

**IMPLEMENTASI PRINSIP-PRINSIP ETIKA BISNIS ISLAM DI AFLAH
BAKERY YOGYAKARTA**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta**

Untuk Memenuhi Sebagaian Syarat-syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1

Oleh :

Khusnul Khotimah

10240042

Pembimbing :

Achmad Muhammad, M.Ag.

19720719 200003 1 002

**JURUSAN MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
2017**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Marsda Adisucipto, Telp. 0274-515856, Yogyakarta 55281, E-mail: fd@uin-suka.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor: B-1186/Un.02/DD/PP.05.3/06/2017

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

**IMPLEMENTASI PRINSIP PRINSIP ETIKA BISNIS ISLAM DI AFLAH BAKERY
YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : **Khusnul Khotimah**
NIM/Jurusan : **10240042/MD**
Telah dimunaqasyahkan pada : **Senin, 29 Mei 2017**
Nilai Munaqasyah : **85 (A/B)**

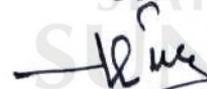
dan dinyatakan diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM MUNAQASYAH

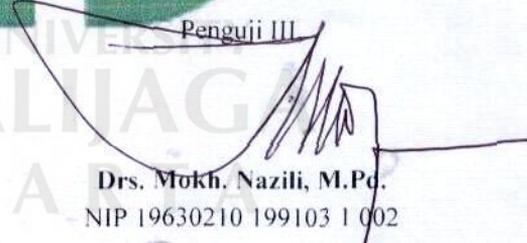
Ketua Sidang/Penguji I,


Achmad Muhammad, M.Ag.
NIP 19720719 200003 1 002

Penguji II,


Drs. M. Rosyid Ridla, M.Si.
NIP 19670104 199303 1 003

Penguji III


Drs. Moch. Nazili, M.Pd.
NIP 19630210 199103 1 002





SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada :
Yth. Dekan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamualikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara :

Nama : Khusnul Khotimah
NIM : 10240042
Judul Skripsi : Implementasi Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam di Aflah Bakery
Yogyakarta

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Jurusan/Program Studi Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam bidang Management Dakwah.

Dengan ini mengharapkan agar skripsi saudara tersebut diatas dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya kami sampaikan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr, Wb.

Yogyakarta 22 Mei 2017

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen Dakwah



Drs. Rasmita Kidlo, M.Si
NIP. 199303 1 003

Pembimbing

Achmad Muhammad, M.Ag.
NIP. 19720719 200003 1 002

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Khusnul Khotimah
NIM : 10240042
Jurusan : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi yang berjudul **"Implementasi Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam di Aflah Bakery Yogyakarta"** adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penyusun tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang peneliti ambil sebagai acuan.

Apabila terbukti pernyataan tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penyusun.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 22 Mei 2017



NIM. 10240042

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini Kupersembahkan Kepada Almamater Tercinta

Jurusan Manajemen Dakwah

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

Tidak ada manajer atau pemimpin hebat yang
jatuh dari langit, kemampuan ini dipelajari dan
tidak diwariskan

(Tom Northup)¹



¹ Dwi Soetjipto, Road to semen Indonesia: Transformasi Korporasi mengubah Konflik menjadi kekuatan, (Jakarta: Kompas. 2014)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “*Implementasi Prinsip-Prinsip etika Bisnis Islam di Aflah Bakery Yogyakarta*”. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya hingga akhir zaman. Aamiin

Skripsi ini disusun sebagai syarat pemenuhan tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Strata satu pada Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, dan diharapkan bermanfaat bagi tempat penelitian dan khususnya bagi kalangan akademis Manajemen Dakwah. Penelitian skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Untuk itu peneliti mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Drs. KH. Yudian Wahyudi, M.A, Ph.D, selaku rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. Nurjanah, M.Si., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Drs. Muhammad Rosyid Ridla, M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

4. Achmad Muhammad, M.Ag., selaku dosen pembimbing skripsi yang bersedia meluangkan waktu untuk mengarahkan dan memberikan dukungan, semangat sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Muhammad Toriq Nurmadiansyah selaku dosen pembimbing akademik yang selalu memberikan motivasi kepada peneliti.
6. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah membantu dan mempermudah peneliti melengkapi segala syarat yang dibutuhkan oleh akademik.
7. H. Buchori Al-Zahrowi beserta istri dan karyawan Aflah Bakery Yogyakarta, terimakasih atas semua bantuannya dan meluangkan waktunya dan memberikan kesempatan peneliti untuk melakukan penelitian.
8. Kedua orang tuaku atas jasa-jasanya, kasih sayang, kesabaran, do'a, dan tidak pernah lelah mendidik dan memberikan cinta tulusnya. Terimakasih untuk do'a dan dukungan yang telah diberikan sampai skripsi ini selesai.
9. Kakak-kakaku, mas Udin, mas Ipin,mbak Umi dan mbak Lia terimakasih selalu menyayangi dan melindungi adiknya. Semoga dukungan yang kalian berikan selalu menuntunku meraih cita-cita.
10. Suamiku,Muazim terimakasih atas semangat, do'a dan dukungannya.
11. Sahabatku, Zuna, Ida, Muslimah, Mae dan Faizah yang selalu mendukung dan membantu sampai skripsi ini selesai.

12. Teman-teman terbaikku di Jurusan Manajemen Dakwah angkatan 2010, terimakasih atas kebersamaannya selama menuntut ilmu sehingga dapat menyelesaikan studi di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

13. Keluarga besar PMII Rayon Pondok Syahadat Korp Gempita, terimakasih atas kebersamaannya, atas semangat dan dukungannya.

Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, bagi penulis, maupun bagi pembaca. Semoga Allah SWT selalu memberikan kemudahan dan kelancaran dalam setiap urusan kita semua. Aamiin.

Yogyakarta, 22 Mei 2017

Khusnul Khotimah
NIM. 10240042

STATE ISLAMIC UNIV
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Khusnul Khotimah (10240042), Implementasi Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam di Aflah Bakery Yogyakarta, Skripsi. Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Persaingan bisnis dalam dunia usaha tak bisa dipisahkan begitu saja untuk seorang pengusaha. Semakin banyak usaha yang muncul menimbulkan persaingan semakin ketat. Dalam praktek kehidupan bisnis, etika adalah hal penting namun sering terlupakan karena tingginya angka target yang diterapkan suatu usaha. Etika bisnis islam datang untuk membuat keseimbangan yang baik bagi pembisnis juga konsumen agar tak ada pihak yang dirugikan. Prinsip Etika bisnis islam yang baik akan membawa usaha pada hal baik di masa depan dan terus bertahan dalam jalan lurus sesuai syari'at islam.

Penelitian ini bertujuan untuk melaporkan proses implementasi Etika bisnis islam yang dijalankan di Aflah Bakery Yogyakarta.

Penelitian ini merupakan Penelitian kualitatif dengan pendekatan studi lapangan. Maka, teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis dilakukan dengan model Milles dan Huberman, dimana proses analisis dilakukan secara interaktif dan berkesinambungan dengan tiga proses, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Sedangkan uji keabsahan datanya menggunakan metode triangulasi teknik, yakni membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi

Berdasarkan data yang diperoleh penulis bahwa proses implementasi Etika Bisnis Islam di Aflah Bakery Yogyakarta, Etika Bisnis Islam sangat penting dilakukan oleh pelaku bisnis, agar tercipta keadilan antar pelaku bisnis (Produsen) dan juga pemakai jasa bisnis (konsumen). Implementasi Aflah Bakery meneladani tujuh prinsip etika bisnis yakni: jujur dalam takaran (quantity), menjual barang yang baik mutunya (quality), dilarang menggunakan sumpah (al-qasm), longgar dan bermurah hati (tatsamuh dan tarahahum), membangun hubungan baik (interrelationship/silat al-rahym) antara kolegan, tertib administrasi dan menetapkan harga dengan transparan. Dari ketujuh prinsip etika bisnis islam tersebut terdapat prinsip yang sudah berjalan namun belum maksimal karena keterbatasan sumber daya manusianya. Yakni pada bidang Administrasi.

Kata kunci: Etika Bisnis, Persaingan Bisnis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian	10
E. Kegunaan Penelitian.....	10
F. Tinjauan Pustaka	11
G. Kerangka Teori.....	14
H. Metode Penelitian.....	23
I. Skema dan Alur Penelitian.....	32
J. Sistematika Pembahasan	33
BAB II : GAMBARAN UMUM AFLAH BAKERY YOGYAKARTA .	34
A. Letak Strategis Aflah Bakery Yogyakarta	34
B. Sejarah Aflah Bakery Yogyakarta	35
C. Profil Owner	37
D. Visi dan Misi	38
E. Struktur Organisasi Aflah Bakery	38
F. Tata Kelola dan Tata Nilai Aflah Bakery	39
G. Produk Aflah Bakery.....	42
H. Budaya Aflah Bakery	42
BAB III : PEMBAHASAN IMPLEMENTASI PRINSIP-PRINSIP ETIKA BISNIS ISLAM DI AFLAH BAKERY YOGYAKARTA.....	44
A. Prinsip Etika Bisnis Islam di Aflah Bakery Yogyakarta	45

B. Implementasi Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam di Aflah Bakery Yogyakarta	50
C. Tantangan dan Solusi Bisnis Aflah Bakery Yogyakarta.....	75
BAB IV : PENUTUP	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran.....	78

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 2.1	No. Telpon Aflah Pusat dan Cabang.....	37
Tabel 2.2	Situs Online Aflah.....	38



BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Judul skripsi ini adalah “*Implementasi Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam di Aflah Bakery Yogyakarta*”, maka peneliti akan menjelaskan beberapa istilah yang terdapat didalam judul tersebut.

1. Implementasi

Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (KBBI), implementasi adalah pelaksanaan; penerapan; pertemuan kedua ini bermaksud mencari bentuk tentang hal yang disepakati dulu.¹ Menurut Nurdin Usman, implementasi adalah bermuara pada aktivitas, aksi, tindakan, atau adanya mekanisme suatu sistem. Implementasi bukan sekedar aktivitas, tetapi suatu kegiatan yang terencana dan untuk mencapai tujuan kegiatan.² Sedangkan, menurut Guntur Setiawan, implementasi adalah perluasan aktivitas yang saling menyesuaikan proses interaksi antara tujuan dan tindakan untuk mencapainya serta memerlukan jaringan pelaksana, birokrasi yang efektif.³

¹Pius A. Partanto dan M. Dahlan Al Barry, *Kamus Ilmiah Populer*, (Surabaya: Penerbit Arkola, t.tp), hlm. 247.

²Nurdin Usman, *Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum*, (Semarang: CV Obor Pustaka, 2002), hlm. 70.

³Guntur Setiawan, *Implementasi dalam Birokrasi Pembangunan*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), hlm. 39.

Berdasarkan pengertian implementasi yang dikemukakan di atas, dapat dikatakan bahwa implementasi adalah suatu kegiatan yang terencana dan sistematis berdasarkan acuan norma tertentu untuk mencapai tujuan kegiatan dalam suatu perusahaan atau organisasi secara sungguh-sungguh.

2. Prinsip-Prinsip

Pengertian prinsip, dalam *Kamus Ilmiah Populer* diartikan sebagai asas, pokok, penting, permulaan, fundamen, aturan pokok.⁴ Menurut Toto Asmara, prinsip adalah hal yang secara fundamental menjadi martabat diri atau dengan kata lain, prinsip adalah bagian paling hakiki dari harga diri.⁵ Sedangkan, menurut Ahmad Jauhar Tauhid, prinsip adalah pandangan yang menjadi panduan bagi perilaku manusia yang telah terbukti dan bertahan sekian lama.⁶

Berdasarkan pengertian secara terminologi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa prinsip-prinsip merupakan asas-asas terhadap persoalan paling fundamental dimiliki oleh setiap manusia sebagai panduan hidup serta menjadi bagian yang tidak dapat terpisahkan dari nilai-nilai harga diri manusia.

⁴Pius A. Partanto dan M. Dahlan Al Barry, *Kamus Ilmiah Populer*, hlm. 625.

⁵Toto Asmara, *Membudayakan Etos Kerja Islami*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), hlm. 76.

⁶ Ahmad Jauhar Tauhid, *Kompas Ruhani*, (Jakarta: Serambi, 2006), hlm. 71.

3. Etika Bisnis Islam

Etika dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (KBBI) adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak), kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak, nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat.⁷ Menurut Imam al-Ghazali dalam buku Abdul Aziz, etika atau dalam bahasa lain akhlak, adalah suatu sifat yang tertanam dalam jiwa (manusia), yang dapat melahirkan suatu perbuatan yang mudah dilakukan tanpa melalui maksud untuk memikirkan (lebih lama). Maka jika sifat tersebut melahirkan suatu tindakan yang terpuji menurut ketentuan akal dan norma agama, dinamakan akhlak yang baik. Tetapi manakala ia melahirkan tindakan yang jahat, maka dinamakan akhlak yang buruk.⁸

Bisnis, menurut Steinfeld dalam buku Abdul Aziz, diartikan sebagai suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat. Menurut Steinfeld, jika kebutuhan masyarakat meningkat, lembaga bisnis pun akan meningkat perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut sampai memperoleh laba.⁹

⁷Pius A. Partanto dan M. Dahlan Al Barry, *Kamus Ilmiah Populer*, hlm. 161.

⁸ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 22.

⁹*Ibid.*, hlm. 29.

Kata Islam berasal dari kata kerja *Aslama* yang artinya menyerah, tunduk, atau patuh. Dari asal kata *aslama* ini didefinisikan menjadi beberapa arti yaitu *salam* artinya keselamatan, *taslim* artinya penyerahan, *salam* artinya memelihara, *sullami* artinya titian dan *silm* artinya perdamaian. Dinul Islam mengandung pengertian peraturan yang diwahyukan oleh Allah SWT kepada para rasul untuk ditaati dalam rangka menciptakan keselamatan, kesejahteraan dan perdamaian bagi umat manusia.¹⁰

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat penyusun simpulkan bahwa etika bisnis Islam adalah suatu hal yang dilakukan secara baik dan benar serta melakukan sesuatu hal dengan penuh tanggung jawab. Karena itu, dalam implikasi bisnis sering dikaitkan dengan tindakan yang baik sesuai dengan hukum bisnis Islam. Selain itu, etika bisnis islam adalah kegiatan berbisnis yang dilakukan lebih dari satu orang untuk mendapatkan keuntungan sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam.

4. Aflah Bakery

Aflah Bakery adalah usaha (bisnis) mikro yang didirikan oleh H. Buchori Al-Zahrowi pada tahun 1994.¹¹ Aflah Bakery selain produsen kue dan roti juga melayani beberapa jasa *chatering* dan kini merambah pada jasa *wedding organizer (WO)*.

¹⁰Aksin Wijaya, "Memburu Pesan Damai Islam (Memotret Penolakan Gus Dur atas Fatwa MUI), dalam *Jurnal Studi Islam An-Nur*, Vol. II, No. 3, September 2005, hlm. 99.

¹¹ Yuli firawati, "Pengaruh manajemen spiritual terhadap kinerja organisasi" (studi pada Aflah Bakery Bantul Yogyakarta), skripsi (tidak diterbitkan), (Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam negeri Sunan Kalijaga, 2013), hlm. 59.

Maksud judul “*Implementasi Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam di Aflah Bakery*” dalam penelitian ini adalah pelaksanaan usaha atau bisnis yang berpegang teguh pada nilai-nilai etika bisnis Islam, nilai-nilai tauhid berdasarkan al-Qur’an dan Sunnah di Aflah Bakery.

B. Latar Belakang Masalah

Islam memiliki aturan (syari’ah) pada semua aspek kehidupan. Termasuk di dalamnya aturan bermuamalah (usaha dan bisnis) yang merupakan jalan dalam rangka mencari kehidupan. Pada hakikatnya tujuan penerapan aturan (syariah) dalam ajaran Islam di bidang muamalah tersebut khususnya perilaku bisnis adalah agar terciptanya pendapatan (rizki) yang berkah dan mulia, sehingga akan mewujudkan pembangunan manusia yang berkeadilan dan stabilisasi untuk mencapai pemenuhan kebutuhan, kesempatan kerja penuh dan distribusi pendapatan yang merata tanpa harus mengalami ketidakseimbangan yang berkepanjangan di masyarakat.

Dalam dunia perdagangan (persaingan bisnis), Islam sebagai salah satu aturan hidup yang khas, telah memberikan aturan-aturan yang jelas dan rinci tentang hukum dan etika persaingan, serta telah disesuaikan dengan ajaran-ajaran Islam. Hal itu dimaksudkan dengan tujuan untuk menghindari adanya persaingan-persaingan yang tidak sehat.

Dengan kata lain bisnis Islami adalah usaha untuk mencukupi kebutuhan lewat proses penyediaan oleh produsen kepada konsumen dengan cara-cara serta aturan yang menurut syariat Islam diperbolehkan. Baik cara

memperolehnya, mengolahnya, maupun dari segi penggunaannya harus halal. Dari sinilah kemudian akan tampak betapa pentingnya etika bisnis Islam, sebuah kombinasi bisnis dengan nilai etika dan nilai spiritual sangat lekat ditonjolkan.¹²

Munculnya wacana tentang etika bisnis tak lain dikarenakan realitas di lapangan menunjukkan berbagai penyimpangan dalam dunia bisnis. Dan salah satunya adalah bisnis yang telah mengabaikan nilai-nilai moralitas. Hal ini sering terjadi jika para pelaku bisnis dalam menjalankan aktivitas mereka hanya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Dampaknya jelas mereka akan menghalalkan segala cara demi mendapatkan apa yang mereka inginkan, dan tentu akan meninggalkan etika berbisnis yang sehat dan benar. Aspek moralitas dalam persaingan bisnis jelas dianggap sebagai satu penghalang, oleh karena itulah pelaku bisnis sering menempatkan moralitas di tempat yang kesekian. Sementara mengejar keuntungan hal pertama yang harus jadi pegangan. Mereka juga sering menganggap bahwa prinsip moralitas hanya akan membatasi segala aktivitas bisnis, sementara kebebasan tanpa aturan dianggap sebagai kunci utama untuk meraih kesuksesan.

Namun demikian, ada juga yang mempunyai satu pendapat dan keyakinan bahwa kesuksesan suatu bisnis tak akan dilepaskan karena pengaruh etika. Kalangan ini beralasan bahwa etika merupakan landasan dasar segala tindakan manusia di semua aspek kehidupan, tak terkecuali dalam aktivitas

¹²*Ibid.*, hlm. 84.

bisnis. Sehingga aspek etika tak bisa ditinggalkan begitu saja, kemanfaatan etika dalam usaha bisnis jelas dibutuhkan sebagai salah satu pengendali bagi para pelaku bisnis untuk senantiasa menjalankan roda bisnis mereka dalam jalur yang sesuai dengan kaidah-kaidah yang telah ditentukan dan berlaku didalam masyarakat. Harapan inilah yang kemudian menjadi satu penyemangat untuk senantiasa menerapkan etika dalam berbisnis. Tujuan lain dari hal itu jelas untuk memberangus cara-cara, sistem, maupun berbagai praktik bisnis yang amoral.¹³

Bersama dengan semakin besarnya kesadaran etika dalam berbisnis, orang mulai menekankan pentingnya keterkaitan faktor-faktor etika dalam bisnis. Sesungguhnya dalam hal seluruh pelaksanaan kehidupan telah di atur dalam pandangan ajaran Agama Islam untuk mengatur seluruh kehidupan manusia termasuk dalam kaitannya pelaksanaan perekonomian dan bisnis. Dalam ajaran Islam memberikan kewajiban bagi setiap muslim untuk berusaha semaksimal mungkin untuk melaksanakan syariah (aturan).

Penerapan etika bisnis Islam tersebut juga harus mampu dilaksanakan dalam setiap aspek perekonomian termasuk dalam penyelenggaraan produksi, konsumsi maupun distribusi. Tidak terkecuali penerapan etika bisnis islam di Aflah Bakery yang berada di kawasan Bantul, Yogyakarta ini.

Aflah Bakery adalah salah satu usaha (bisnis) mikro yang bergerak pada bidang kuliner yang sudah berdiri pada tahun 1994. Dalam beberpa penelitian

¹³ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Pres, 2009), hlm. 125.

yang terdahulu menyatakan bahwa, sebagai *owner* dari Aflah Bakery, H. Buchori A. Z menerapkan beberapa budaya religius, karena penerapan sumber daya manusia yang religius, Aflah Bakery sangat memperhatikan sisi keagamaan para karyawannya, hal ini dilakukan bukan hanya untuk meningkatkan kualitas hubungan dengan sang pencipta saja, melainkan untuk merubah sikap dan tingkah laku agar lebih baik.¹⁴

Budaya religius yang dibangun dalam usaha Aflah Bakery tak luput dari sejarah pendirinya, yaitu Bapak Buchori AZ dan istrinya Ibu Tin Khotimah yang merupakan alumni dari perguruan tinggi negeri pada tahun 90-an. Kedua pendiri Aflah tersebut pernah mengenyam pendidikan tinggi di IAIN Sunan Kalijaga yang sekarang menjadi Universitas Negeri Sunan Kalijaga dan aktif dalam berbagai ekstra kurikuler yang membuat keduanya tetap memegang nilai Islam dan Bisnis secara beriringan.

Aflah Bakery kini telah mempunyai beberapa outlet roti dan kue dengan pusat produksi di Jl. Sorobayan No.1, Sanden Bantul, Yogyakarta. Dan membuka beberapa cabang di daerah Yogyakarta dan Jawa Tengah di antaranya di: Jalan Nyai Ahmad Dahlan No.58 Yogyakarta, jalan Raya Nanggulan Kulon Progo, jalan Purwodadi 09 Purworejo, jalan M. Sutoyo No. 89 Alun-alun Purworejo, jalan Diponegoro 126 Kutoarjo, dan jalan Raya Prembun

¹⁴ Fredi Ariawan, "*pengaruh religiusitas terhadap loyalitas kerja karyawan perusahaan Aflah Bakery Bantul*", 2015. Skripsi (tidak diterbitkan), UIN Sunan Kalijaga, hlm. 69.

Kebumen.¹⁵ Bertambahnya outlet Aflah Bakery tak luput dari pengaruh ekuitas merk yang berpengaruh positif pada keputusan membeli di Aflah Bakery.¹⁶

Religiusitas berpengaruh pada tingkah laku seseorang, penerapan etika bisnis Aflah Bakery berdasarkan nilai islam. Namun berpegang pada prinsip syariah ditengah persaingan yang semakin ketat menjadi tantangan bagi pemimpin usaha mikro yang sedang berkembang ini. Menurut Muhammad Djafkar terdapat 7 (tujuh) prinsip etika bisnis islam yang harus dijalankan umat manusia, yakni: jujur dalam takaran (*quantity*), menjual barang yang baik mutunya (*quality*), dilarang menggunakan sumpah (*al-qasm*), longgar dan bermurah hati (*tatsamuh dan taraahun*), membangun hubungan baik (*interrelationship/silat al-rahym*), tertib administrasi dan menetapkan harga dengan transparan. Ketujuh prinsip tersebut harus dilaksanakan agar usaha yang dijalankan dapat mendapatkan ridho dan barokah dari Allah SWT. Jika menurut Muhammad Djafkar prinsip tersebut harus ada dalam bisnis, bagaimanakah implementasi prinsip etika bisnis yang dianut Aflah Bakery saat ini sehingga usaha mikro dalam bidang kuliner ini tetap eksis dalam ketatnya persaingan bisnis bidang kuliner yang semakin ketat pada era ini.

¹⁵ <http://www.rotikue.com>, diakses tanggal 19 Januari 2017, pukul 17.35.

¹⁶ Khamdi Sukriono, "Pengaruh Ekuitas Merk pada Keputusan Pembelian di Aflah Bakery Yogyakarta", 2016. Skripsi (tidak diterbitkan), Universitas Islam Negrri Sunan Kalijaga, hlm. 71.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa saja prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam yang digunakan di Aflah Bakery Yogyakarta?
2. Bagaimana implementasi tujuh prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam dalam praktek berbisnis di Aflah Bakery Yogyakarta?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini secara praktis untuk mengetahui prinsip dasar etika bisnis apa saja yang sudah diterapkan di Khasanah Muslim Alfath Margaria Group Yogyakarta dan bagaimana implementasi dari prinsip-prinsip dasar etika bisnis islam di Khasanah Muslim Alfath Margaria Group Yogyakarta.

E. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan dalam pengembangan keilmuan Manajemen Dakwah, serta bermanfaat pula bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

2. Secara Praktis

a. Bagi Penyusun

Hasil penelitian ini dapat menambah dan memperluas wawasan berfikir dalam keilmuan di bidang etika bisnis Islam.

b. Bagi Lembaga

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan acuan oleh lembaga atau perusahaan dimana peneliti mengadakan penelitian sebagai landasan pijak dalam menerapkan sistem ekonomi berbasis etika bisnis Islam.

F. Tinjauan Pustaka

Dalam kajian pustaka berguna sebagai bahan acuan yang relevan dengan penelitian terdahulu, kajian pustaka juga berguna untuk menghindari adanya plagiasi atau penjiplakan atas karya orang lain. Di bawah ini peneliti ajukan referensi yang berkaitan dengan penelitian ini antara lain:

Pertama, karya Ari Nur Fadilah, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2014 yang berjudul “Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Pengelolaan Dana Wakaf Tunai (Studi di Lembaga Wakaf dan Pertanahan NU DIY)”. Hasil penelitian memberikan kesimpulan bahwa wakaf tunai menjadi instrumen untuk perekonomian masyarakat usaha mikro. Dalam sistem pengelolaan di LWP NU dianalisis etika bisnis Islam, sehingga akan diketahui sejauh mana penerapan etika bisnis Islam dalam lembaganya maupun dalam penyaluran dana bagi hasil wakaf untuk kesejahteraan umat.¹⁷

Kedua, karya Siti Rohmah, mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta diselesaikan pada tahun 2014, dengan judul “*Penerapan Nilai-Nilai Etika bisnis*

¹⁷Ari Nur Fadilah, “Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Pengelolaan Dana Wakaf Tunai (Studi di Lembaga Wakaf dan Pertanahan NU DIY)”, *Skripsi* tidak diterbitkan, Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2014).

Islam di Hotel Madani Syariah Yogyakarta". Hasil penelitian memberikan kesimpulan bahwa etika bisnis Islam sudah diterapkan di Hotel Madani Syariah Yogyakarta akan tetapi masih perlu ditingkatkan. Kriteria Hotel Madani Syariah standar nasional kategori hilal-1 juga sudah diterapkan tetapi ada aspek yang belum terpenuhi.¹⁸

Ketiga, karya Fredi Ariawan, Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang diselesaikan pada tahun 2015. Dengan judul "Pengaruh religiusitas terhadap loyalitas kerja karyawan perusahaan Aflah Bakery Bantul, Yogyakarta. Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas kerja.¹⁹

Keempat, karya Khamdi Sukriono, mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang diselesaikan pada tahun 2016. Dengan judul "pengaruh ekuitas merk terhadap keputusan pembelian di aflah bakery Yogyakarta". Dengan hasil penelitian ekuitas merk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Aflah Bakery Yogyakarta.²⁰

¹⁸ Siti Rohmah, "Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam di Hotel Madani Syariah Yogyakarta", *Skripsi* tidak diterbitkan, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2014).

¹⁹ Fredi Ariawan, "Pengaruh Religiusitas Terhadap Loyalitas Kerja Karyawan Perusahaan Aflah Bakery Bantul", 2015. *Skripsi* tidak diterbitkan, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2015).

²⁰ Khamdi Sukriono, "Pengaruh Ekuitas Merk pada Keputusan Pembelian di Aflah Bakery Yogyakarta", 2016. *Skripsi* tidak diterbitkan, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2016).

No	Penelitian Terdahulu	Obyek	Teori	Metode Penelitian
1.	Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Pengelolaan Dana Wakaf Tunai (Studi di Lembaga Wakaf dan Pertanahan NU DIY) (Ari Nurfadilah, 2014)	Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Pengelolaan Dana Wakaf	Teori tentang prinsip-prinsip ekonomi Islam menurut Syed Nawab Heidar	Kualitatif
2.	Penerapan Nilai-Nilai Etika bisnis Islam di Hotel Madani Syariah Yogyakarta (Siti Rohmah, 2014)	Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam	Teori tentang aspek-aspek etika bisnis Islam menurut Issa Rafiq Beekun	Kuantitatif
3.	Pengaruh Religiusitas terhadap loyalitas karyawan di Aflah Bakery Bantul Yogyakarta (Fredri Ariawan, 2015)	Aflah Bakery	Teory tentang religiusitas dan loyalitas dari glock and stark dan vannecia marcel soegandi.	Kuantitatif
4.	Pengaruh ekuitas merk terhadap keputusan pembeli di Aflah Bakery Yogyakarta (Khamdi Syukiono, 2016)	Aflah Bakery	Ekuitas merk david a aecker, keputusan membeli oleh kotler & Gerry.	Kuantitatif

Table 1.1Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu

Berdasarkan pada tinjauan pustaka di atas, ada beberapa hal yang menjadi kajian literatur dalam penelitian ini yakni persamaan yang diambil dalam konteks ini adalah sama-sama tentang etika bisnis Islam. Namun, sejauh peneliti membandingkan, mengkompilasi, menelaah, dan menghayati dari beberapa hasil penelitian yang muncul secara substansi isi dan acuan kajian akademik tidak ada yang mirip dengan penelitian yang sedang dilakukan. Juga subjek penelitian sama-sama Aflah Bakery, akan tetapi pokok pembahasan dan theory yang digunakan sangat berbeda meskipun penelitian ini bersifat berkesinambungan dengan penelitian sebelumnya. Dengan demikian penelitian ini adalah merupakan penelitian berkelanjutan, dan secara kaidah ilmiah ada beberapa bagian yang diambil sebagai kebutuhan akademik sesuai dengan prosedur yang berlaku.

G. Kerangka Teori

1. Pengertian Etika Bisnis

Istilah etika berasal dari Bahasa Yunani *ethos* (kata tunggal), yang berarti tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, akhlak, watak, perasaan, sikap, cara berpikir.²¹ Sedangkan, etika bisnis merupakan cara untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan dan juga masyarakat.

²¹ Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis dalam Persepektif Islam*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hlm. 16.

Etika merupakan cabang filsafat yang membahas tentang nilai atau norma moral yang mengatur perilaku manusia baik sebagai individu maupun sebagai kelompok dan istitusi di dalam masyarakat. Oleh karena itu, di samping etika merupakan ilmu yang memberikan pedoman norma tentang bagaimana hidup manusia diatur secara harmonis, agar tercapai keselarasan dan keserasian dalam kehidupan baik antar sesama manusia maupun antar manusia dengan lingkungannya.

Etika bisnis menjadi salah satu bagian dari dunia bisnis juga banyak diterangkan dalam Al-Qur'an, pendek kata Qur'an, yang merupakan sumber utama umat Islam khususnya dan manusia pada umumnya dalam menjalankan bisnis Islami.²² Selain itu, etika bisnis merupakan studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Studi ini berkonsentrasi pada standar moral, sebagaimana diterapkan dalam kebijakan, intitusi, dan perilaku bisnis. Standar etika bisnis tersebut diterapkan ke dalam sistem dan organisasi yang digunakan masyarakat modern untuk memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa dan diterapkan kepada orang-orang yang ada di dalam organisasi.²³

²² Arifin Johan, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), hlm. 131.

²³ Veithzal Rivai, dkk, *Islamic Business an Economic Ethnics*, (Jakarta:Bumi Aksara, 2012), hlm. 4.

2. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya (yang tidak dibatasi), namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayaan hartanya (ada aturan halal dan haram). Dalam arti, pelaksanaan bisnis harus tetap berpegang pada ketentuan syariat (aturan-aturan dalam Al-Qur'an dan Hadist). Dengan kata lain, syariat merupakan nilai utama yang menjadi paling strategis maupun taktis bagi pelaku kegiatan ekonomi (bisnis).²⁴

Ali Hasan mendefinisikan etika bisnis dalam syari'ah Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar.²⁵ Oleh sebab itu, secara simplistik etika bisnis Islam yang dimaksud dalam kajian teoritis ini adalah segala sesuatu hal yang berhubungan dengan ekonomi, yang sistem dan regulasi di dalamnya lebih mengedepankan nilai-nilai Islam, serta mengimplementasikan etika (akhlak) dalam setiap bisnis usaha yang dijalani.

²⁴*Ibid*, hlm. 13.

²⁵ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah Kaya di Dunia Terhormat di Akhirat*, (Yogyakarta: Pustakan Pelajar.2009), hlm. 171.

Sedangkan, ada beberapa etika Rasulullah dalam membangun citra dagangannya adalah sebagai berikut:²⁶

1. Penampilan

Penampilan dagang rasullualah adalah: tidak mebohongi pelanggan, baik menyangkut besaran kuantitas maupun kualitas.

2. Pelayanan

Pelanggan yang tidak mampu membayar kontan hendaknya diberi tempo untuk melunasinya. Selanjutnya pengampunan (bila memungkinkan) hendaknya diberikan jika ia benar-benar tidak sanggup membayarnya.

3. Persuasi

Menjauhi sumpah yang berlebihan dlaam menjual suatu barang. “sumpah dengan maksud melariskan barang dagangan adalah penghapusan berkah”

4. Pemuasan

Hanya dengan kesepakatan bersama dengan suatu usulan dan penerimaan, penjualan akan sempurna. Dalam QS. An-Nisa Ayat 29 disebutkan, yang artinya;

²⁶ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, hlm. 102.

*“ Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan saling suka sama suka diantara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah maha penyayang kepadamu ”*²⁷

3. Prinsip-Prinsip Etika bisnis islam

Menurut Muhammad Djakfar dalam buku *“Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi”* prinsip-prinsip etika bisnis dalam Islam, antara lain:²⁸

Pertama, jujur dalam takaran (*quantity*). Jujur dalam takaran ini sangat penting untuk diperhatikan karena Tuhan sendiri secara gamblang mengatakan: “ celakalah bagi orang yang curang. Apabila mereka menyukat (menakar) dari orang lain (untuk dirinya), dipenuhkannya (sukatannya). Tetapi apabila mereka menyukat (menakar) (untuk orang lain) atau menimbang (untuk orang lain) dikurangnya. Masalah kejujuran tidak hanya merupakan kunci sukses seorang pelaku bisnis menurut Islam. Tetapi etika bisnis modern juga sangat menekankan pada prinsip kejujuran.

Kedua, menjual barang yang baik mutunya (*quality*). Salah satu cacat etis dalam perdagangan adalah tidak transparan dalam mutu, yang berarti mengabaikan tanggung jawab moral dalam dunia bisnis. Padahal

²⁷ Al Qur'an dan terjemahannya, *Surat. An-nisa. Ayat 29*, (Semarang: Toha Putra, 1990), hlm.122.

²⁸Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta:PenebarPlus,2012), hlm 34.

tanggung jawab yang diharapkan adalah tanggung jawab yang berkeimbangan (*balance*) antara memperoleh keuntungan (profit) dan memenuhi norma-norma dasar masyarakat baik berupa hukum, maupun etika atau adat.

Dalam praktek bisnis, Etika bisnis Islam selalu mengedepankan pelayanan yang baik, informasi dan distribusi yang memudahkan. profesionalitas penting artinya bagi insan Islam dalam menyelesaikan suatu pekerjaan. Menurut Aa Gym profesionalitas sejati dalam Islam terdapat 2 macam, yaitu :

- a. Ketika mencari sangat menjaga *value* (nilai) dirinya, diantaranya : jujur, adil, tepat janji, dan amanah. Sehingga dalam mendapatkan sesuatu dirinya lebih berharga dari apa yang ia dapatkan.
- b. Ketika mendapatkan sesuatu ia mendistribusikannya.²⁹

Ketiga, dilarang menggunakan sumpah (*al-qasm*). Seringkali di temukan dalam kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan para pedagang kelas bawah apa yang dikenal dengan obral sumpah. Mereka terlalu mudah menggunakan sumpah dengan maksud untuk meyakinkan pembeli bahwa Barang dagangannya benar-benar berkualitas dengan harapan gara orang lain terdorong untuk membelinya (*tatsamuh atau taraahum*). Dalam transaksi terjadi kontak antara penjual dan pembeli.

²⁹ Abdullah Gymnastiar, *Etika Berbisnis*, Produser Bambang ELF. 2003. Hlm. 23.

Dalam hal ini seorang penjual diharapkan bersikap ramah dan bermurah hati kepada setiap pembeli. Dengan sikap ini seorang penjual akan mendapatkan berkah dalam penjualan dan akan diminati oleh pembeli.

Keempat, longgar dan bermurah hati (*tatsamuh dan taraahum*).

Dalam transaksi terjadi kontak antar penjual dan pembeli. Dalam hal ini seorang penjual diharapkan bersikap ramah dan bermurah hati kepada setiap pembeli. Dengan sikap ini seorang penjual akan mendapat berkah dalam penjualan dan akan diminati oleh pembeli.

Kelima, membangun hubungan baik (*interrelationship/silat al-rahym*) antara kolegan. Islam menekankan hubungan konstruktif dengan siapa pun, inklud antar sesama pelaku dalam bisnis Islam tidak menghendaki dominasi pelaku yang satu di atas yang lain, baik dalam bentuk monopoli, ologopoli, maupun dalam bentuk-bentuk lain yang tidak mencerminkan rasa keadilan atau pemerataan pendapatan.

Keenam, tertib administrasi. Dalam dunia perdagangan wajar terjadi praktik pinjam meminjam. Dalam Al-Quran mengajarkan perlunya administrasi hutang piutang tersebut agar manusia terhindar dari kesalahan yang mungkin terjadi.

Ketujuh, menetapkan harga dengan transparan. Harga yang tidak transparan bisa mengandung penipuan. Untuk itu menetapkan harga dengan terbuka dan wajar sangat dihormati dalam Islam agar tidak terjerumus dalam riba. Kendati dalam dunia bisnis kita tetap ingin

memperoleh prestasi (keuntungan), namun hak pembeli harus tetap dihormati.

Sedangkan Menurut Ahmad Hasan Ridwan dalam buku “Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil”, prinsip-prinsip Etika Bisnis dalam Islam antara lain:³⁰

- a. Jujur dalam takaran dan timbangan.
- b. Menjual barang yang halal. Dalam salah satu hadis Nabi SAW menyatakan bahwa Allah mengharamkan suatu barang maka haram pula harganya (diperjualbelikan).
- c. Menjual barang yang bermutu baik. dalam berbagai hadis Rasulullah SAW melarang menjual buah-buahan hingga jelas baiknya.
- d. Salah satu sumber hilangnya keberkahan jual beli, yaitu jika seorang menjual barang cacat yang kecacatannya disembunyikan. Menurut riwayat Bukhari, Ibnu Umar memberitakan bahwa seseorang lelaki menceritakan kepada Rasulullah SAW bahwa ia tertipu dalam jual beli. Sabda Rasul: “apabila engkau berjual beli, katakanlah, ‘tidak ada tipuan’”.
- e. Jangan main sumpah. Ada kebiasaan pedagang untuk meyakinkan pembelinya dengan jalan main sumpah agar dagangannya laris.

³⁰Abdul Aziz, Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha, hlm. 41.

Dalam hal ini Rasulullah SAW memperingatkan, “ sumpah itu melariskan dagangan, tetapi menghapuskan keberkahan”. (H.R. Bukhari)

- f. Longgar dan bermurah hati. Sabda Rasulullah SAW., “Allah mengasihi orang yang bermurah hati pada waktu menjual, pada waktu membeli, dan pada waktu menagih utang”. (H.R.Bukhari). kemudian dalam hadis lain Abu Hurairah memberitakan bahwa Rasulullah SAW bersabda :”Ada seorang pedagang yang memiutangi orang banyak. Apabila dilihatnya orang yang ditagih itu dalam kesempitan, dia perintahkan kepada pembantu-pembantunya. ‘Berilah kelonggaran kepadanya, mudah-mudahan Allah memberikan kelapangan kepada kita’. Maka Allah pun memberikan kelapangan kepadanya”. (H.R. Bukhari)
- g. Jangan menyaingi kawan. Rasulullah SAW bersabda, “Janganlah kamu menjual dengan menyaingi dagangan saudaranya”.
- h. Mencatat utang-piutang. Dalam dunia bisnis lazim terjadi pinjam meminjam. Dalam hubungan ini Al-qur’an mengajarkan pencatatan piutang. Gunanya adalah untuk mengingatkan salah satu pihak yang mungkin pada suatu waktu lupa atau khilaf. (Q.S Al-Baqarah: 282)
- i. Larangan riba sebagaimana Allah SWT berfirman:

“Allah memusnakan riba dan menyuburkan sedekah. Dan Allah tidak menyukai setiap orang yang tetap dalam kefakiran, dan selalu berbuat dosa’. (Q.S. Al-Baqarah, 2:276)

- j. Anjuran berzakat, yakni menghitung dan mengeluarkan zakat barang dagangan setiap tahun sebanyak dua,5% sebagai salah satu cara untuk membersihkan harta yang diperoleh dari hasil usaha.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti mengambil prinsip-prinsip etika bisnis Islam menurut Muhammad Djakfar yang digunakan dalam penelitian ini karena dianggap sudah mencakup etika bisnis Islam pada umumnya, yaitu prinsip-prinsip etika bisnis Islam meliputi jujur dalam takaran (quantity), menjual barang yang baik mutunya (quality), dilarang menggunakan sumpah (al-qasm), longgar dan bermurah hati (tatsamuh dan taraahum), membangun hubungan baik (interretionship/silat al-rahym), tertib administrasi dan menetapkan harga dengan transparan.

H. Metode Penelitian

Secara umum metodologi penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.³¹ Jadi, metode penelitian adalah cara-cara yang digunakan penelitian untuk memperoleh data yang digunakan untuk mengetahui kebenaran secara ilmiah sehingga dapat digunakan pada saat menghadapi keadaan yang sama.

³¹ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta,2007), hlm. 3.

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif, yaitu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.³² Metode ini dipilih peneliti untuk menggali data secara akurat yang diperoleh dari sumber data.

Penelitian ini digolongkan sebagai penelitian deskriptif jika ditinjau dari eksplanasinya. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan fakta dan menguraikan secara menyeluruh dan teliti sesuai dengan persoalan yang akan dipecahkan.³³ Oleh sebab itu, berdasarkan pernyataan diatas bisa peneliti simpulkan bahwa jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif.

2. Subyek dan Obyek Penelitian

a. Subyek Penelitian

Subjek penelitian adalah sumber data atau sumber tempat memperoleh keterangan penelitian.³⁴ Subjek penelitian yaitu sumber

³² Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 1.

³³ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial: Format Kuantitatif dan Kualitatif*, (Surabaya: Airlangga Univeritas Press, 2001), hlm.48.

³⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1991), Hlm. 118.

data yang peneliti anggap sebagai sasaran yang dapat memberikan data-data dan informasi yang diperlukan diantaranya adalah terdiri dari 3 (tiga) narasumber yakni:

- 1) *owner* adalah orang yang memiliki wewenang atau tanggung jawab untuk mengatur, memimpin, membuat rencanadan mengendalikan pelaksanaannya gunamencapai tujuannya.
- 2) Karyawan adalah orang yang bekerja pada suatu lembaga (perusahaan, kantor dan sebagainya) yang ditugaskan sebagai pekerja untuk melakukan operasional perusahaan dan dia bekerja untuk digaji.
- 3) Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga dan/atau rumah tangganya dan tidak untuk diperdagangkan kembali (non-komersial).

b. Obyek Penelitian

Obyek penelitian adalah yang menjadi pokok perhatian dari suatu penelitian.³⁵ Obyek penelitian yang dimaksud dalam penelitian ini adalah implementasi prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam di Aflah Bakery Yogyakarta.

³⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pengantar*, (Jakarta: Bina Askara, 1989), hlm. 91.

3. Sumber Data Penelitian

a. Sumber Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrumen-instrumen yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini adalah perusahaan Aflah Bakery Yogyakarta yang akan menjadi sumber informasi.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan data atau informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari obyek penelitian yang bersifat publik, yang terdiri atas: struktur data kearsipan, dokumen, laporan-laporan serta buku-buku dan lain sebagainya yang berkenaan dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini adalah data-data atau arsip-arsip tertulis lainnya yang diperoleh dari perusahaan Aflah Bakery Yogyakarta yaitu dari hasil dokumentasi.

4. Metode pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang relevan dengan permasalahan tentang implementasi prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam di Aflah Bakery Yogyakarta, peneliti menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

a. Metode Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data melalui pengamatan yang cermat dan teliti secara langsung terhadap gejala-gejala yang diselidiki.³⁶ Observasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah observasi partisipatif yaitu observasi dengan penelitian terlibat langsung didalam kegiatannya untuk mendapatkan hasil penelitian yang lengkap dan nyata.

b. Metode Wawancara

Metode wawancara ini digunakan dengan cara melakukan data atau informasi secara langsung dari informan melalui *indepth-interview* atau wawancara mendalam, yang didukung dengan studi dokumen serta pengamatan.³⁷ Metode wawancara ini digunakan untuk memperoleh keterangan, informasi atau penjelasan seputar permasalahan secara mendalam sehingga diperoleh data yang akurat dan terpercaya karena diperoleh secara langsung tanpa perantara.

Dalam melakukan wawancara mendalam dengan para informan, peneliti menggunakan pedoman wawancara (*interview-guide*) sebagai acuan wawancara terhadap responden. Wawancara ini akan dilakukan pada direktur dan karyawan Aflah Bakery yang merupakan sumber

³⁶ Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1996) hlm. 106.

³⁷ Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), hlm. 127.

internal, kemudian konsumen. Wawancara dengan konsumen ini bertujuan untuk memastikan data yang telah diperoleh.

c. Metode Dokumentasi

Metode Dokumentasi adalah suatu cara pengumpulan data yang diperoleh dari beberapa catatan, arsip, foto, agenda, majalah, dan sebagainya yang berkaitan dengan obyek yang diteliti. Dokumentasi digunakan untuk mendapatkan data-data yang tertulis dan digunakan untuk melengkapi dan mengecek data-data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi.³⁸ Penelitian ini menggunakan metode dokumentasi untuk memperoleh data tulisan tentang keadaan Aflah Bakery Yogyakarta, visi dan misi, sistem manajemen, struktur organisasi dan semua tentang prinsip etika bisnis islam.

5. Metode Analisis Data

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif, yaitu dengan cara data yang telah dihimpun selanjutnya disusun secara sistematis, diinterpretasikan, dan dianalisis sehingga dapat menjelaskan pengertian dan pemahaman tentang gejala yang diteliti.³⁹ Ada 3 (tiga) jalur yang digunakan untuk melakukan analisis tersebut, yaitu:

³⁸*Ibid.*, hlm. 158.

³⁹ Miles & Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, (Jakarta: UI Press, 1992), hlm. 14.

- a. Reduksi data (*data reduction*) merupakan proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan dan abstraksi data kasar yang ada dalam *fieldnote* (catatan lapangan). Reduksi data dilakukan selama penelitian berlangsung, dimana hasilnya data dapat disederhanakan dan ditransformasikan melalui seleksi ketat, ringkasan serta penggolongan dalam satu pola. Pada proses pereduksian data, peneliti melakukan penyederhanaan dari hasil verbatim, observasi, dan data kasar yang dirasa perlu dituangkan dalam laporan penelitian ini.
- b. Penyajian data (*data display*) adalah rakitan organisasi informasi yang memungkinkan kesimpulan atas riset yang dilakukan, sehingga peneliti lebih mudah memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang dilakukan. Penyajian data peneliti lakukan dengan menyederhanakan kata-kata yang telah direduksi hingga kemudian disimpulkan.
- c. Penarikan kesimpulan (*conclusion drawing*). Proses ini dilakukan dari awal pengumpulan data. Dalam hal ini peneliti harus mengerti apa arti dari hal-hal yang ditelitinya, dengan cara pencatatan peraturan, pola-pola, pernyataan konfigurasi yang mapan dan arahan sebab-akibat sehingga memudahkan dalam pengambilan kesimpulan.⁴⁰

Ketiga komponen analisis data di atas dalam aplikasinya membentuk sebuah interaksi antara ketiganya dengan proses pengumpulan

⁴⁰*Ibid.*, hlm. 15-19.

data sebagai sebuah siklus. Dimana sifat interaksi ketiganya berjalan terus menerus dari proses awal peneliti turun ke lapangan hingga selesainya proses penelitian.

6. Teknik Keabsahan Data

Dalam meneliti tingkat validitas data yang diperoleh di lapangan, maka peneliti menggunakan teknik triangulasi dalam memeriksa keabsahan data yang diperoleh. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.⁴¹ Dalam penelitian ini teknik triangulasi yang digunakan adalah triangulasi metode dan triangulasi sumber.

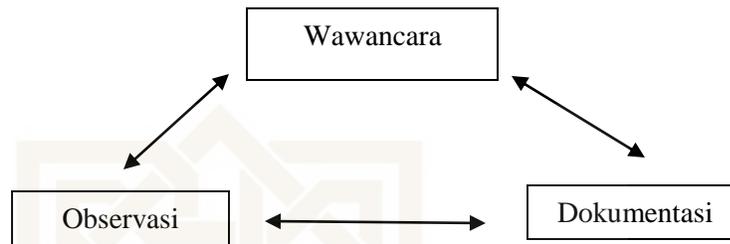
a. Triangulasi Metode

Triangulasi metode berarti pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data. Triangulasi metode pada penelitian ini dilakukan pada metode wawancara, observasi, dan dokumentasi.

⁴¹ Lexy, J. Moeleong, *Metode Penelitian Kualitaitaif*, edisi revisi (Bandung: PT Remaja Karya, 2012), hlm 248.

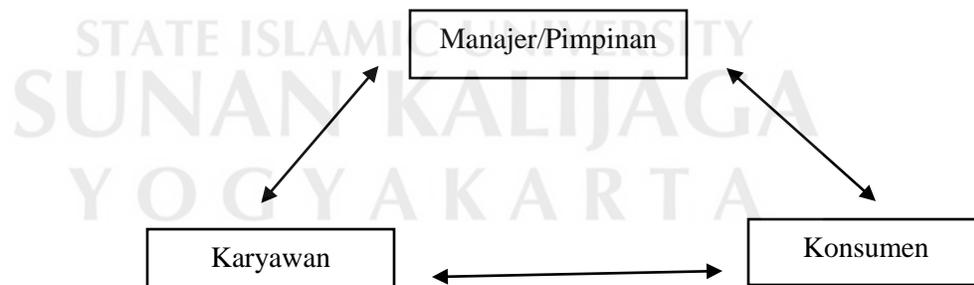
Gambar 1.2

Triangulasi Metode



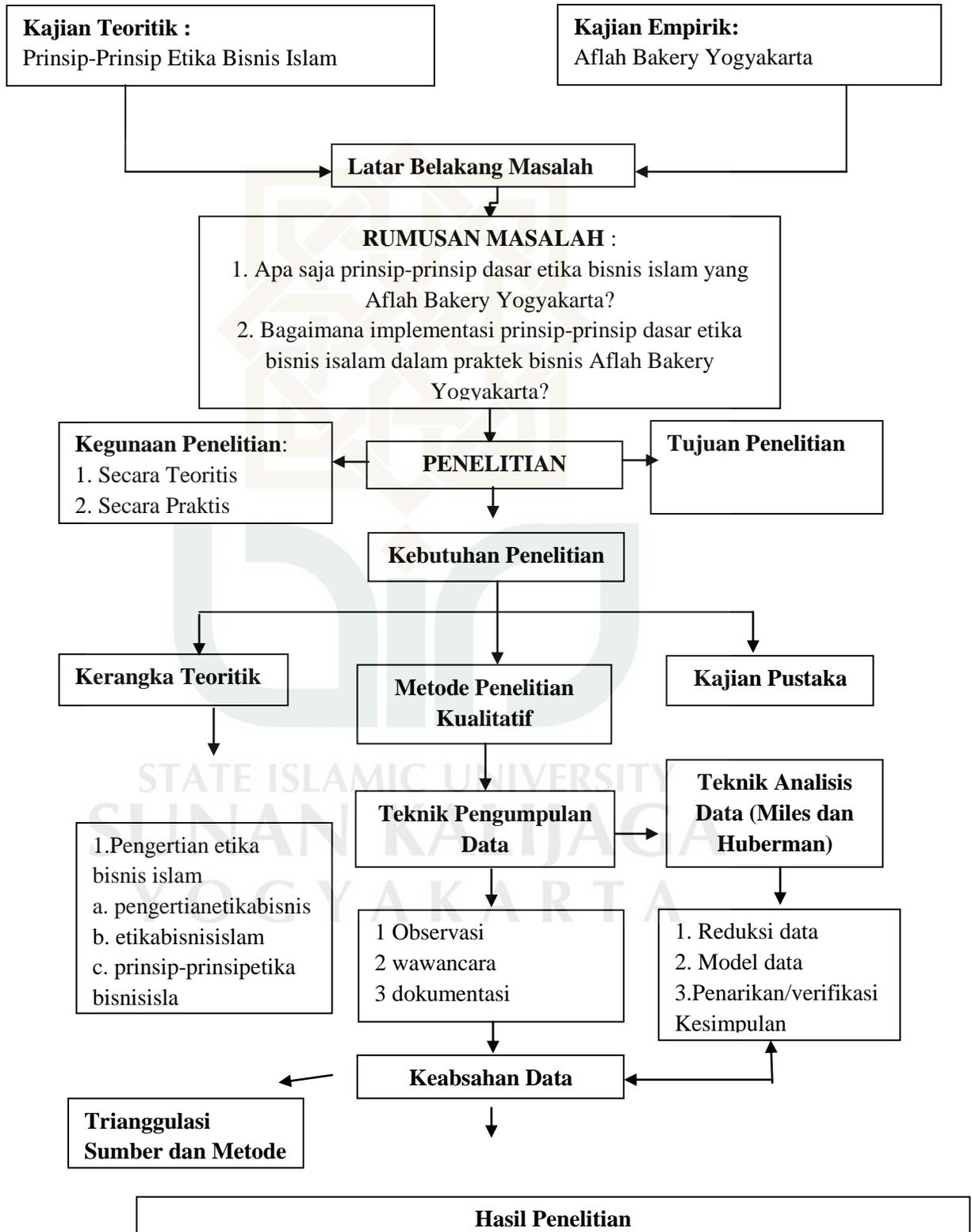
b. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber berarti membandingkan data dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Triangulasi sumber pada penelitian ini dilakukan pada direktur dan karyawan Aflah Bakery, Konsumen.

Gambar 1.3
Triangulasi Sumber

Dalam penelitian ini kegiatan triangulasi yang dilakukan yaitu dengan mengecek kembali data yang diperoleh dari hasil wawancara, pengamatan langsung maupun hasil dokumentasi.

I. Skema dan Alur Penelitian



K. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah dalam pembahasannya, penulis menyusun dalam 4 (empat) bab, masing-masing bab terdiri sub bab dengan sistematika sebagai berikut:

- BAB I** Bab ini berisi tentang pendahuluan yang terdiri dari penegasan judul, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan, dan alur penelitian.
- BAB II** Bab ini berisi gambaran umum Aflah Bakery Yogyakarta dengan segala aspek yang berkaitan, mencakup sejarah dan perkembangannya, visi, misi dan tujuannya, Letak strategisnya, tim manajemen, struktur organisasi, nilai yang dijalankan, dan produk.
- BAB III** Bab ini berisi hasil penelitian dan pembahasan dimana peneliti akan menguraikan dan membahas mengenai Implementasi Prinsip-Prinsip Dasar etika bisnis Islam di Aflah Bakery Yogyakarta.
- BAB IV** Bab ini berisi kesimpulan dan saran, yang berisikan kesimpulan dari uraian skripsi pada bab-bab terdahulu, serta saran menjadi penutup.

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya tentang Implementasi Etika Bisnis Islam pada Aflah Bakery Yogyakarta, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa;

Implementasi Aflah Bakery meneladani tujuh prinsip Etika Bisnis yakni: jujur dalam takaran (*quantity*), menjual barang yang baik mutunya (*quality*), dilarang menggunakan sumpah (*al-qasm*), longgar dan bermurah hati (*tatsamuh dan taraahum*), membangun hubungan baik (*interrelationship/silat al-rahym*) antara kolegan, tertib administrasi dan menetapkan harga dengan transparan.

Dari ketujuh prinsip Etika Bisnis Islam tersebut terdapat prinsip yang sudah berjalan namun belum maksimal karena keterbatasan sumber daya manusianya. Yakni pada bidang Administrasi yang kurang efektif dan efisien waktu dan pencatatannya. Sementara dalam perkembangan persaingan bisnis Aflah Bakery menganalisis tantangann dan akan meningkatkan kualitas baik produk maupun pelayananan kedepannya.

B. SARAN

1. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat melanjutkan penelitian ini dengan objek kajian manajemen Strategi.
2. Bagi lembaga agar lebih maningkatkan proses manajerial dan pencatatan administrasinya.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha*, Bandung: Alfabeta, 2013.

Abdul Jalil, “*Implementation Mechanism of Ethics in Business Organizations*”, dalam *Journal International Business Research*, Vol. 3, No. 4, October 2010.

Abdullah Gymnastiar, *Etika Berbisnis*, Produser Bambang ELF. 2003.

Ahmad Jauhar Tauhid, *Kompas Ruhani*, Jakarta: Serambi, 2006.

Akhmad Nur Zaroni, *Bisnis dalam Perspektif Islam (Telaah Aspek Keagamaan dalam Kehidupan Ekonomi)* Jurnal, Desember 2007.

Aksin Wijaya, “*Memburu Pesan Damai Islam (Memotret Penolakan Gus Dur atas Fatwa MUI)*”, dalam *Jurnal Studi Islam An-Nur*, Vol. II, No. 3, September 2005.

Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah Kaya di Dunia Terhormat di Akhirat*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.

Ari Nur Fadilah, “*Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Pengelolaan Dana Wakaf Tunai (Studi di Lembaga Wakaf dan Pertanahan NU DIY)*”, Skripsi, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014.

Arifin Johan, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, 2009.

Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Rineka Cipta, 2008.

Budi Untung, *Hukum dan Etika Bisnis*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2012.

Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial: Format Kuantitatif dan Kualitatif*, Surabaya: Airlangga Univeritas Press, 2001.

Dwi Soetjipto, *Road to semen Indonesia: Transformasi Korporasi mengubah Konflik menjadi kekuatan*, Jakarta: Kompas, 2014.

Fredi Ariawan, “*Pengaruh Religiusitas Terhadap Loyalitas Kerja Karyawan Perusahaan Aflah Bakery Bantul*”, *Skripsi*, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2015.

Guntur Setiawan, *Implementasi dalam Birokrasi Pembangunan*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.

http://eprints.uny.ac.id/16863/1/Vian%20Pujiastuti_11411134011.pdf diakses tanggal 11 April 2017.

<http://phitry-kawaii.blogspot.co.id/2009/12/pentingnya-administrasi-dalam-dunia.html>. diakses tanggal 15 April 2017.

<http://sugengrusmiwari.blogspot.com/2011/10/bakan-kuliah-adm-perkantoran-4.html>, diakses 10 april 2017.

Imam Al Ghazali, *Benang Tipis Antara Halal dan Haram*, Surabaya: Putra Pelajar, 2002.

Imam An nawawi, *Sahahih Muslim*, Beirut: Dar El-Marefah, 1995.

Irma Nilasari dan Sri Wiludjeng, Irma Nilasari dan Sri Wiludjeng, *Pengantar Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.

Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, 2009.

Khamdi Sukriono, "Pengaruh Ekuitas Merk pada Keputusan Pembelian di Aflah Bakery Yogyakarta", *Skripsi*, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2016.

Lexy. J. Moeleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, edisi revisi. Bandung: PT Remaja Karya. 2012.

Miles & Huberman, "*Analisis Data Kualitatif*", Jakarta: UI Press, 1992.

Muhammad Ali Haji Hasim, *Bisnis Satu Cabang Jihad*, Jakarta: Pustaka Al-Kausar, 2005.

Muhammad Djakfar *Hukum Bisnis Membangaun Wacana Integrasi Perundangan Nasional dengan Syari'ah*, UIN Malang.

Muhammad Djakfar, *Anatomi Perilaku Bisnis, Dialektika Etika Dengan Realitas*, Malang: UIN-Malang Press, 2009.

Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2006.

Muhammad Salim, *Etika Bisnis dalam Ekonomi Islam*, (Arsip Blog : Berbagi Ilmu), 28 Mei 2013. Diakses 28 april 2017.

Muhandis Natadiwirya, *Etika Bisnis Islami*, Jakarta: Granada Press, 2007).

Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam* Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, cet2, 2003.

Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, Jakarta: Bumi Aksara, 1996.

Nurdin Usman, *Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum*, Semarang: CV Obor Pustaka, 2002.

Pius A. Partanto dan M. Dahlan Al Barry, *Kamus Ilmiah Populer*, Surabaya: Penerbit Arkola, 1997.

Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.

Ratnawati, *Persaingan Bisnis dalam Persektif Islam*, Facebook, Syafatain, 28 Juli 2013.

Sidqi Muhammad Jamil Al 'Athari, *Sunan At-Tarmidzi*, Beirut: Dar El Fikri, 1994.

Siti Rohmah, *"Penerapan Nilai-Nilai ETika Bisnis Islam di Hotel Madani Syariah Yogyakarta"*, Skripsi, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2014.

Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis dalam Persepektif Islam*, Jakarta: Salemba Empat, 2011.

Sri nawatmi, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, Universitas Stikubank Semarang, 2010.

Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2009.

Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2007.

Suharsimi Arikunto, *"Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis"*, Jakarta: Rineka Cipta, 1991.

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pengantar*, Jakarta: Bina Askara, 1989.

Toto Asmara, *Membudayakan Etos Kerja Islami*, Jakarta: Gema Insani Press, 2002.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, Tentang Perlindungan Konsumen.

Veithzal Rivai, dkk, *Islamic Business an Economic Ethnics*, Jakarta: Bumi Aksara, 2012.

Yuli firawati, "*Pengaruh manajemen spiritual terhadap kinerja organisasi*" (studi pada *Aflah Bakery Bantul Yogyakarta*), Skripsi, Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam negeri Sunan Kalijaga, 2013.

Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani, 1997.

Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani, 2006

PROPOSAL SKRIPSI
IMPLEMENTASI PRINSIP-PRINSIP ETIKA BISNIS ISLAM
DI AFLAH BAKERY YOGYAKARTA

INTERVIEW GUIDE

Bab II. Gambaran Umum Lembaga

1. Bagaimanakah Sejarah berdirinya Aflah Bakery Yogyakarta?
2. Bagaimana pandangan anda tentang letak strategis Aflah Bakery Yogyakarta?
3. Apakah penjelasan logo Aflah Bakery Yogyakarta?
4. Apa saja produk Aflah Bakery Yogyakarta?
5. Siapa sajakah yang menjadi konsumen (target market) Aflah Bakery Yogyakarta?
6. Bagaimana struktur organisasi Aflah Bakery Yogyakarta?
7. Media apa saja yang digunakan dalam penjualan produk di Aflah Bakery Yogyakarta?

Bab. III. PEMBAHASAN

1. Apa saja prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam yang ada di Aflah Bakery Yogyakarta?
2. Bagaimana penerapan prinsip kejujuran dijalankan?
3. Bagaimana menentukan kualitas produk dan pelayanan yang baik bagi konsumen?
4. Bagaimana cara meningkatkan pelayanan bagi kostumer?

5. Bagaimana cara memperoleh dan memilah kolega bisnis dan juga menciptakan kepercayaan satu sama lain?
6. Bagaimana prosedur pencatatan administrasi di Aflah Bakery Yogyakarta?
7. Bagaimana cara meyakinkan customer mengenai penilaian produk yang dimiliki Aflah Bakery Yogyakarta?
8. Bagaimana tahap penentuan harga pada produk Aflah Bakery (kaitannya dengan penetapan keuntungan)?.
9. Apakah sebagai penyedia jasa kuliner Aflah Bakery Yogyakarta sudah memberikan kejujuran penjualan menurut anda? (berkaitam dg barang mutu bagus harga bagus)
10. Apakah yang menjadi tantangan dan hambatan dari implementasi etika bisnis islam yang di jalankan dan bagaimana menyikapinya?

Untuk Kostumer

11. Bagaimana kualitas produk dan pelayanan konsumen menurut anda?
12. Bagaimana masukan anda untuk meningkatkan pelayanan bagi kostumer?
13. Mengenai cara meyakinkan customer tentang produk yang dimiliki Aflah Bakery Yogyakarta, apakah sudah tepat dan (sama dg jawaban Owner)?
14. Bagaimana menurut anda tentang penentuan harga pada produk Aflah Bakery (kaitannya dengan penetapan keuntungan) apakah sesuai dengan yang anda perkirakan?
15. Bagaimana penilaian anda tentang implementasi prinsip etik bisnis islam yang dijalankan Aflah Bakery?

Interview

Narasumber : Bp. Bukhori Alzahrowi

Posisi : Pendiri Aflah

Waktu : 15 Maret 2017

No	Pertanyaan
1	<p>Apa saja prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam yang ada di Aflah Bakery Yogyakarta?</p> <p>“ ya, selama ini ya prinsip yang kami pakai dalam bisnis di aflah bakry ini ya prinsip barokah. Kami mencari rejeki dan berharap bisa mendapatkan ridho dari Allah mbak. Ya seperti yang dikatakan ibu kemarin pas wawancara.</p> <p>Apakah di Aflah Cake & Bakery ini menggunakan prinsip jujur dalam takaran?</p> <p>Iya mbak, insyaallha kami memang sudah mematenkan untuk takaran, setiap pemesanan takarannya sama semua.</p>
2	<p>Bagaimana penerapan jujur dalam takaran (Quantity) dalam aflah pak?</p> <p>“ kami biasanya memberikan sample produk mbak untuk calon konsumen, nanti itu dibawa sama marketing kita ke tepat kostumer jadi, konsumen bisa menentukan pilihan kira-kira puas ndak sama produk kita. Lalu nanti kau deal dengan sample yang kita kasih, pas pembuatan pesanannya pun sesuai sama, secetakan sama samplanya mbak. Misalnya pesan nasi kotak senilai 20.000, dengan menu yang tertera di broshur atau web, ya nanti sama besarnya, jenisnya dllnya mbak.</p> <p>Mungkin ini ya mbak, kemarin kita mencoba mencari pembanding produk lain. Kami kanda layanan aqiqah itu, dengan mahar minimal 2jt untuk satu kambing jantan dan sudah sama nasi dan lain-lainnya. Mungkin banyak yang lebih murah dari kami, tapi dengan harga segitu kita benar-benar memaksimalkan ke-sah an kambing aqiqah itu mbak, ya biar nggak Cuma <i>cempe</i>. Kalau <i>cempe</i> kan nggak sah mbak aqiqahnya. Hehehe”</p>
3	<p>Bagaimana menentukan kualitas produk dan pelayanan yang baik bagi konsumen?</p> <p>“kualitas itu nomer satu mbak, prinsip bisanis kami, sasarannya adalah segala lini</p>

	<p>masyarakat. Dari masyarakat bawah, menengah maupun yang atas bias memesan dikita. Harga juga bervariasi bias ditentukan konsumen sendiri.</p> <p>Kami sudah memiliki sertifikat halal dan BPOM. Jadi sudah teruji kan kelayakan dari produk kami. Dan ini memang usaha kami agar tidak membuat ragu konsumen saat memesan makan di kita. Jadi semua jelas di awal.”</p>
4	<p>Bagaimana cara meningkatkan pelayanan bagi kostumer</p> <p>“ ini pelayanan apa ya mbak? Pelayanan di kami menngacu pada good service mbak, mengupayakan begitu lah. Kalau untuk pelayanan akses ostumer kita meyediakn banyak website, dan media social mbak, memanfaatkan facebook, rotikue.com, aflahsukses dan banyak sekali mbak, nanti bisa saya kasih alamatnya. Untuk pelayanan kostumer yang sudah order biasanya kita berpatokan dengan waktu pemesanan, jadi kami nggak mau sampai telat deliver pesanan. Karena prinsip kami 7474 tadi mbak. Maju cepat. Hehehehe”</p>
5	<p>Bagaimana cara memperoleh dan memilah kolega bisnis dan juga menciptakan kepercayaan satu sama lain</p> <p>“ untuk kolega bisnis kami memilih teman dekat mbak, dari awal kami bekerja sama dengankenalan atau sahabat yang bisa membantu, dari permodalan atau bahan-bahan. Nah selanjutnya kami punya langganan pemasok gandum, telur dan lain-lain untuk kebutuhan pembuatan roti itu. Untuk kateringnya kita masih percaya pasar tradisional mbak, kan dekat sini ada pasar sanden, kami biasanya belanja disana dan membpunyai langganan sendiri disana, untuk membeli daging atau bumbu lain. Jadi ya kepercayaan itu sudah ada di awal mbak. Karena sudah saling kenal”</p>
6	<p>Bagaimana prosedur pencatatan administrasi di Aflah Bakery Yogyakarta?</p> <p>“wah kalau adminstrasi ya begitu, kami masih menggunakan admistrasi sederhana yang mengurus sirkulasi keuangan dan laporannya juga masih ibu langsung sebagai keuangan dari awal. Jadi ya laporan pemasukan pengeluaran bulannya masih bisa dikontrol sendiri. Kalau buat konsumen ya kami beri kuitansi karena kami juga sudah memiliki SIUP dan NPWP biasanya instransi juga tidak ragu kalau pesan di kami kami mudahkan mengurusnya.</p>

8	<p>Bagaimana cara meyakinkan customer mengenai penilaian produk yang dimiliki Aflah Bakery Yogyakarta</p> <p>“ kalau meyakinkan ya kan konsumen itu biasanya udah dapat tester tadi mbak, lalu udah ada yang pernah pesan di Aflah jadi testimony juga. Apa ya inbtinya sebenarnya marketing kita dari berbagai lini dan cara marketing sudah baik lah dalam mengenalkan produk aflah ini. Apalagi sertifikasi-sertifikasi juga sudah kami miliki jadi ya enak, kita show sampel testimony pada acara-acara besar yang kita handle pesannya”</p>
9	<p>Bagaimana tahap penentuan harga pada produk Aflah Bakery</p> <p>Penentuan harga ya berdasarkan kuantitas kualitas mbak. Ya seperti yang ada di broshur dan web. Kalau untung kami memang bukan prioritas utama mbak, tapi ya setiap usaha pasti nggak mau rugi kan? Ya seperti itu saja mbak. Penentuan harga berdasarkan harga pasaran sekarang gitu aja.</p>
10	<p>Apakah yang menjadi tantangan dan hambatan dari implementasi etika bisnis islam yang di jalankan dan bagaimana menyikapinya</p> <p>Tantangannya pasti banyak mbak. Ya persaingan dari tahu ke tahun semakin ketat, banyak usaha-usaha kuliner di jogja. Tapi ya namanya juga bisnis, kita harus percaya sama yang maha membagi rizky. Kadang itu ya ada konsumen yang nawar, atau mbandingin dengan catering lain gitu yang katanya lebih murah. Tapi ya kami tetap dalam standard harga yang ada mbak. Ya tadi contohnya aqiqah kan ada yang murah banget. Tapi kita nggak tau kan itu kamingny apa sudah memenuhi syarat atau belum. Atau catering ayam nanti ayamnya Cuma kecil-kecil. Ya walau harga murah kita kan mengutamakan kualitas juga mbak. Jadi ya nggak asal laku saja.</p> <p>Menghadapin ya itu tadi, kita perlu lagi jangkauan marketing dan pererat keyakinan konsumen pada produk kita mbak. Meningkatkan kualitas. Kan jare wong jowo, ono rego ono rupo.</p>
11	<p>Pak, apa di aflah juga cara meyakinkan konsumen dengan sumpah-sumpah gitu biar konsumen menarik?</p> <p>Hahaha, ya ndak lah mbak, buat apa lhawong kita udah ada sertifikat dari beberapa</p>

	<p>lembaga terpercaya koq, pake sumpah-sumpah segala, nambahin dosa aja mbak. Ya apa adanya saja mbak, kualitas kita ya seperti itu, semaksimal mungkin kami kasih terbaik buat konsumen. Jadi biar konsumen sendiri yang memutuskan. Kalau konsumen puas kan nanti bisa rekom ke teman lain dan seterusnya. Banyak yang begitu jadi ya tidak perlu muluk-muluk baikin produk dengan sumpah begituan.</p>
--	---

Nama :Lailatul munawaroh

Jabatan :Marketing Aflah

Waktu : 20 Maret 2017

	<p>Apa saja prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam yang ada di Aflah Bakery Yogyakarta</p> <p>Prinsipnya etika bisnis dalam proses marketing di sini ya, asal tidak saling menjatuhkan antar marketing mbak, jujur dan saling bantu membantu untuk mencapai target market dan juga demi menjaga pertemanan yang dibangun antar marketing.</p>
	<p>Bagaimana menentukan kualitas produk dan pelayanan yang baik bagi konsumen?</p> <p>Kualitas dan kuantitas produk kan yang menentukan dari aflah langsung mbak, kita yang membawa sample yang diberikan pada konsumen. Kota sistemnya jemput bola mbak, jadi menawarkan produk kami langsung pada instansi-instansi, utamanya yang sudah kenal dengan kita, jadi lebih enak proses goalnya. Bisa setidaknya punya kesempatan lah buat dapat orderan. Hehehe</p> <p>Nah untuk pelayanan prosedur marketingnya udah dari aflah, biasanya di training sama pak bukhori, bagaimana ngomongnya gitu. Jadi ya semua sesuai prosedur perusahaan.</p>
	<p>Bagaimana cara meningkatkan pelayanan bagi kostumer</p> <p>Jadi, ya pelayanannya ya itu kita yang mendatangi konsumen, semaksimal mungkin memberi senyum, sapa salam, dan membuat mereka nyaman dengan kita, kita bisa dapat kontakknnya. Mendatangkan pesanan tepat waktu dan semaksimal mungkin nggak ngecewain konsumen deh mbak.</p>

	<p>Bagaimana prosedur pencatatan administrasi di Aflah Bakery Yogyakarta?</p> <p>Kalau untuk administrasi, setahu saya ya mbak langsung ditangani ibu tin, nanti kalau kita dapat orderan ya kita yang tangani, kita laporkan ke pusat, lalu pencatatannya akan dibuat oleh pusat yakni bu tin. Nanti kita tinggal minta kuitansi aja yang biasanya dibutuhkan konsumen tanda bukti pembayaran juga.</p>
	<p>Bagaimana cara meyakinkan customer mengenai penilaian produk yang dimiliki Aflah Bakery Yogyakarta</p> <p>Meyakinkannya ya dengan keahlian marketing masing-masing, ya dengan kata sopan dan lebih ke member tester produk sih mbak, kalau tester kan jarang yang nolak, dari sana kita dapat setidaknya satu dua kali pemesanan lah dari instansi yang sama.</p>
	<p>Apakah yang menjadi tantangan dan hambatan dari implementasi etika bisnis islam yang di jalankan dan bagaimana menyikapinya</p> <p>Kalau tantangannya ya namanya juga dunia makanan mbak, kadang kalau itu uter bosan jadi kadang ada jedsnya nggak pesan di kita. Dan banyaknya rumah makan yang bias delivery order itu biasanya yang bikin kita agak bersaing ketat. Belum lagi bisnis kuliner kayak kita yang member harga murah, ya walau dengan kualitas rendah sampai sedang, kadang konsumen lebih memilih harga yang murah daripada harga sedikit mahal tapi kualitas menjanjikan.</p>
	<p>Lalu, apa di aflah juga cara meyakinkan konsumen dengan sumpah-sumpah gitu biar konsumen menarik?</p> <p>Halah, nggak mbak, buat apa? Kita datangi aja konsumen, kasi brosur, jelasin dikit udah koq mbak, nanti kalau boleh kita minta ontaknya lalu kita kasi testernya hari selanjutnya. Dan dalam prosedur yang dilatihkan pak buk=horu nggak [ernah ngajarin gitu mbak, semua udah ada yang ngatur koq, ya kita maksimalkan kualitas kita dan promo2 aja baitr semakin dikenal jadi bisa lebih meyakinkan konsumen nantinya.</p>

Nama : Joko susilo

Jabatan : Konsumen

Waktu : 20 Maret 2017

No`	Pertanyaan
1	<p>Bagaimana kualitas produk dan pelayanan konsumen menurut anda?</p> <p>Kyualitasnya sudah bagus mbak, rasanya enak, porsinya cukup dan tidak telambat dalam pengantaran pesanan itu yang membuat lebih.</p>
2	<p>Bagaimana masukan anda untuk meningkatkan pelayanan bagi kostumer</p> <p>Ya kalau saya sih masukannya untuk tester lebih bervareasi ;lagi, ;ebih banyak jdi kita bisa nyicip banayk mbak. Hehehe tapi disamping itu sudah bagus lah, nimornya juga mudah dihubungi dan harga terjangkau itu sudah lebih dari cukup untuk konsumen.</p>
3	<p>Mengenai cara meyakinkan customer tentang produk yang dimiliki Aflah Bakery Yogyakarta, apakah sudah tepat?</p> <p>Iya sdudah mbak, mereka itu, mbak-mbak marketingnya kalau datang kesini ya Cuma senyum, mengenalkan produk sama ngasi referensi web, jadi selain dapat brosur kita juga bias buka webnya buat tau lebih lanjut keunggulannya mbak.</p>
4	<p>Bagaimana menurut anda tentang penentuan harga pada produk Aflah Bakery</p> <p>Haganya verieatif ya mba, beragam dan terjangkau. Untuk perusahaan menengah seperti tempat kerja saya terjangkau dan puas lah setelah memesan di aflah.</p>
5	<p>Bagaimana penilaian anda tentang implementasi prinsip etik bisnis islam yang dijalankan Aflah Bakery.</p> <p>Ya kalau emang etika bisnis islam yang dijalankan ya itu bagus. Menurut saya.</p>





UJIAN SERTIFIKASI TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI

diberikan kepada

Nama : Khusnul Khotimah
 NIM : 10240042
 Fakultas : Dakwah Dan Komunikasi
 Jurusan/Prodi : Manajemen Dakwah
 Dengan Nilai :

No.	Materi	Nilai	
		Angka	Huruf
1.	Microsoft Word	75	B
2.	Microsoft Excel	55	D
3.	Microsoft Power Point	80	B
4.	Internet	95	A
5.	Total Nilai	76.25	B
Predikat Kelulusan		Memuaskan	

TERIAN Yogyakarta, 4 Januari 2016

Kepala PTIPD



Agung Fatwanto, Ph.D.
 SUNAN KNPB : 19770103 200501 1 003

Standar Nilai:

Nilai		Predikat
Angka	Huruf	
86 - 100	A	Sangat Memuaskan
71 - 85	B	Memuaskan
56 - 70	C	Cukup
41 - 55	D	Kurang
0 - 40	E	Sangat Kurang





TEST OF ENGLISH COMPETENCE CERTIFICATE

No: UIN.02/L4/PM.03.2/2.24.4.284/2016

Herewith the undersigned certifies that:

Name : **KHUSNUL KHOTIMAH**
Date of Birth : **January 04, 1992**
Sex : **Female**

took TOEC (Test of English Competence) held on **January 22, 2016** by Center for Language Development of State Islamic University Sunan Kalijaga and got the following result:

CONVERTED SCORE	
Listening Comprehension	42
Structure & Written Expression	44
Reading Comprehension	43
Total Score	430

Validity: 2 years since the certificate's issued



Yogyakarta, January 22, 2016
Director,



D. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.
NIP. 19680915 199803 1 005





KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
**LEMBAGA PENELITIAN DAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**

بِسْمِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Sertifikat

Nomor : UIN.02/L.2/PP.06/ 2885/ 2013

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta memberikan sertifikat kepada :

Nama : Khusnul Khotimah
Tempat, dan Tanggal Lahir : Bojongbaru, Kotabumi, 04 Januari 1992
Nomor Induk Mahasiswa : 10240042
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

yang telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Integrasi-Interkoneksi Tematik Posdaya Berbasis Masjid Semester Khusus, Tahun Akademik 2012/2013 (Angkatan ke-80), di :

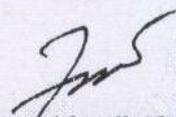
Lokasi : Girijati 3
Kecamatan : Purwosari
Kabupaten/Kota : Gunungkidul
Daerah Istimewa Yogyakarta

dari tanggal 16 Juli s/d. 9 September 2013 dan dinyatakan LULUS dengan nilai 96.00 (A)
Sertifikat ini diberikan sebagai bukti yang bersangkutan telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan status intrakurikuler dan sebagai syarat untuk dapat mengikuti ujian Munaqasyah Skripsi.



Yogyakarta, 16 Oktober 2013

Ketua,


Zamzam Afandi, M.Ag., Ph.D
NIP. : 19631111 199403 1 002

شهادة اختبار كفاءة اللغة العربية

الرقم: UIN.02 / L4 / PM.03.2 / a3.24.967 / 2015

تشهد إدارة مركز التنمية اللغوية بأن

الاسم : Khusnul Khotimah :

تاريخ الميلاد : ٤ يناير ١٩٩٢

قد شاركت في اختبار كفاءة اللغة العربية في ١٠ ديسمبر ٢٠١٥، وحصلت على درجة :

٤٨	فهم المسموع
٤١	التراكيب النحوية و التعبيرات الكتابية
٤٢	فهم المقروء
٤٣٧	مجموع الدرجات

هذه الشهادة صالحة لمدة سنتين من تاريخ الإصدار

جوكجاكرتا، ١٠ ديسمبر ٢٠١٥

المدير



Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.

رقم التوظيف : ١٩٦٨٠٩١٥١٩٩٨٠٣١٠٠٥





KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN KALIJAGA



Nomor: UIN.02/R.Km/PP.00.9/2845.a/2010

Sertifikat

diberikan kepada:

NAMA : KHUSNUL KHOTIMAH
NIM : 10240042
Jurusan/Prodi : MD

atas keberhasilannya menyelesaikan semua tugas workshop
SOSIALISASI PEMBELAJARAN DI PERGURUAN TINGGI
Bagi Mahasiswa Baru UIN Sunan Kalijaga Tahun Akademik 2010/2011
Tanggal 28 s.d. 30 September 2010 (20 jam pelajaran) sebagai:

PESERTA

Yogyakarta, 1 Oktober 2010



Sertifikat

Nomor : /C.2.PAN.OPAK-UIN-SUKA/IX/2010

Diberikan Kepada :

Sebagai :

Orientasi Pengenalan Akademik & Kemahasiswaan (OPAK) 2010

Tema :

**Membangun Nalar Kritis Mahasiswa sebagai Pengawal Rakyat
dalam Mewujudkan Nilai-nilai Pancasila**

Diselenggarakan Oleh Panitia Orientasi Pengenalan Akademik & Kemahasiswaan (OPAK) 2010
Dewan Eksekutif Mahasiswa (DEMA) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
di Kampus UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Tanggal 23 - 25 September 2010

Yogyakarta, 25 September 2010

Mengetahui :

Pembantu Rektor III
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Dewan Eksekutif Mahasiswa (DEMA)
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Panitia OPAK 2010
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Prof. Dr. H. Maradustam Siregar, MA
UIN NIP. 19591001 198703 1002

Fika Fauziqurrahman
Presiden

Marzuki
Ketua

Nurdiansyah Dwi Sasongko
Sekretaris





KEMENTERIAN AGAMA RI.
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
FAKULTAS DAKWAH
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230

SERTIFIKAT

Nomor : UIN.02/DD.3/PP.00.9/128.a/2011

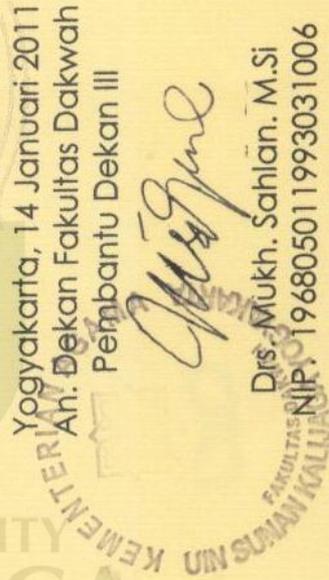
Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta menyatakan bahwa :

Nama : **Khusnul Khotimah**
NIM : **10240042**
Jurusan : **MD**

dinyatakan **LULUS** dalam kegiatan Mentoring Agama (Baca Qur'an) tahun akademik 2010/2011 yang diselenggarakan oleh Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, pada tanggal 1 Desember 2010 sampai 14 Januari 2011.

Yogyakarta, 14 Januari 2011
Ah. Dekan Fakultas Dakwah
Pembantu Dekan III

Drs. Mukh. Sahlan. M.Si
NIP. 196805011993031006





KEMENTERIAN AGAMA
REPUBLIK INDONESIA

I J A Z A H
MADRASAH ALIYAH
PROGRAM : ILMU PENGETAHUAN SOSIAL

TAHUN PELAJARAN 2009/2010

Nomor: MA.523/13.17/PP.01.1/422/2010

Yang bertanda tangan di bawah ini, Kepala Madrasah Aliyah..... Negeri
Tambakberas Jombang..... menerangkan bahwa:

nama : KHUSNUL KHOTIMAH
tempat dan tanggal lahir : Bojong Baru Kota Bumi, 4 Januari 1992
nama orang tua : Nizar
madrasah asal : MA Negeri Tambakberas Jombang
nomor induk : 19902

LULUS

dari satuan pendidikan berdasarkan hasil Ujian Nasional dan Ujian Madrasah serta telah memenuhi seluruh kriteria sesuai dengan peraturan perundang-undangan.



Jombang, 26 April..... 2010

Kepala Madrasah,

DIS. H. AH. SUTARI. M. Pd.

NIP. 13.1.415.738

MA 13008050



**DAFTAR NILAI UJIAN
MADRASAH ALIYAH**

Program : Ilmu Pengetahuan Sosial
TAHUN PELAJARAN 2009/2010

Nama : KHUSNUL KHOTIMAH
Tempat dan Tanggal Lahir : Bojong Baru Kota Bumi, 4 Januari 1992
Madrasah Asal : MA Negeri Tambakberas Jombang.
Nomor Induk : 19902

No.	Mata Pelajaran	Tertulis	Praktik
UJIAN NASIONAL			
1.	Bahasa Indonesia	7.40	-
2.	Bahasa Inggris	8.20	-
3.	Matematika	9.00	-
4.	Ekonomi	8.75	-
5.	Sosiologi	8.20	-
6.	Geografi	9.00	-
Jumlah		50.55	-
UJIAN MADRASAH			
1.	Pendidikan Agama		
	a. Al-Qur'an-Hadis	8.20	8.40
	b. Akidah-Akhlak	8.20	-
	c. Fikih	7.90	8.30
	d. Sejarah Kebudayaan Islam	7.80	-
2.	Pendidikan Kewarganegaraan	8.10	-
3.	Bahasa dan Sastra Indonesia	-	8.20
4.	Bahasa Arab	8.60	8.00
5.	Bahasa Inggris	-	7.50
6.	Sejarah	8.10	-
7.	Pendidikan Jasmani, Olahraga, dan Kesehatan	8.00	7.40
8.	Seni Budaya	-	8.30
9.	Teknologi Informasi dan Komunikasi	7.80	7.50
10.	Keterampilan/Bahasa Asing	8.00	8.20
Jumlah		80.70	71.80
1.	Muatan Lokal : <u>Kitab Kuning</u>	7.90	8.60
2.

Jombang, 26 April 2010

Kepala Madrasah,



[Signature]
DR. H. AH. SUTARI, M.Pd

NIP. 131 415 738

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Diri :

Nama : Khusnul Khotimah
Tempat Tanggal Lahir : Kota Bumi, 04 Januari 1992
Agama : Islam
Pekerjaan : Mahasiswi
Alamat : Jl. Sendawar Rt 11 No 36 Bontang Kalimantan Timur
Nama Orang Tua:
Ayah : Nizar
Ibu : Nasirohut Diniyah
No. Telpn : 082254679402

Riwayat Pendidikan:

1. TK Tunas Inti Bontang
2. SDN 008 Bontang
3. MTsN Tambakberas Jombang
4. MAN Tambakberas Jombang
5. Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA