	95
1. Modal Usaha.....	95
2. Membuka Cabang .....	98
3. Peralihan Konsep Pelayanan Tradisional-Modern .....	100
4. Klasifikasi Barang Yang Dijual.....	101
5. Kriteria Khusus Karyawan Pamella Swalayan.....	103

6.	Struktur Organisasi Perusahaan.....	107
7.	Prinsip Pelayanan Terhadap Konsumen.....	109
8.	Menghadapi Persaingan Bisnis.....	110
9.	Tanggung Jawab Sosial.....	112

## **BAB IV ANALISA IMPLEMENTASI NILAI-NILAI SYARIAH DI PAMELLA SWALAYAN DALAM PERSPEKTIF AL-GHAZALI**

A.	Implementasi Norma Halal Haram di Pamella Swalayan .....	114
1.	Tinjauan Terhadap Modal Usaha .....	114
2.	Tinjauan Terhadap Barang Yang diperjualbelikan .....	116
B.	Implementasi Norma Keadilan di Pamella Swalayan.....	119
1.	Tinjauan Terhadap Pembayaran Barang kepada Supplier atau Pemasok .....	119
2.	Tinjauan Terhadap Usaha Perusahaan untuk Berlaku Baik dengan Karyawan, Mitra dan Supplier .....	120
3.	Tinjauan Terhadap Upaya Perusahaan Untuk Tidak Melakukan Praktek Monopoli .....	130
4.	Tinjauan Terhadap Ketepatan dalam Penimbangan Barang Curah, Buah, dan Sembako .....	131
C.	Implementasi Norma Kejujuran di Pamella Swalayan .....	132
1.	Tinjauan Terhadap Usaha Untuk Tidak Menyembunyikan Cacat Barang kepada Pembeli .....	132
2.	Tinjauan Terhadap Usaha Perusahaan Untuk Tidak Melakukan Praktek Penimbunan .....	133
3.	Tinjauan Terhadap Upaya Perusahaan Untuk Tidak Melipatgandakan Harga .....	134
4.	Tinjauan Terhadap Upaya Perusahaan Untuk Transparan, yaitu dengan Tidak Menyembunyikan Harga Kini .....	135
D.	Implementasi Norma Kebajikan (Ihsan) di Pamella Swalayan .....	137
1.	Tinjauan Terhadap Upaya untuk Mengambil Keuntungan Sedikit ..	137
2.	Tinjauan Terhadap Upaya Memberi Kelonggaran Waktu Bagi Mitra Perusahaan dalam Hal Pembayaran Hutang .....	138

3. Tinjauan Terhadap Upaya Perusahaan memberikan Kemudahan Bagi Mitra atau Pelanggan Tetap untuk Mendapat Harga Lebih Murah...	139
4. Tinjauan Terhadap Upaya Perusahaan untuk Menerima Kembali Barang Cacat yang Telah Dibeli yang disebabkan ketidaktahuan pembeli .....	139
5. Tinjauan Terhadap Upaya Perusahaan Untuk Membayar Hutang kepada Supplier Tepat Waktu .....	141
6. Tinjauan Terhadap Kebijakan Perusahaan Untuk tidak Menjual Barang Secara Kredit Demi Kemudahan Bersama .....	142
E. Korelasi Pemikiran Al Ghazali Dengan Praktek Bisnis di Pamella Swalayan .....	144

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	145
B. Saran .....	148

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	149
-----------------------------	-----

<b>DAFTAR TABEL</b> .....	153
---------------------------	-----

<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN</b>	
----------------------------	--



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Kemajuan di bidang perdagangan selama ini telah banyak membawa perkembangan yang pesat. Sejalan dengan itu banyak bermunculan perusahaan dagang yang bergerak di bidang perdagangan eceran atau retail yang berbentuk toko, supermarket, departemen store (toserba), pasar swalayan (supermarket) dan lain-lain. Hal ini menimbulkan persaingan bisnis di antara perusahaan tersebut. Bisnis retail seperti minimarket atau swalayan nampaknya memang cukup menjanjikan, karena seiring bertambahnya jumlah penduduk maka tingkat kebutuhan sehari-hari pun semakin meningkat. Oleh karenanya tidak heran jika banyak swalayan maupun hypermarket yang saling bersaing dalam memenuhi kebutuhan pelanggannya.Untuk memenangkan persaingan usaha tersebut, maka berbagai upaya dilakukan oleh tiap perusahaan. Misalnya dengan melakukan promosi yang menarik, pelayanan yang optimal, perluasan cabang dan sebagainya.

Saat ini persaingan bisnis retail seperti swalayan di Indonesia memang sangat ketat, khususnya di Yogyakarta dimana keberadaan swalayan, minimarket maupun hypermarket mulai menjamur keseluruh pelosok. Sebagai contoh munculnya franchise Indomaret dan Alfamat yangmulai membuka cabang-cabang di tempat strategis.

Mengenai perkembangan usaha ritel yang demikian pesat di Yogyakarta, Pamella Swalayan menganggap bahwa hal itu sebagai sesuatu yang wajar dan alami. Memang di kalangan pengusaha ritel lokal ada kekhawatiran bila maraknya pendirian hypermarket dan mall oleh pengusaha berskala nasional dan global akan mengganggu usaha ritel yang digeluti oleh pengusaha lokal.

Namun Pamella Swalayan yakin hal itu tidak akan terjadi. Terlebih dari pengalaman Pamella Swalayan dalam mengelola usaha swalayan selama ini. Pamella Swalayan pun sadar bahwa apapun usaha yang digeluti, bila ingin berhasil maka harus melalui tahapan-tahapan atau proses, bukan instant. Bila tahapan atau proses ini dilalui maka kedepannya akan berkembang menjadi usaha yang sehat.

Bagi Ibu Noor Liesnaini selaku pemilik Pamella Swalayan, memperhatikan norma-norma atau etika dalam berbisnis itu penting. Sebagaimana visi dan misi Pamella Swalayan yang ingin menjalankan bisnis yang Islami. Bisnis yang orientasinya tidak hanya pada dunia saja, melainkan juga akhirat kelak. Oleh karena itu Pamella Swalayan berusaha untuk berpegang pada syariat Islam dalam menjalankan bisnis retailnya.

Noor Liesnani Pamella mengatakan bahwa , “Bisnis yang baik menurut islam adalah bisnis yang barokah. Tidak ada yang namanya batasan kesuksesan karena sukses dunia itu relatif sedangkan sukses akhirat itu pasti”.<sup>1</sup> Pernyataan

---

<sup>1</sup> Dikutip dari hasil wawancara dengan Noor Liesnani Pamella, “*Bisnis Retail Pamella*”, 20 Maret 2014, Yogyakarta

tersebut menegaskan bahwa bisnis yang barokah itu adalah sarana untuk mencapai tujuan yaitu kesuksesan dunia dan akhirat. Berangkat dari visi misi tersebut, Pamella Swalayan kemudian memberlakukan berbagai aturan dan kebijakan bagi manajemennya. Salah satu tindak lanjutnya adalah dengan lebih berhati-hati dalam menjual produk untuk dikonsumsi masyarakat, harus jelas betul halal dan haramnya, baik dan tidaknya.

Sebagai contoh Pamella Swalayan ini adalah tidak dijualnya rokok dan alkohol seperti sebagaimana minimarket atau swalayan lainnya yang menjual produk tersebut. Pemilik swalayan ini pun tidak khawatir jika pelanggannya tidak sebanyak swalayan yang menjual produk tersebut.

Maka tidak heran jika banyak anggapan bahwa Pamella Swalayan ini adalah Swalayan Syariah. Seiring dengan trend label syariah yang sekarang kian menjamur di tengah masyarakat, sehingga muncul penilaian bahwa Pamella Swalayan ini juga merupakan Swalayan Syariah. Meskipun memang pada kenyataannya Pamella Swalayan tidak menambahkan kata syariah pada nama perusahaannya. Namun yang perlu digaris bawahi adalah Pamella Swalayan berusaha untuk menjalankan bisnis sesuai dengan syariat ajaran Islam.

Berdasarkan uraian diatas maka kita ketahui sekarang bahwa tingginya persaingan dalam bisnis tentunya memunculkan suatu dinamika baru bagi para pelaku bisnis. Berbagai upaya dilakukan oleh para pelaku bisnis agar perusahaannya mampu survive di tengah persaingan global saat ini. Namun kondisi ini nampaknya tidak semudah membalikkan telapak tangan, bisnis sangat

rentan dengan kecurangan, penipuan, kerugian finansial bahkan kerugian secara moril. Bisnis yang baik tentunya tidak hanya fokus pada pencapaian margin yang maksimal, namun juga harus memperhatikan aspek-aspek lain. Salah satunya adalah aspek etika bisnis.

Etika bisnis ini menjadi penting karena tanpa etika dan moral dalam bisnis, maka bisnis dapat merugikan orang lain seperti mitra bisnis dan konsumen pada umumnya. Etika bisnis menjadi penting karena tidak hanya difokuskan untuk pemenuhan profit semata bagi perusahaan tapi juga pemenuhan hak-hak atas konsumen dan lingkungan lainnya. Islam mengajarkan tentang etika bisnis sebagaimana dalam Al-Qur'an:

عَنْ تَحْرِرَةٍ تَكُونُ أَنِ الْآتِيَ الْبَطِلِ بَيْنَكُمْ أَمْوَالُكُمْ تَأْكُلُوا لَا إِمْنُونَ الَّذِينَ يَتَأْمُلُونَ  
وَرَحِيمًا بِكُمْ كَانَ اللَّهُ إِنَّ أَنفُسَكُمْ تَقْتُلُوا وَلَا مِنْكُمْ تَرَاضُ

” Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu ”.(QS.An Nisaa'[4] : 29)

Firman Allah:

﴿الشُّورُوا لِيَهُ زِقِهِ مِنْ وَكُلُّ أَمَانَكِهَا فَامْشُوا ذُلُّ الْأَرْضَ لَكُمْ جَعَلَ اللَّهُ هُوَ

15. Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, Maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezki-Nya. dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan. (Q.S. Al Mulk [67]: 15)

Firman Allah:

﴿تَشْكُرُونَ مَا قَلِيلًا مَعِيشَ فِيهَا الْكُمْ وَجَعَلْنَا الْأَرْضَ فِي مَكَّةَ كُمْ وَلَقَدْ

“Sesungguhnya Kami telah menempatkan kamu sekalian di muka bumi dan Kami adakan bagimu di muka bumi (sumber) penghidupan. Amat sedikitlah kamu bersyukur”.(QS Al A’raaf [7]: 10)

Firman Allah:

﴿تَعْمَرُ كَمَ الْأَرْضِ مِنْ أَنْشَأْنَاهُمْ هُوَ غَيْرُهُ إِلَيْهِ مِنْ لَكُمْ مَا اللَّهُ أَعْبُدُ وَأَيْقَوْمٍ قَالَ صَلِحَا أَخَاهُمْ ثُمَّ مُودَأُلَى

﴿مُجِيبٌ قَرِيبٌ إِنَّ إِلَيْهِ تُوبُ أَثْمَ فَاسْتَغْفِرُوهُ فِيهَا وَآسِ

“dan kepada Tsamud (kami utus) saudara mereka shaleh. Shaleh berkata: "Hai kaumku, sembahlah Allah, sekali-kali tidak ada bagimu Tuhan selain Dia. Dia telah

*menciptakan kamu dari bumi (tanah) dan menjadikan kamu pemakmurnya[726], karena itu mohonlah ampunan-Nya, kemudian bertobatlah kepada-Nya, Sesungguhnya Tuhanmu Amat dekat (rahmat-Nya) lagi memperkenankan (doa hamba-Nya)." [726] Maksudnya: manusia dijadikan penghuni dunia untuk menguasai dan memakmurkan dunia. (QS Huud [11] : 61)*

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa bisnis itu memang sangat dekat dengan keseharian manusia. Tanggungjawab dalam berbisnis tidak hanya dipikul para pelaku bisnis di dunia saja namun juga dipertanggungjawabkan di akherat kelak.

Lalu bagaimana etika bisnis yang sesuai dengan syariat Islam yang sesungguhnya, karena jika kita melihat kondisi pada saat ini dimana sering terjadi kecurangan, ketidak adilan, dan hal-hal lain yang justru merugikan masyarakat luas. Sebenarnya Islam telah mengatur bagaimana bermuamalah yang baik. Bahkan Rasulullah SAW adalah suri tauladan dimana beliau sukses berdagang

Pokok dari semangat etika dalam Islam ternyata berakar pada cita-cita untuk menegakkan "amar ma'ruf dan nahi munkar" (mengajukan kebaikan dan melarang berbuat jahat). Kebajikan yang dihambarkan sebagai keadaan dimana tidak ada penindasan dan eksploitasi, tidak ada yang berbuat zalim dan terzalimi.<sup>2</sup>

Banyak pemikir Islam seperti al-Farabi, Ibnu Hazm, Ibnu Taimyyah dan lain-lain yang telah mencoba untuk berbiacara tentang etika dalam berbisnis atau

---

<sup>2</sup> Kuntowijoyo, *Paradigma Islam, Interpretasi Untuk Aksi*, (Bandung, Mizan, 1998), hlm.338.

berdagan, dan salah satu tokoh tersebut adalah al-Ghazali.Imam Al-ghazali (450-505) adalah salah satu tokoh pemikir Islam yang telah menyoroti aspek etis atau moral dari berbagai aktivitas ekonomi dan bisnis. Aturan-aturan moral tersebut dikemukakan dalam salah satu bagian dari kitab Ihya Ulum ad-Din.Terdapat berbagai bahasan dalam kitab Ihya Ulum ad-Din, salah satunya yang akan dibahas lebih jauh dalam penelitian ini adalah mengenai tata kesopanan usaha dan mencari penghidupan atau lebih jelasnya yaitu mengenai etika bisnis. Bahasan ini merupakan kajian mendalam tentang konsep etika bisnis al-Ghazali yang bertujuan untuk menggali bagaimana perilaku seorang pelaku bisnis diukur dan dinilai dalam aktivitas bisnisnya.

Alasan mengapa etika Al Ghazali yang diangkat dalam penelitian ini adalah karena Imam Al Ghazali adalah tokoh besar Islam yang memiliki peran penting dalam perkembangan Islam. Berbagai karya yang telah ia berikan, seperti pada Kitab Ihya Ulum Ad-din yang juga memiliki keistimewaan tersendiri dibanding kitab lainnya. Kitab ini sangat dikenal oleh khalayak umum. Banyak intelek yang mengkaji lebih dalam mengenai pokok-pokok masalah pada kitab tersebut. Sejauh ini peneliti belum menemukan suatu penelitian secara spesifik yang membahas mengenai bagaimana penerapan etika bisnis Al Ghazali dalam kehidupan masyarakat dewasa kini. Oleh sebab itu penulis mencoba menggali lebih dalam tentang apa saja yang terkandung di dalamnya, yang kemudian penulis akan mengorelasikan dengan praktek bisnis modern sekarang.

Pandangan al-Ghazali dalam bidang muamalah, menekankan pada aspek ibadah sosial. Pada bagian ini, ia mengungkapkan berbagai persoalan hubungan dan pergaulan manusia dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam hubungan ekonomi dengan penekanan pada nilai dan norma yang harus diamalkan dalam hubungan tersebut. Salah satu kandungannya adalah tata cara mencari penghidupan di dunia dengan menekankan pada nilai dan moral dalam melakukan aktivitas bisnis.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pengamatan sementara penulis, Pemikiran Al Ghazali tentunya masih sangat relevan untuk dikaji lebih jauh, khususnya masalah etika bisnis yang dewasa kini semakin berkembang pesat. Apalagi dalam Kitabnya Ihya Ulum Ad-Din yang banyak menjelaskan tentang etika bisnis islam. Oleh karenanya diperlukan suatu obyek penelitian yang kiranya sejalan dengan pemikiran Al Ghazali tersebut.

Pamella Swalayan ini bisa menjadi contoh bagi pelaku bisnis retail dalam menjalankan bisnisnya. Penulis melihat bahwa dari beberapa hasil penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa pada Pamella Swalayan ini memiliki implementasi norma-norma etika bisnis yang sesuai dengan ajaran islam. Sehingga banyak kalangan menilai bahwa Pamella Swalayan adalah Swalayan Syariah. Hal tersebut dapat dilihat dari visi misi perusahaan dan manajemen operasionalnya. Namun tentunya tidak cukup itu saja, hal tersebut harus dilihat dari berbagai aspek lainnya.

Terkait dengan bahasan etika bisnis pemikiran Al-Ghazali , maka penulis ingin mengkaji lebih jauh bagaimana implementasi norma-norma etika bisnis syariah pada Pamella Swalayan di DIY ditinjau dari aspek etika bisnis perspektif Al-Ghazali. Pentingnya unsur etika dalam berbisnis merupakan suatu hal yang seharusnya diperhatikan oleh setiap pelaku bisnis.

Berdasarkan uraian tersebut maka dapat disimpulkan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi norma-norma etika bisnis syariah di Pamella Swalayan dengan menerapkan Norma Etika Bisnis Perspektif Al Ghazali?
2. Bagaimana korelasi etika bisnis perspektif al-Ghazali dengan implementasi norma-norma etika bisnis di Pamella Swalayan?

### **C. Tujuan Penulisan**

1. Mengkaji implementasi norma-norma etika bisnis syariah di Pamella Swalayan dengan aspek etika bisnis perspektif Al-Ghazali
2. Menganalisa hubungan antara etika bisnis perspektif al-Ghazali dengan implementasi norma-norma etika bisnis di Pamella Swalayan

### **D. Kajian Pustaka**

Kajian pustaka merupakan penelitian-penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya yang berkaitan dengan tema penelitian penulis. Dalam beberapa telaah pustaka yang penulis temukan, ditemukan penelitian yang bisa dijadikan rujukan dalam penelitian selanjutnya, yaitu:

Tesis karya Muhammad Kamal Zubair yang berjudul Pemikiran Etika Bisnis Imam Al-Ghazali Dalam Kitib Ihya' Ulum Ad-Din.Kontribusi yang cukup penting dari pemikiran al-Ghazali ini adalah pemikiran etika bisnisnya telah disinergiskan berbagai dimensi sudut pandang, dimensi individu dan masyarakat, dimensi hukum, etika dan moral. Al-Ghazali telah menempatkan satu perangkat nilai etika dalam melakukan aktivitas bisnis, yang sesuai dan dapat dijadikan sebagai norma dalam perekonomian dewasa ini. Namun dari hasil penelitian ini masih perlu dikaji kembali dengan disandingkan oleh praktek bisnis yang sesungguhnya.

Seminar Parenting bersama Ibu NoorLiesniani Pamella (Pemilik Pamella Swalayan) dan Noor Saif Muhammad Musaffi, S.Si, M.Sc yang diselenggarakan pada hari Rabu, 20 Maret 2014 jam 16.30 WIB di HI Lab Kotabaru Yogyakarta dengan Tema "*Membingkai Keluarga Islami dan Motivasi Bisnis Dalam Islam*". Pada acara seminar tersebut dikenalkan sosok pemain bisnis retail "Pamella Swalayan" yang mana saat ini perusahaannya sudah dikenal orang banyak, bahkan di kalangan masyarakat Pamella Swalayan ini dikenal sebagai swalayan syariah, karena perusahaan tersebut berani tampil beda dari kompetitor lainnya. Sejauh ini Pamella Swalayan juga memiliki track record yang bagus. Berawal dari acara seminar ini, penulis merasa tertarik untuk meneliti bagaimana etika bisnis retail di Pamella Swalayan.

Adapun kajian pustaka pada dasarnya bermanfaat sebagai modal dasar penulis untuk mendapatkan informasi-informasi terkait hal yang akan diteliti. Untuk itu penulis sudah mulai mengawali penelitian secara non formal semenjak

maret 2014dengan melakukan wawancara langsung dengan owner, karyawan, dan juga konsumen Pamella Swalayan guna memperoleh berbagai data maupun informasi terkait objek penelitian secara maksimal.

Sampai saat ini penulis belum menemukan karya tulis dengan pokok bahasan yang sama persis dengan implementasi nilai-nilai syariah pada Pamella Swalayan di DIY dengan dikorelasikan menggunakan aspek etika bisnis perspektif Al Ghazali sebagaimana penelitian yang akan dilakukan.

## **E. Kerangka Teoritik**

### **1. Nilai-Nilai**

Nilai dan norma merupakan dua hal yang saling berhubungan dan sangat penting bagi terwujudnya suatu keteraturan masyarakat. Nilai dalam hal ini adalah ukuran,patokan,anggapan dan keyakinan yang dianut orang banyak dalam suatu masyarakat. Keteraturan ini bisa terwujud apabila anggota masyarakat bersikap dan berperilaku sesuai dan selaras dengan nilai-nilai dan norma-norma yang berlaku.seseorang yang ingin memenuhi kebutuhan sosial seperti, kegiatan bersama harus memerhatikan dan melaksanakan nilai-nilai dan norma-norma yang berlaku di masyarakat, apabila dalam memenuhi kebutuhan tersebut mengabaikan nilai dan norma sosial yang berlaku,tentunya ketertiban dan keteraturan sosial tidak akan terwujud.

## 2. Norma

Norma adalah aturan yang berlaku di kehidupan bermasyarakat.

Norma adalah aturan-aturan yang berisi petunjuk tingkah laku yang harus atau tidak boleh dilakukan manusia dan bersifat mengikat. Hal ini berarti bahwa manusia wajib menaati norma yang ada. Norma adalah kaidah atau ketentuan yang mengatur kehidupan dan hubungan antar manusia dalam arti luas. Norma merupakan petunjuk hidup bagi manusia dan pedoman perilaku seseorang yang berlaku di masyarakat.

Norma bersifat mengikat setiap masyarakat, keberadaan norma sangat diperlukan untuk memberi petunjuk kepada manusia tentang bagaimana manusia harus bersikap bertingkah laku dalam masyarakat agar tercipta kehidupan bersama yang tertib, tenteram, aman, dan harmonis.

Norma berisi larangan dan perintah. Perintah adalah keharusan yang harus dilakukan seseorang untuk berbuat sesuatu dengan kebaikan. Larangan adalah keharusan bagi seseorang untuk tidak berbuat sesuatu karena menimbulkan kerugian. Norma dibagi menjadi 4, yaitu norma agama, norma etika, norma sosial dan norma hukum.

## 3. Etika

Etika merupakan Filsafat Moral. Etika bisnis berasal dari bahasa Yunani, yang dalam bentuk tunggal adalah *ethos* yang artinya kebiasaan, akhlak atau watak. Menurut Issa Rafiq Beekun, etika dapat

didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dan buruk. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak dilakukan oleh seorang individu.

Bisnis tidak terpisah dari etika dikarenakan pertama, bisnis tidak bebas dari nilai.Kedua, bisnis merupakan bagian dari sistem sosial. Ketiga, aplikasi bisnis identik dengan pengelolaan bisnis secara profesional.<sup>3</sup> Untuk melihat relevansi dari implementasi etika bisnis dalam dunia bisnis secara berurutan adalah sebagai berikut:

- 1) Hubungan dan keadilan produsen dan konsumen dalam bisnis,
- 2) Hak pekerja,
- 3) Bisnis dan perlindungan konsumen,
- 4) Iklan dan dimensi etisnya,
- 5) Etika pasar bebas,
- 6) Monopoli dan kebijakan pemerintah.<sup>4</sup>

#### **4. Bisnis**

Kata “bisnis” dalam Bahasa Indonesia diserap dari kata “business” dari bahasa Inggris yang berarti kesibukan. Menurut Hughes dan Kapoor, Business is the organized effort if individuals to

---

<sup>3</sup> Muslich, *Etika Bisnis Pendekatan Substantif dan Fungsional*, (Yogyakarta: Ekonomia Kampus Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta, 1998), hlm. 24-25.

<sup>4</sup> Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: UPP-AMP YKPN,2004), hlm. 15.

produce and sell for a profit, the goods and services that satisfy society's needs. The general term business refers to all such efforts within a society or within an industry. Maksudnya bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisir untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dan ada dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dan ada dalam industri.<sup>5</sup> Artinya bisnis adalah suatu lembaga yang melaksanakan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan orang lain. Bisnis adalah suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit (Straub & Attner : 1994)<sup>6</sup>.

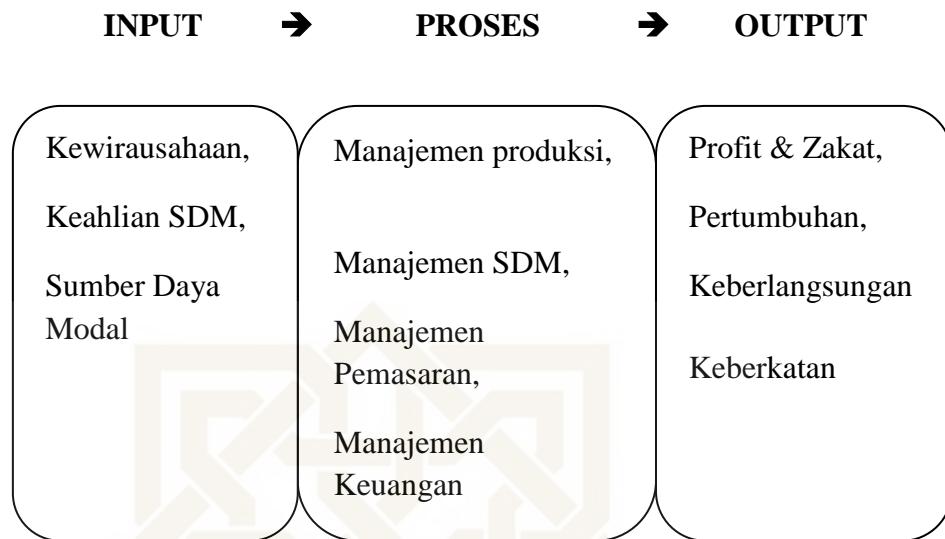
Bisnis Islami adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram.

Suatu sistem bisnis terdiri atas komponen-komponen yang saling terkait satu dengan lainnya untuk mencapai tujuan. Sistem bisnis berjalan dari tahap input, proses, dan output. Secara anatomik, sistem bisnis tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

<sup>5</sup> B Deporter dan M Hernacki, *Quantum Bisnis, Membiasakan Berbisnis Secara Etis dan Sehat*, Terjemahan (Bandung, 2000). Amirullah, Hardjanto, dalam *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Wali Press, 2009), hlm. 83, oleh Johan Arifin, S.Ag., M.M.

<sup>6</sup> Dikutip dari Kuliah Manajemen Bisnis, Muhammad, "Manajemen Bisnis Islami", 2 Januari 2013

Gambar 1.1 Anatomi Sistem Bisnis Islami



Bisnis Islami dikendalikan oleh aturan syari'ah, seperti berupa halal dan haram, baik dari cara memperolehnya maupun pemanfaatannya. Sementara bisnis non-islami dilandaskan pada sekulerisme yang besendikan pada nilai-nilai material. Bisnis non-islami tidak memperhatikan aturan halal dan haram dalam setiap perencanaan, pelaksanaan dan segala usaha yang dilakukan dalam meraih tujuan-tujuan bisnis.

### 3. Etika Bisnis Al Ghazali

Menurut Imam Al Ghazali, akhlak adalah ungkapan tentang kondisi yang menetap di dalam jiwa, dimana semua perilaku bersumber darinya dengan penuh kemudahan tanpa memerlukan proses berpikir dan merenung. Apabila kondisi jiwanya menjadi sumber perbuatan-perbuatan yang baik lagi terpuji, baik secara akal dan syariat, maka kondisi itu disebut sebagai akhlak yang baik, dan

apabila yang bersumber darinya adalah perbuatan-perbuatan yang jelek, maka kondisi itu disebut sebagai akhlak yang buruk.” (*'Ibāratun 'an haiatin fin nafsi râsikhatin, 'anha tashdurul af'âl bi suhûlatin wa yusrin min ghairi hâjatin ila fikrin wa rawiyyatin, fa in kânatil hai'ah bi haitsu tashduru 'anhal af'âl al jamîlah al mahmûdah 'aqlan wa syar'an summiyat tilkal hai'ah khuluqan hasanan, wa in kânash shâdir 'anhal af'âl al qabîhah summiyatil hai'ah al latî hiyal mashdar khuluqan sayyi'an*).<sup>7</sup>

Etika (akhhlak) menurut Al Ghazali adalah keadaan batin yang menjadi sumber lahirnya suatu perbuatan dimana perbuatan itu lahir secara spontan, mudah, tanpa menghitung untung rugi. Orang yang berakhhlak baik, ketika menjumpai orang lain yang perlu ditolong maka ia secara spontan menolongnya tanpa sempat memikirkan risiko.

Adapun beberapa gagasan imam Al-Ghazâlî tentang etika yang harus disertakan dalam aktivitas bisnis, adalah Al-Dunya’ Mazrâtul Akhira. Salah satu gagasan Al-Ghazâlî yang paling penting mengenai urusan ekonomi dan bisnis ialah bahwasannya segala kerja keras yang dilakukan di dunia ini bukan hanya untuk kehidupan sesaat, namun lebih dari itu, yaitu kehidupan hakiki di akhirat kelak. Kegiatan ekonomi seorang muslim meliputi waktu yang lebih luas, dunya dan akhirat. Terdapat tiga teori yang dikemukakan Al-Ghazâlî yang berhubungan dengan aktivitas manusia dan ekonomi, yaitu:

---

<sup>7</sup> Imam Abu Hamid Muhammad bin Muhammad al Ghazali, *Murâja'ah : Shidqi Muhammad Jamil al 'Aththar*, 1428-1429 H/2008, *Ihyâ' 'Ulûmiddîn* (Beirut: Darul Fikr. 505 H), Juz III. hlm. 57.

- Orang yang mengutamakan mencari nafkah kehidupan dunia, sehingga melupakan pangabdiannya kepadatuhannya dan mereka termasuk orang yang celaka.
- Orang yang mengutamakan pengabdiannya kepada tuhan sehingga melalaikan akan keperluan hidupnya di dunia, ia termasuk yang beruntung.
- Orang yang mengutamakan kedua-duanya dan menjadikan usaha ekonomi sebagai media untuk membesar pengabdiannya kepada Allah, maka ia termasuk orang-orang yang berbakti sesuai dengan ajaran Nabi SAW.<sup>8</sup>

Oleh karena itu, islam senantiasa menyerukan umatnya untuk bekerja dan melarang segala bentuk kemalasan dan berpangku tangan. Islam memerintah kerja sebagai sebuah kewajiban bagi seluruh kaum muslim, dimana status manusia yang paling hakiki ditentukan oleh produktivitas kerjanya. Adapun filsafat dan aksioma dalam etika bisnis, adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2Aksioma Filsafat Etika Islam

Konsep Keesaan	Berhubungan dengan konsep tauhid. Bebagai aspek dalam kehidupan manusia yakni politik, ekonomi, sosial dan keagamaan membentuk satu kesatuan homogen, yang bersifat konsisten dari dalam, dan integrasi dengan
----------------	--

<sup>8</sup> Abu Hamid al-Ghazali, *Ihya Ulum al-Diin*(Kairo: Matba'ah al-Utsmaniyyah. 1993), Jilid IV.hlm. 793.

	alam semesta secara luas. Ini adalah dimensi vertikal Islam.
Konsep Keseimbangan	Berhubungan dengan konsep keesaan adalah keseimbangan diantara berbagai kehidupan manusia seperti yang disebutkan ditas untuk menciptakan aturan sosial yang terbaik. Rasa keseimbangan ini diperoleh melalui tujuan yang sadar. Ini adalah dimensi horizontal Islam.
Konsep Kehendak Bebas	Kemampuan manusia untuk bertindak tanpa tekanan eksternal dalam ukuran ciptaan Allah dan sebagai khalifah Allah di muka bumi
Konsep Tanggung jawab	Keharusan manusia untuk diperhitungkan semua tindakannya
Konsep Kebajikan	Ihsan atau suatu tindakan yang memberi keuntungan bagi orang lain tanpa ada suatu kewajiban tertentu.

Sumber : Beekun, 197 : 21<sup>9</sup>

Terkait dengan beberapa konsep diatas, Al-Ghazali menambahkan bahwa terdapat 6 bentuk kebaikan (ihsan):

- Jika seseorang membutuhkan sesuatu, maka orang lain harus memberikannya, dengan mengambil keuntungan yang sesedikit

---

<sup>9</sup> Beekun, 197:21, dikutip dari Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: UMP-AMP YKPN, 2004) hlm. 74.

mungkin. Jika sang pemberi melupakan keuntungannya, maka hal tersebut akan lebih baik baginya.

- Jika seseorang membeli sesuatu dari orang miskin, akan lebih baik baginya untuk kehilangan sedikit uang dengan membayarnya lebih dari harga yang sebenarnya. Tindakan seperti ini akan memberikan akibat yang mulia, dan tindakan yang sebaliknya cenderung akan memberikan hasil yang berlawanan. Bukan suatu hal yang patut dipuji untuk membayar orang kaya lebih dari apa yang seharusnya diterima manakala ia dikenal sebagai orang yang suka mencari keuntungan yang tinggi.
- Dalam mengabulkan hak pembayaran dan pinjaman, seseorang harus bertindak secara bijaksana dengan memberi waktu yang lebih banyak kepada sang peminjam untuk membayar hutangnya, dan jika diperlukan, seseorang harus membuat pengurangan peminjaman untuk meringankan beban sang peminjam.
- Sudah sepantasnya bahwa mereka yang ingin mengembalikan barang-barang yang telah dibeli seharusnya diperbolekan untuk melakukannya demi kebijakan.
- Merupakan tindakan yang sangat baik bagi sang peminjam jika mereka membayar hutangnya tanpa harus diminta, dan jika mungkin jauh-jauh hari sebelum jatuh waktu pembayarannya.

- Ketika menjual barang secara kredit seseorang harus cukup bermurah hati, tidak memaksa membayar ketika orang tidak mampu membayar dalam waktu yang telah ditetapkan.

Etika bisnis dalam perspektif Islam adalah penerapan prinsip-prinsip ajaran agama Islam yang bersumber pada al-Qur'an dan al-Hadist ke dalam berbagai aktifitas dunia bisnis. Adapun implementasi dari etika bisnis dibagi menjadi 4 bagian yaitu masalah produksi, konsumsi, distribusi dan sirkulasi.

Sedangkan aspek lain dari pemikiran al-Ghazali yang relevan dengan konteks kekinian adalah anjuran untuk mengambil keuntungan tidak lebih banyak dari kebiasaan. Hikmahnya menjual harga lebih murah atau sama dengan pedagang lain dengan layanan yang lebih memuaskan akan membuat para konsumen lebih senang. Dengan banyaknya pelanggan akan terjadi patronage buying motive, yaitu suatu motif membeli yang terpola pada hati konsumen untuk selalu belanja pada tempat langganannya. Menurut Imam Ghazali, "Barang siapa yang puas dengan untung yang kecil niscaya banyak pembeli, sehingga akhirnya ia mendapatkan untung yang besar dan mendapat berkah". Ketika Abdurrahman bin Auf ditanya mengapa ia mudah mendapatkan rezeki, ia menjawab," Ada 3 hal, saya tidak membatalkan penjualan sama sekali. Jika ada pembeli yang menginginkan binatang yang saya jual, saya segera menjualnya tanpa menunda-nunda dan saya

tidak menjual dengan harga berlipat.” Menurut riwayat, ia menjual 1000 ekor unta, namun ia tidak mendapat untung sedikitpun kecuali dari talinya. Ia menjual tali ikatan unta seharga 1 dirham, maka ia mendapat untung 1000 dirham. Selain itu ia mendapat untung dari member nafkah kepada binatang sebesar 1000 dirham sehari.<sup>10</sup>

Al Ghazali menjelaskan dalam bukunya *Ihya'*, kitab al-Kasbu wal Maisyatu yaitu, “ Tidaklah pantas bagi pedagang memfokuskan pandangannya terhadap dunia dengan melupakan akhirat karena umurnya akan sia-sia dan transaksinya merugi. Namun, apa yang ditinggalkannya dari laba akhirat tidak bisa dibandingkan dengan apa yang diperolehnya di dunia ini. Maka ia membeli dunia dengan akhiratnya”. Seseorang yang berakal harus bersimpati terhadap dirinya dengan cara menjaga modalnya. Dan modal manusia di dalam kehidupan ini adalah agamanya, berikut aktivitas jual belinya.

Masalah bisnis memang sangat berhubungan dengan masyarakat sekitarnya. Bisnis sangat membutuhkan masyarakat dan masyarakat pun membutuhkan yang namanya bisnis. Etika merupakan pedoman dalam menjalankan kehidupan, termasuk di dalamnya adalah kehidupan bisnis.

---

<sup>10</sup>

*Ihya*:2/79 dan 80

**Tabel 1.3 Hubungan Bisnis dan Tantangan Pengembangan Etikanya**

<b>Jenis Hubungan</b>	<b>Pelaku Bisnis</b>	<b>Tantangan Pengembangan Etika</b>
Hubungan Perusahaan dengan Karyawan	Manajer	Rekrutmen, kontrak kerja, pelatihan, penggajian, promosi, perilaku gender, situasi kerja, menghormati privacy, pemberhentian kerja, program pensiun, dan penghargaan atas prestasi kerja
	Karyawan	Mendukung perkembangan perusahaan, menjaga nama baik dan rahasia perusahaan, membangun hubungan dialogis, merubah konflik kepentingan menjadi sinergi
Hubungan Perusahaan dengan Pelaku Utama Bisnis	Supplier (Penyedia)	Pembiayaan dan pengawasan input (kolusi, mark-up, nepotisme), kehalalan input
	Pemegang Saham/ Pemilik/ Mitra Bisnis	Tirani mayoritas, distribusi keuntungan atau kerugian
	Konsumen	Distribusi produk (jumlah dan

		mutu), strategi pemasaran penimbunan produk, manipulasi harga, complain konsumen
Terhutang (debitor)		Praktek riba, penjadwalan utang piutang
Pesaing (Kompetitor)		Monopoli pesaing yang fair (jujur dan terbuka)
Masyarakat Umum		Kelayakan harga, pelestarian/perusakan lingkungan, fungsi sosial (shadaqah untuk kelas bawah/tertindas)

Sumber: M.A Fattah Santoso (2001) dalam Maryadi dan Syamsudin

(2001: 215)<sup>11</sup>

#### 4. Syariah

Syariah adalah hukum-hukum yang bersifat teistis (ketuhanan) yang mewarnai aktivitas bisnis perusahaan. Syariah adalah kumpulan hukum syar'i. Tujuan syariah sebagaimana dikatakan Al Ghazali, memajukan kesejahteraan manusia yaitu dengan hukum-hukumnya terjagalah keimanan, kehidupan, pikiran atau intelektualitas, keturunan, dan kekayaan. Basis syariah sendiri, seperti dikemukakan oleh Ibn Al-Qayyim adalah kearifan (wisdom)

---

<sup>11</sup> M.A Fattah Santoso (2001) dalam Maryadi dan Syamsudin (2001 : 215) , dikutip dari Etika Bisnis Islami, (Yogyakarta: UMP-AMP YKPN, 2004), Hlm. 74, oleh Muhammad.

dan kesejahteraan manusia di dunia dan akhirat.Kesejahteraan terletak di dalam keadilan, kasih sayang, kebaikan dan kearifan.Intinya segala aktivitas bisnis perusahaan yang keluar dari keadilan menuju penindasan, dari kasih sayang menuju kekejaman, dari kesejahteraan menuju kesengsaraan, dan dari kearifan menuju kebodohan, adalah bisnis yang tidak berdasarkan syariah.

Pada dasarnya, hukum-hukum syariah tegak di atas keimanan kepada aturan-aturan yang dibuat Allah dan Rasul-Nya sebagai hukum yang paling sempurna; dari segi kebenaran, keadilan, keselarasan, dan kemaslahatan. Selain juga dilandasi rasa adanya pengawasan dari Allah dan keyakinan akan adanya pertanggungjawaban terhadap-Nya atas semua keputusan dan aktivitas bisnis perusahaan.

Pimpinan perusahaan tunduk pada hukum-hukum syariah dengan senantiasa harus mempertimbangkan keputusan-keputusan bisnisnya (dari pemasaran strategisnya, mengembangkan dan mendesain produk atau layanan, hingga pengorganisasian usaha).

Firman Allah:

يَرَهُ رَشَّادٌ رَّأْتَ مِثْقَالَ يَعْمَلُ وَمَنْ يَرَهُ دُخْرَأً رَّأْتَ مِثْقَالَ يَعْمَلَ فَمَنْ

“(7)Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya. (8). dan Barangsiapa yang

*mengerjakan kejahatan sebesar dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya pula. (Q.S. Al-Zalzalah [99] : 7-8)*

Beberapa ciri khas bisnis syariah antara lain:

- a. Selalu Berpijak Pada Nilai-Nilai Ruhiyah.

Nilai ruhiyah adalah kesadaran setiap manusia akan eksistensinya sebagai ciptaan (makhluq) Allah yang harus selalu kontak dengan-Nya dalam wujud ketaatan di setiap tarikan nafas hidupnya. Ada tiga aspek paling tidak nilai ruhiyah ini harus terwujud , yaitu pada aspek : (1) Konsep, (2) Sistem yang di berlakukan, (3) Pelaku (personil)

- b. Memiliki Pemahaman Terhadap Bisnis yang Halal dan Haram.

Seorang pelaku bisnis syariah dituntut mengetahui benar fakta-fakta (tahqiqul manath) terhadap praktek bisnis yang Sahih dan yang salah. Disamping juga harus paham dasar-dasar nash yang dijadikan hukumnya (tahqiqul hukmi).

- c. Benar Secara Syar'i Dalam Implementasi.

Intinya pada masalah ini adalah ada kesesuaian antara teori dan praktek, antara apa yang telah dipahami dan yang di terapkan. Sehingga pertimbangannya tidak semata-mata untung dan rugi secara material.

- d. Berorientasi Pada Hasil Dunia dan Akhirat.

Bisnis tentu di lakukan untuk mendapat keuntungan sebanyak-banyak berupa harta, dan ini di benarkan dalam

Islam.Karena di lakukannya bisnis memang untuk mendapatkan keuntungan materi (qimah madiyah).Dalam konteks ini hasil yang di peroleh, di miliki dan dirasakan, memang berupa harta.

Namun, seorang Muslim yang sholeh tentu bukan hanya itu yang jadi orientasi hidupnya.Namun lebih dari itu.Yaitu *kebahagiaan abadi di yaumil akhir*.Oleh karenanya. Untuk mendapatkannya, dia harus menjadikan bisnis yang dikerjakannya itu sebagai ladang ibadah dan menjadi pahala di hadapan Allah .Hal itu terwujud jika bisnis atau apapun yang kita lakukan selalu mendasarkan pada aturan-Nya yaitu syariah Islam.

Point penting dalam Konstruksi Bisnis Islami adalah pada bisnis konvensional dilakukan dalam rangka Market Driven, namun bisnis islami berupaya untuk menemukan nilai ibadah yang berdampak pad perwujudan konsep rahmatan lil alamin, untuk mendapatkan Ridho Allah. Bisnis konvensional yang mengandalkan pada market driven, maka di dalamnya akan mencakup hal-hal berikut:

- a. Target Market
- b. Customer Needs
- c. Integrated Marketing
- d. Profit through Customer Satisfaction

Disisi lain bisnis islam tidak hanya mencakup target market, custumer need, integrated marketing dan profit throuhgt customer

satisfaction saja melainkan juga harus memiliki nilai ibadah, menjadi rahmatan lil ‘alamin, untuk mendapatkan Ridho Allah. Oleh karena itu sasaran profit, satisfaction (ridho customer) harus dibingkai Ridho Allah.<sup>12</sup>

## F. Metode Penelitian

Dalam setiap penelitian ilmiah, selalu menggunakan metode-metode tertentu agar penelitian dapat berjalan secara terarah dan mencapai hasil yang diharapkan. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### a. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif, dengan menggunakan pendekatan normatif. Hal tersebut dikarenakan dalam penelitian ini penulis mencari kesesuaian antara teori etika bisnis perspektif al-Ghazali dengan praktek bisnis di Pamella Swalayan.

### b. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian berlokasi di Pamella Swalayan Pusat (Jl. Kusuma Negara). Waktu penelitian diperkirakan berlangsung dari tanggal 25 Februari 2014 – 25 Juni 2014.

---

<sup>12</sup> Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, Cetakan 1 (Yogyakarta:BPFE,2004), hlm. 60.

c. Sumber Data

Sumber data yang dibutuhkan dari penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data mengacu dari hasil beberapa penelitian sebelumnya, dokumen-dokumen terkait tentang Pamella Swalayan, dan beberapa buku terkait. Sementara data lapangan yang dibutuhkan akan digali dari narasumber: Pemilik, Karyawan dan Pelanggan Pamella Swalayan.

d. Teknik Penjaminan Keabsahan Data

Dalam menjaga keabsahan data dilakukan hal-hal sebagai berikut:

- Menyediakan waktu secukupnya untuk persiapan penelitian ke lapangan, proses penyusunan rencana kegiatan yang berkaitan dengan temuan penelitian yang akan dibahas.
- Ketekunan pengamatan (presintion observation), karena informasi dari para informan perlu ditinjau secara silang untuk memperoleh informasi yang lebih sahih.
- Bertanya pada teman sejawat untuk mendapatkan masukan yang membantu sempurnanya penelitian.
- Pengecekan data secara teliti

e. Analisis Data

Metode yang penulis gunakan untuk menganalisis data adalah menggunakan metode deskriptif analisis. Maksudnya setelah

penulis mengumpulkan data-data yang dibutuhkan sebagai gambaran persoalan yang diteliti, kemudian dilakukan analisis data secara deskriptif kualitatif dengan menggunakan teknik penalaran induksi, yakni menguraikan bagaimana implementasi norma-norma etika bisnis syariah yang ada di Pamella Swalayan di tinjau dari aspek etika bisnis perspektif al-Ghazali.

## **G. Sistematika Pembahasan**

Pembahasan sistematis dalam tesis ini meliputi tiga kategori: Pendahuluan diletakkan di Bab I karena merupakan langkah awal dalam penelitian sehingga penelitian yang akan dilakukan dapat memenuhi kaedah-kaedah ilmiah yang benar dan dapat mencapai tujuan yang dikehendaki atau diharapkan.

Bab II berisi tentang tinjauan umum tentang etika bisnis perspektif Al Ghazali. Teori ini diletakkan di Bab II karena merupakan gambaran awal sebagai pengantar untuk memahami secara komprehensif hal-hal yang terkait dengan bisnis islami yang sesuai dengan syariah islam, sehingga diharapkan akan menjadi modal dalam memasuki bab berikutnya.

Bab III berisi tentang berdirinya Pamella Swalayan. Ada beberapa hal yang akan diulas lebih dalam tentang perusahaan retail ini, diawali

dari sejarah berdirinya Pamella Swalayan, visi misi perusahaan, hingga perkembangan bisnisnya di dunia bisnis retail.

Bab IV berisi hasil penelitian dan pembahasan tentang analisa dari implementasi nilai-nilai syariah Pamella Swalayan. Berdasarkan analisis tersebut kemudian dikorelasikan dengan aspek etika bisnis menurut perspektif al-Ghazali.

Bab V Penutup diletakkan karena merupakan intisari dari jawaban yang menjadi kegelisahan diadakannya penelitian ini dan menjadi hasil akhir dari pernyataan yang diajukan pada bab I, intisari ini diambil dari pokok-pokok analisis komprehensif pada bab V. Pada bab penutup ini akan disimpulkan apa saja penunjang kesuksesan dalam bisnis di dunia dan sukses di akherat kelak.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dari beberapa hal yang telah menjadi pembahasan penulis dalam melakukan penelitian mengenai Implementasi Norma-Norma Etika Bisnis Syariah Pada Pamella Swalayan di DIY Ditinjau dari Etika Bisnis Perspektif Al Ghazali, maka penulis memberi kesimpulan bahwa :

1. Ada beragam hal yang harus diperhatikan bagi seorang pelaku bisnis dalam membangun bisnis yang islami. Sebagaimana norma-norma yang digambarkan oleh Imam Al Ghazali dalam kitab ‘Ihya Ulum Ad-din, dimana norma halal dan haram, norma keadilan, norma kejujuran dan norma kebijakan merupakan 4 pilar yang harus dijadikan acuan dan diimplementasikan dalam berbisnis. Pemikiran Al Ghazali ini pun sesuai dengan Al qur'an dan hadist.
2. Bisnis merupakan bentuk kegiatan ekonomis, yang di dalamnya terdapat beberapa kegiatan, seperti tukar-menukar, jual-beli, memproduksi-memasarkan, bekerja-memperkerjakan, serta interaksi manusiawi lainnya, dengan tujuan keuntungan. Paham neo-klasik mengajarkan dalam proses pencarian keuntungan pada aktivitas bisnis, nilai etika tidak boleh diikutsertakan, karena keduanya berbeda.

Namun dalam islam, kedua aspek tersebut terintegral pada satu titik yaitu untuk semata-mata sebagai proses pengabdian kepada sang pencipta. Dan ini adalah inti dari pemikiran al-Ghazali, bahwa etika dalam bisnis harus beriringan satu sama lainnya.

Begitupun seorang Ghazali, yang berhak atas gelarnya *Hujjatul Islam* datang memberikan warna yang berbeda terhadap aktivitas ekonomi dan bisnis, sehingga menjadi kental akan sebuah kebaikan sebagai pancaran ruh syariat. Melalui karya fenomenalnya *Ihya Ulum al-Dîn* yang mengkaji dan menganalisis mendalam mengenai persoalan manusia, dengan menggunakan nalar syar'iyyah, falsafiyyah, dan sufiahnya. Sampai sekarang pemikiran beliau tidak lekang oleh perkembangan zaman, segala bentuk teori dan rekomendasinya masih dapat diaplikasikan pada aktivitas bisnis masa kini.

3. Mengambil gambaran singkat tentang proses perkembangan Pamella Swalayan dari skala kecil hingga menjadi besar, dengan memperhatikan dari segala aspek seperti visi misi perusahaan, modal usaha, barang yang dijual, hubungan antar pelaku bisnis, kaitan dengan perjanjian yang digunakan oleh perusahaan, perilaku dengan karyawan serta tanggungjawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan, maka berdasarkan hasil analisis terhadap kesesuaian antara konsep dan praktek dari etika bisnis Islam sebagaimana pemikiran dari Imam Al Ghazali, dapat diambil kesimpulan bahwa kegiatan bisnis ritel Pamella

Swalayan sudah sesuai dengan hukum Islam yang berlaku dan tidak melanggar syari'at Islam. Oleh karenanya masyarakat tidak perlu khawatir terhadap performa swalayan yang satu ini.

4. Peran keluarga juga sangat penting bagi pembentukan karakter seseorang. Ibu Noor Liesnani adalah salah satu wanita tangguh, ulet, tidak mudah menyerah, dan tidak segan membagi ilmu dan pengalaman kepada orang lain. Di tengah dinamika arus globalisasi, Pamella Swalayan mampu bertahan tanpa meninggalkan etika bisnis Islam. Fokus untuk membangun bisnis yang barokah sebagai sarana untuk mencapai tujuan kesuksesan dunia dan akhirat. Prinsip ini jelas sesuai dengan syari'at Islam.

## B. Saran

Adapun beberapa hal yang dapat penulis jadikan sebagai saran setelah melakukan penelitian ini antara lain :

1. Memberikan fasilitas member card kepada pelanggan setia Pamella Swalayan. Hal ini bertujuan sebagai bentuk penghargaan kepada konsumen setia, sekaligus menjadi strategi dan media promosi untuk menarik minat konsumen lain.
2. Lebih memperkuat pembinaan bagi para karyawan untuk tetap istiqomah dalam menjalankan tugasnya sehingga tidak jatuh dalam kecurangan, kebohongan, dan segala sesuatu yang tidak diridhoi Allah Swt.
3. Bagi para mahasiswa yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut terkait etika bisnis diharapkan agar mampu meneliti lebih mendalam tentang sisi hambatan membangun etika bisnis Islami di kalangan masyarakat yang tradisional dengan masyarakat yang sudah modern.

## DAFTAR PUSTAKA

Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, Cetakan 1, Yogyakarta: BPFE, 2004.

Djakfar, Muhammad, *Etika Bisnis Islami (Tataran Teoritis dan Praktis)*, Malang: UIN-MALANG PRESS, 2008.

Al-Ghazali, Abu Hamid. *Mutiara Ihya' 'Ulumuddin, Ringkasan Yang Ditulis Sendiri Oleh Sang Hujjatul Islam Al Ghazali*, Bandung : Mizan,1996.

Badroen Faisal dkk, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Cetakan 1, Jakarta: Kencana, 2006.

Burhanuddin, *Hukum Bisnis Syariah*, Cetakan 1 , Yogyakarta: UII Press, 2011.

Muhaimin, *Perbandingan Praktik Etika Bisnis Etnik Cina & Pembisnis Lokal*, Cetakan 1 , Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011.

Afzalurrahman, *Muhammad sebagai Seorang Pedagang*, alih bahasa Dewi Nurjulianti dkk, Jakarta: Swarna Bhumi, 1995.

Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: UPP-AMP YKPN Yogyakarta, 2004.

Al-Ghazali, *Mukhtasar Ihya'Ulumuddin*, alih bahasa Irwan Kurniawan, cet. Ke-2, Bandung:Mizan, 1977.

Imam al-Ghazali, *Ihya' Ulumuddin*, alih bahasa H. Moh.Zuhri, cet.ke-1 , Semarang:CV.Asy-Syifa',1992.

Muhammad dan R. Lukman Fauroni, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta: Salemba Diniyah,2002.

Mujab Mahalli, *al-Ghazali Tentang Etika Kehidupan*, Yogyakarta:BPFE, 1984.

Alwi Syahab, *Memilih Bersama Rasulullah*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 1998.

Sayid Sabiq, *Unsur-Unsur Dinamika Dalam Islam*, penerj. Haryono S. Yusuf, Jakarta: PT. Intermasa, 1981.

M. Quraish Shihab, *Membumikan al-Qur'an, Fungsi Dan Peran Wahyu Dalam Kehidupan Masyarakat*, Bandung: Mizan, 1999.

Dr Buchari Alma, *Ajaran Islam dalam Bisnis*, Bandung: CV Alfabetia, 1994.

Abidin Ibnu Rusn, *Pemikiran Al-Ghazali Tentang Pendidikan*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998.

Yusuf Qardlawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, ter. Zainal Arifin dan Dahlia Husin, Jakarta: Gema Insani Press, 1997.

Adi Warman Azwar Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: The International Institute of Islamic Thought Indonesia, 2002.

Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, Yogyakarta : UPP-AMP YKPN, 2003.

Skinner (1992), dalam Yusanto & Wijayakusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 2002.

C.ST. Kansil, *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Di Indonesia*, Jakarta: BalaiPustaka, 1982.

Indriyo Gitosudarmo, *Pengantar Bisnis*, Yogyakarta: BPFE, 1999.

Peter Salim, *The Contemporary English-Indonesia*, Jakarta: Modern English Press, 1991.

Muslich, *Etika Bisnis Pendekatan Substantif dan Fungsional*, Yogyakarta: Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta, 1998.

Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: UPP-AMP YKPN , 2004.

Osman Bakar, *Classification of knowledge in Islam; Study in Islamic Philosophies of Science* Kuala Lumpur : Institute for Policy Research, 1992.

HilipK. Hitti, *History o The Arabs* , London: the Macmillan press Ltd, 1970.

Abd al-Karim al-Usman, *Sirah al-Ghazali*, Damaskus: Dar al-Fikr, t.t.

Zaki Mubarak, *Al-Akhlaq 'Inda al-Ghazali*, Kairo: Dar al Katib al-Arabi, 1924.

Sulaiman Dunya, al-Haqiqah fi Nazr al-Ghazzali, Mesir: Dar al-Ma'arif, 1971.

Syamsul Anwar, “*Epistemologi Hukum Islam dalam al-Mustafa min 'Ilm al-Usul karya al-Ghazali*”, Yogyakarta: Disertasi Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2000.

## **Data Pribadi Penulis**

1. Nama : NIKEN AGUSTIN S.IP
2. Jenis Kelamin : Perempuan
3. Tempat Tgl. Lahir : YOGYAKARTA, 13 AGUSTUS 1989
4. Pekerjaan / Jabatan : WIRASWASTA
5. Agama : ISLAM
6. Alamat : MANTRIJERON MJ III/832 YOGYAKARTA
7. No.Telepon/Hp : 087838261069
8. Status Perkawinan : Belum menikah
9. Riwayat Pendidikan :
  - ▲ SD MUHAMMADIYAH KARANGKAJEN 1 (1995 – 2001)
  - ▲ SLTP N 1 SEWON BANTUL (2001 – 2004)
  - ▲ SMU N 10 YOGYAKARTA (2004 – 2007)
  - ▲ JURUSAN HUBUNGAN INTERNASIONAL UMY (2007 – 2011)

### 10. Pengalaman Pekerjaan:

- ▲ KRESNA FURNITURE & HANDICRAFT/ sebagai sekretaris (2007-2010)
- ▲ WAROENG MAKAN BAWON/ sebagai asisten (2010-2011)
- ▲ PUSAT BUDAYA JEPANG/ sebagai kepala admin (2010-2011)
- ▲ NALA MUSIC MANAGEMENT/sebagai staff EO (2010-2011)
- ▲ PT. SUMBER ALFARIA TRIJAYA Tbk/sebagai Asisten Kepala (sept' 2011- okt' 2012)
- ▲ PT.SUMBER ALFARIA TRIJAYA Tbk/sebagai staff internal EO (mei 2012- okt' 2012)
- ▲ NA HIJAB BOUTIQUE & ONLINE SHOP sebagai Owner (2013-sekarang)

### 11. Pengalaman Organisasi:

- ▲ PENGURUS OSIS SLTP N 1 SEWON BANTUL (2002-2003)
- ▲ PENGURUS OSIS SMU N 10 YOGYAKARTA (2005-2007)
- ▲ PENGURUS KOMAHI (KORPS MAHASISWA JURUSAN HI) UMY (2007-2010)
- ▲ KETUA DIVISI PERS JURUSAN HUBUNGAN INTERNASIONAL UMY (2008-2010)
- ▲ KETUA UKM PADUAN SUARA MAHASISWA UMY (2008-2010)



Gambar Alat Timbang yang digunakan untuk menimbang produk snack dan buah  
Dengan menggunakan alat timbang ini maka jelas takarannya, dan tidak bias dimanipulasi



Gambar Display Telur yang sudah dikemas menggunakan plastik.  
Untuk telur, display nya juga ditempatkan ditempat yang lebih aman supaya tidak cepat membusuk dan pecah. Tiap kemasan telur ini juga sudah dilengkapi dengan keterangan berat barang dan harga



Gambar Counter yang Disewakan oleh Pamella Swalayan. Banyak Pedagang Makanan, Minuman, Baju, Sepatu, Jilbab yang bekerjasama dengan menyewa counter tersebut.



Gambar Bentuk Promosi yang dilakukan Pamella Swalayan untuk Menarik Minat Pelanggannya



Gambar ATM Muamalat di Pamella Swalayan 8, Jl. Lowanu Yogyakarta

Ini merupakan awal bagi Pamella untuk lebih konsisten menjalankan bisnis islami, khususnya dalam hal perbankan. Sebelumnya telah ada beragam ATM konvensional yang bekerjasama. Kini, Bank Muamalat dan Pamella Swalayan sudah membuka kemudahan bagi nasabahnya untuk bisa berbelanja dengan lebih aman



Gambar Display Rak Susu

Karyawan diajarkan bagaimana cara mendisplay barang dagangan dengan baik. Sehingga terlihat rapi, nyaman dan tentunya bersih. Karena kebersihan merupakan sebagian dari iman.



Gambar keragaman macam produk yang dijual di Pamella Swalayan

Salah satunya adalah berbagai macam snack.



Gambar salah satu pedagang yang Menyewa Tempat di Pamella Swalayan

Pamella Swalayan menerapkan norma halal dan haram, sehingga barang apapun yang dijual tidak boleh barang haram. Salah satunya yang dijual oleh pedagang bakso ini, Bakso Pamella Daging Sapi Asli



Gambar Musholla di Pamella Swalayan 1

Pamella Swalayan selalu menyediakan tempat khusus untuk beribadah bagi karyawan maupun pelanggannya.

## **Data Pribadi**

Nama : Noor Liesnani Pamella  
Tempat/Tgl. Lahir : Yogyakarta, 13 September 1955  
Nama Suami : Sunardi Syahuri  
Alamat Rumah : Jl. Ipda Tut Harsono 3 Yogyakarta 55165  
Pekerjaan : Wiraswasta (Retailer Pamella Swalayan Supermarket)  
Jabatan : Owner dan General Manager  
Alamat Kantor : Jalan Kusumanegara 135-141 Yogyakarta 55165 Telp (0274) 541466/Fax (0274) 582866  
Email : pamelasatu@gmail.com  
Hobi : jalan-jalan  
Motto : Bisa bermanfaat untuk orang banyak  
Semboyan dan : Kerja keras, taat beribadah, selalu berdoa, hemat, sederhana, ikhlas  
Jujur

## **Riwayat Pendidikan**

SD Taman Siswa Yogyakarta lulus tahun 1968

SMP Muhammadiyah II (putri) Yogyakarta lulus tahun 1971

SMA Negeri 3 Padmanaba Yogyakarta hingga tahun 1974

## Pengalaman Organisasi dan Sosial

NO	ORGANISASI	KEGIATAN	JABATAN
1.	Panti Asuhan Yatim dan Dhuafa MAFAZA, Jl. Veteran 93, Yogyakarta	Mengasuh 38 orang santri yatim & dhuafa yang bersekolah di SMA MAN Lab UIN, Yogyakarta (beasiswa)	Pembina
2.	Forum Shalihaat (Akta Notaris No. 21 tgl 22 April 2012. Notaris: Sumaryati, SH. PPAT)	Aktif dalam penyantunan dan pemberdayaan kaum dhuafa dalam bidang pendidikan, kesehatan, dan ekonomi	Ketua
3.	Pengajian dan Arisan Ibu-Ibu "As – Sakinah"	Kelompok pengajian yang juga aktif dalam kegiatan penyantunan pendidikan anak-anak yatim dan dhuafa, penyaluran bantuan pembangunan masjid & taman kanak-kanak.	Ketua
4.	Jaringan Pengusaha Muslim Indonesia DIY		Penasehat
5.	Masyarakat Ekonomi Syariah (MES) DIY		Anggota
6.	Pengajian Persaudaraan Muslimah (Salimah)		Penasehat
7.	Yayasan Amal Usaha Muslim Yogyakarta (YA UMY)		Anggota

## Prestasi

NO.	PRESTASI	DALAM RANGKA	PEMBERI	TANGGAL
1.	Prestasi Penjualan Reward Wisata Ke Vietnam		La Tulipe Cosmetics	Mei 2013
2.	Prestasi Penjualan Reward Wisata ke Eropa		Wardah Cosmetics	April 2013
3.	Perempuan Pengusaha Berprestasi ke-II Tingkat Nasional	Rakernas XXIII IWAPI	DPP IWAPI	November 2012
4.	The Most Loyal Customer 2010		Bank BNI Syariah	11 Januari 2011
5.	Outstanding Achievement 2009-reward wisata ke Sidney, Australia	Passion of Beauty-Sidney Tour 2009	Martha Tilaar Group	2010
6.	Outstanding Achievement 2008-reward wisata ke China	Passion of Beauty-China Tour 2008	Martha Tilaar Group	2009
7.	Outstanding Achievement 2007-reward wisata ke Thailand	Passion of Beauty – Thailand Tour	Martha Tilaar Group	2008

	Thailand	2007		
8.	Outstanding Achievement 2004-reward wisata ke Eropa		Martha Tilaar Group	2004
9.	Pengusaha Kecil Berprestasi Tingkat Nasional		Penyerahan Penghargaan oleh Prsiden RO Soeharto di Istana Bogor	1997
10.	Pengusaha Kecil Tangguh Terbaik versi Departemen Koperasi DIY	Hasil Koperasi 1995	Gubernur Kepala Daerah Istimewa Yogyakarta	5 Juli 1995

### Seminar dan Talkshow

NO.	AKTIFITAS	OLEH	TEMPAT	SEBAGAI	WAKTU
1.	Gathering & Training “Membangun Usaha yang Sehat dan Berkelanjutan di Bidang Pertanian”	PT. East West Seed Indonesia dan UD. Sarana Tani Yogyakarta	Graha Sarina Vidi, Jl. Magelang No. 75, Yogyakarta	Pembicara	17 Oktober 2012
2.	Seminar “HUT Kopma Sanata Dharma ke-23 Menumbuhkembangkan Jiwa Kewirausahaan Mahasiswa Melalui Koperasi”	Koperasi Mahasiswa Sanata Dharma Yogyakarta	Universitas Sanata Dharma Yogyakarta	Pembicara	17 Oktober 2012
3.	Seminar “Motivasi Enterpreneur”	Panitia Ta’aruf Mahasiswa IBS STEI Yogyakarta	Kampus IBS STEI Yogyakarta	Narasumber	26 September 2012
4.	Workshop “Pengutaman Mata Kuliah dengan Memasukkan Muatan Manajeman Bisnis Keluarga”	Program PHK-PS, Prodii Manajeman, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia	Hotel Indah Palace, Surakarta	Pembicara	21-22 September 2012
5.	Workshop “Purnabhakti PDAM Jakarta”	LP2ES Learning Centre, Bandung	Pamella Supermarket, Yogyakarta	Pembicara	14 September 2012
6.	Seminar “Ramadhan Kemandirian Ekonomi, Gerbang Kesejahteraan”	Panitia Ramadhan di Kampus UGM Yogyakarta	Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta	Pembicara	25 Juli 2012
7.	Seminar “How to be a Moslem Enterpreneur”	Fakultas Ekonomi, Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta	Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta	Pembicara	16 Juni 2012
8.	Pendidikan dan Pelatihan	Kerjasama PT. Pegadaian	Universitas Islam	Pembicara	17-18 Mei 2012

	Kewirausahaan-“Go Entrepreneur”	(Persero) dan Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (DPPM-UII)	Indonesia, Yogyakarta		
9.	Seminar “Kewirausahaan Be a Moslem Enterpreneur”-Pekan Industri 2012	BEM Prodi Teknik Industri, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta	UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta	Pembicara	23 April 2012
10.	Workshop “Inspirational Moment-Pembukaan Tahun Kerja 2011”	PT. Tigaraksa Satria, Tbk, Indonesia	PT. Tigaraksa Satria, Tbk.	Guest Speaker	5 Februari 2012
11.	“Inspiring Beauty Seminar-Positively Beauty”	Wardah Cosmetics	University Club UGM, Yogyakarta	Pembicara	15 Januari 2012
12.	Seminar Enterpreneurship-“Menanamkan Mental Enterpreneur, Upaya Mewujudkan Insan Mandiri”	BEM Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah, Universitas UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta	Universitas Islam Negeri Yogyakarta	Pembicara	2 November 2011
13.	Seminar Kewirausahaan	PNPM / UPK	Museum Benteng Vredeburg, Yogyakarta	Pembicara	27 Oktober 2011
14.	Seminar “Strategi Pengelolaan dan Pengembangan Pasar Tradisional Menuju Pasar Modern untuk Meningkatkan PAD dan Kesejahteraan Masyarakat”		Hotel Abadi, Anambas, Kepulauan Riau	Pembicara	17 Oktober 2011
15.	Seminar “Power Parent Kubelai Anakku dengan Kreatifitas dan Kemandirian Islami”	Taman Kanak-kanak Khalifah Tauhid & Enterpreneurship	Auditorium Jogja International Hospital	Pembicara	25 September 2011
16.	Seminar Nasional “7 Keajaiban Rezeki dalam 40 hari dengan Otak Kanan”	Innovation	Borobudur Ballroom, Saphir Hotel, Yogyakarta	Pembicara	22 Mei 2011
17.	Seminar Enterpreneurship “Membangun Kesejahteraan dan Kemandirian dengan	Takmir Masjid Jami’ Al-Muhsin dan Ikatan Santri Ma’had Al Muhsin (ISMA)	Pesantren Aji Mahasiswa Al-Muhsin, Krupyak Wetan	Pembicara	27 Februari 2011

	Enterpreneurship"		Yogyakarta		
18.	Seminar Nasional "D'Great Power of Muslimah " di Science Muslimah Fair 2010	Sie Kerohanian Islam Rumpun BGM, Fakultas MIPA Universitas Gadjah Mada	Fakultas MIPA UGM, Yogyakarta	Pembicara	18 Desember 2010
19.	Pelatihan "Manajeman Usaha bagi Koperasi dan UMKM di DIY"	BTN Syariah LSC (Linkage Syariah Consulting)	LPP Convention Hotel, Yogyakarta	Pembicara	2 Desember 2010
20.	Seminar "Program Mahasiswa Wirausaha Universitas Negeri Yogyakarta"	Bagian Kemahasiswaan Universitas Negeri Yogyakarta	Ruang Sidang Utama Gedung Rektorat UNY	Pembicara	5 Oktober 2010
21.	Seminar "Strategi Kewirausahaan"	Panitia Ramadhan Masjid Agung Syuhada Yogyakarta	Masjid Syuhada Yogyakarta	Pembicara	26 Agustus 2010
22.	Seminar "Bisnis dan Sosial"	Universitas Nasional Yogyakarta	Gedung Rektorat UNY	Pembicara	10 Juli 2010
23.	Pelatihan "Executive Enterpreneur"	Cristall Manajemen Indonesia		Pembicara	7 Juni 2010
24.	Workshop & Studi Banding Manajemen Pasa Tradisional : "Strategi Pengelolaan dan Pengembangan Pasar Tradisional Menuju Pasar Modern untuk Meningkatkan PAD dan Kesejahteraan Masyarakat	WorldEduPartner (WEP)	Hotel Abadi Yogyakarta	Pemateri	22 Mei 2010