

**PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DI WARUNK
UPNORMAL YOGYAKARTA**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk memenuhi sebagian syarat-syarat
memperoleh gelar Sarjana Strata 1

Di Susun Oleh:

Muhammad Arief Hardianto

NIM. 12240028

Pembimbing:

Aris Risdiana.S.Sos.I., MM.

NIP. 19820804 201101 1 007

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

2018



**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-1598/Un.02/DD/PP.05.3/08/2018

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DI WARUNK UPNORMAL YOGYAKARTA

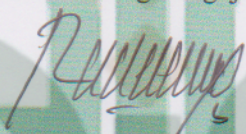
yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : **Muhammad Arief Hardianto**
NIM/Jurusan : **12240028/MD**
Telah dimunaqasyahkan pada : **Jumat, 24 Agustus 2018**
Nilai Munaqasyah : **91 (A -)**

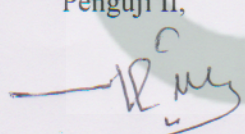
dan dinyatakan diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM MUNAQASYAH

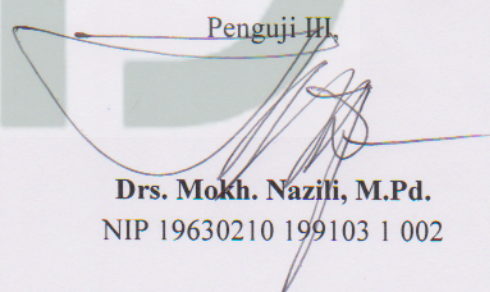
Ketua Sidang/Penguji I,


Aris Risdiana, S.Sos.I., MM.
NIP 19820804 201101 1 007

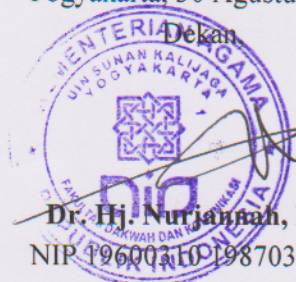
Penguji II,


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

Penguji III,


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

Yogyakarta, 30 Agustus 2018



Dr. Hj. Nurjannah, M.Si
NIP 19600310 198703 2 001



KEMENTERIAN AGAMA
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Msrda Adisucipto, Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamualaikum wr.wb

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

Nama : Muhammad Arief Hardianto
Nim : 12240028
Judul Skripsi : **Penerapan Etika Bisnis Islam Di Warunk Upnormal Yogyakarta**

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan/Prodi Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Manajemen Dakwah.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi tersebut diatas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum wr.wb

Yogyakarta, 20 Agustus 2018

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen Dakwah

Pembimbing



Drs. M. Rosvid Ridla, M.Si

NIP. 196701041993031003

Aris Risdiana.S.Sos.I., MM.

NIP. 19820804 201101 1 007

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Muhammad Arief Hardianto

Nim : 12240028

Jurusan : Manajemen Dakwah

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: **“Penerapan Etika Bisnis Islam Di Warunk Upnormal Yogyakarta”** adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan peneliti tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang peneliti ambil sebagai acuan. Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab peneliti.

Yogyakarta, 20 Agustus 2018

Yang menyatakan,



Muhammad Arief Hardianto

NIM. 12240028

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur Alhamdulillah.

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

Kedua Orang Tua ku tercinta

Almamater tercinta

jurusan Manajemen Dakwah

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Yogyakarta



MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya:

“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.”¹

¹ Al-Qur'an Surat An-Nisaa' Ayat 29. Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Surabaya: Karya Agung, 2006), hlm. 107.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT pengemula seluruh alam yang dengan kuasanya Ia ditinggikan derajat manusia dari makhluk-Nya yang lain melalui kecerdasan akal sehingga manusia dapat berpikir dan berkembang. Sholawat dan salam akan selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, semoga keselamatan selalu atas beliau, keluarga dan sahabat serta umatnya yang tetap berpegang teguh pada Islam.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa terselesaikannya skripsi ini berkat izin dan rahmat Allah SWT kepada peneliti dengan perantara berbagai pihak yang turut membantu. Untuk itu peneliti sampaikan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Prof. KH. Yudian Wahyudi, M. A., Ph. D., selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. Nurjannah, M.Si., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga.
3. Drs. M. Rosyid Ridla, M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga.
4. Drs. Mokhammad Nazili, M. Pd., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga.
5. Hj. Mikhriani, M.M., Selaku dosen pembimbing Akademik.

6. Aris Risdiana, S.Sos.I., MM., selaku pembimbing skripsi yang dengan sabar memberikan waktu luang untuk membimbing, mengarahkan, dan mengoreksi skripsi ini.
7. Dosen Manajemen Dakwah yang telah memberikan motivasi dan bimbingan serta ilmu.
8. Nurhidayati, selaku bagian administrasi Jurusan Manajemen Dakwah. Terimakasih atas bantuannya yang telah mengurus segala keperluan skripsi.
9. OM Warunk Upnormal Yogyakarta yang telah memberikan saya kesempatan untuk melakukan penelitian.
10. Karyawan dan *customer* Warunk Upnormal Yogyakarta yang telah menjadi bagian dalam peneliti menyelesaikan skripsi ini.
11. Kedua Orang tua saya yang selalu memberikan do'a dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Keluarga Besar saya yang tiada hentinya mendukung dan memberi do'a kepada saya untuk menyelesaikan skripsi.
13. Fatmawati, S.Pd., tercinta yang selalu memberikan dukungan serta mendoakan saya untuk menyelesaikan skripsi.
14. Teman-teman ARMADA 2012 (Arek-Arek Manajemen Dakwah) yang turut serta membantu dan mendukung saya agar cepat terselesaikannya skripsi ini.
15. Teman-teman jurusan MD yang selalu mendukung, terimakasih banyak.
16. Teman-teman seperjuangan, Ja'a Al pahlevi, Riris Diyah Astuti, Fajar Tri Susanto, Rahmat Hidayat, Luqman Na'im, Iqda Fitridazia. Terimakasih untuk dukungan dan semangatnya.

17. Teman-teman Warunk Upnormal Yogyakarta, Ifan Lutfi Hidayat, Rian, Rio, Firman, Putri, Rama, dan yang lainnya. Terimakasih untuk dukungan dan semangatnya.
18. Teman-temanku semua yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terimakasih banyak atas *supportnya*.
19. Segenap pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT membalas semua jasa baik mereka serta memberikan balasan yang lebih sebagai amal sholeh di sisi-Nya. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi masih banyak kekurangan. Hal ini dikarenakan pengetahuan yang dimiliki penulis sangatlah terbatas, untuk itu diperlukan saran dan masukan demi kesempurnaan penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi pembaca serta semua pihak yang berkepentingan dengan skripsi ini.

Yogyakarta, 17 Agustus 2018

Peneliti,

Muhammad Arief Hardianto
NIM. 12240028

ABSTRAK

Muhammad Arief Hardianto (12240028), “Penerapan Etika Bisnis Islam Di Warunk Upnormal Yogyakarta. *Skripsi*, Yogyakarta: Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2018.

Etika bisnis Islami merupakan suatu norma yang bersumber dari Al-Qur’an dan Hadits yang dijadikan pedoman untuk bertindak, bersikap, bertingkah laku serta membedakan antara mana yang baik dan mana yang buruk dalam melakukan aktivitas bisnis. Warunk Upnormal Yogyakarta dijadikan sebagai lokasi penelitian oleh peneliti sebab perusahaan ini merupakan perusahaan dibidang kuliner yang sedang mengalami kemajuan yang pesat dengan menjalankan kegiatan operasional kerja sesuai dengan SOP yang sudah ditentukan oleh perusahaan serta menerapkan konsep etika bisnis yang Islami.

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian deskriptif kualitatif, yaitu menggambarkan dan menguraikan data secara sistematis. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer yaitu Pihak Manajemen, Karyawan dan *Customer* Warunk Upnormal Yogyakarta. Sedangkan data sekunder bersumber dari dokumen Warunk Upnormal Yogyakarta dan buku-buku penunjang. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Fokus dalam penelitian ini adalah penerapan etika bisnis Islam yang diterapkan di Warunk Upnormal Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana konsep etika bisnis Islam yang diterapkan di Warunk Upnormal Yogyakarta.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa secara umum Warunk Upnormal Yogyakarta telah menerapkan konsep etika bisnis Islam yaitu konsep tauhid, keadilan, kehendak bebas, tanggungjawab, dan kebajikan. Namun hal itu belum termaksimalkan dengan baik dikarenakan masih ada beberapa hal yang perlu diperbaiki oleh perusahaan mulai dari komunikasi antara pihak manajemen dengan karyawan ataupun antara sesama karyawan Warunk Upnormal Yogyakarta. Selain itu, pihak manajemen Warunk Upnormal Yogyakarta sudah memperhitungkan resiko yang kemungkinan terjadi dengan menerapkan konsep etika bisnis Islami di perusahaan tersebut. Mereka meyakini bahwa bisnis yang sesuai dengan aturan Islam akan membawa kebaikan serta mendatangkan keberkahan.

Kata kunci: Penerapan dan Etika Bisnis Islam.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Kajian Pustaka.....	6
F. Kerangka Teori.....	11
1. Pengertian Etika Bisnis Islam.....	11
2. Pentingnya Etika Bisnis Islam.....	12

3. Konsep Etika Bisnis Islam.....	13
4. Sistem Etika Bisnis Islam	16
5. Penerapan Etika Bisnis Islam	17
G. Metode Penelitian	23
1. Jenis Penelitian	23
2. Jenis Data.....	24
3. Teknik Pengumpulan Data	24
4. Teknik Analisis Data	26
5. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	28
H. Alur Penelitian	32

**BAB II : GAMBARAN UMUM WARUNK UPNORMAL
YOGYAKARTA**

A. Letak Geografis.....	33
B. Sejarah Warunk.....	33
C. Visi dan Misi.....	35
D. Struktur Organisasi	36
E. Kegiatan <i>Spiritual Company</i>	38
F. Produk	38
G. Jumlah SDM	39
H. Kompetensi Pegawai.....	40
I. Fasilitas	40

BAB III : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Persiapan penelitian	42
1. Orientasi.....	42
2. Proses Perizinan.....	43
B. Penerapan Etika Bisnis Islam.....	44
1. Tauhid (Keesaan).....	44
2. Adil (Keseimbangan).....	54
3. Kehendak Bebas	64
4. Tanggungjawab.....	72
5. Kebajikan	82

BAB IV: PENUTUP

A. Kesimpulan	88
B. Saran	88

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Pedoman Wawancara
2. Dokumentasi
3. Daftar Riwayat Hidup

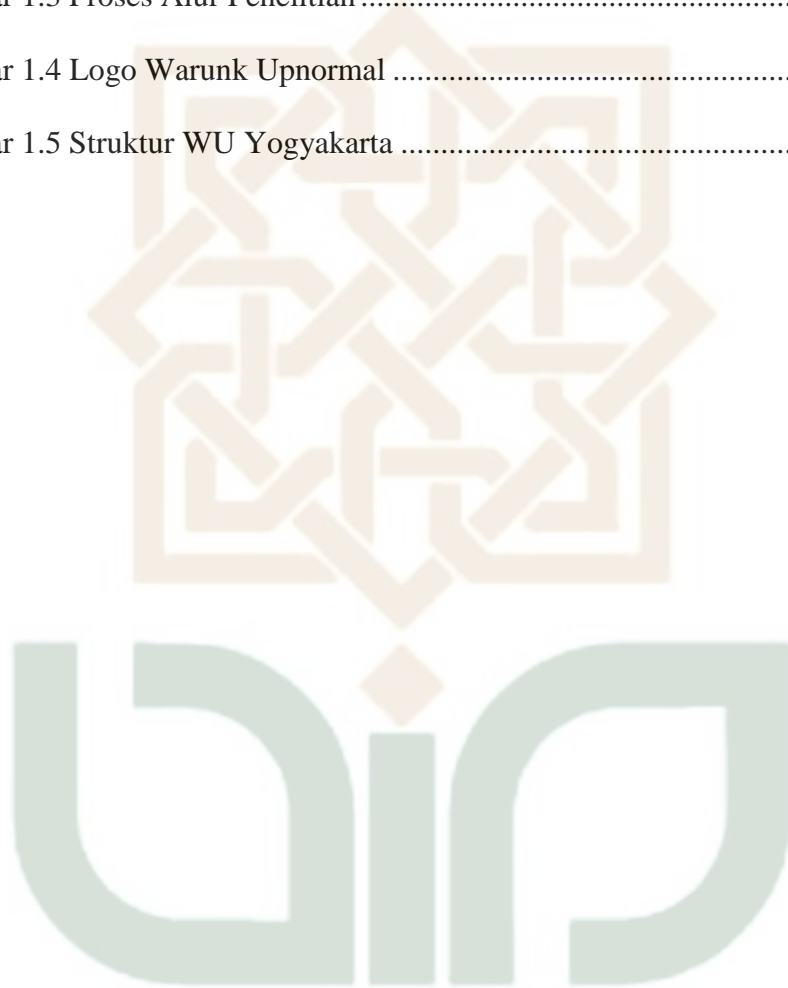
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbedaan Istilah dalam Pengujian Keabsahan Data antara Metode Kualitatif dan Kuantitatif.....	28
Tabel 1.2 Jumlah Karyawan Warunk Upnormal Yogyakarta.....	39



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bagan Triangulasi Tiga Teknik Pengumpulan Data	30
Gambar 1.2 Bagan Triangulasi Tiga Sumber Data	31
Gambar 1.3 Proses Alur Penelitian	32
Gambar 1.4 Logo Warunk Upnormal	34
Gambar 1.5 Struktur WU Yogyakarta	36



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis merupakan tulang punggung perekonomian suatu negara. Aktivitas bisnis telah mengantongi izin sejak awal munculnya Islam. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya dalil-dalil Al-Qur'an yang menjelaskan mengenai kehalalannya, salah satunya seperti yang tertera dalam QS. Al-Baqarah ayat 275 yang berbunyi:

... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا^ج

Artinya:

*“...Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”.*¹

Ayat diatas dengan tegas memberikan seruan kepada kaum muslimin bahwa jual beli (bisnis) dihalalkan oleh Allah SWT, baik dalam bentuk jual beli barang dagangan maupun jual beli di bidang jasa. Sementara itu, Allah SWT mengharamkan segala bentuk transaksi yang mengandung riba. Riba merupakan bentuk mal praktek bisnis yang memuat unsur *bathil*, *fasad* dan *dhalim* yang pada akhirnya akan mengakibatkan penderitaan bagi salah satu pihak.²

¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2007), hlm. 36.

² Muhammad dan R. Lukman Fauroni, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis* (Jakarta : Salemba Diniyah, 2002), hlm.141.

Memulai dan menjalankan bisnis tentu tidak boleh lepas dari etika, karena mengimplementasikan etika dalam bisnis akan mengarahkan kehidupan manusia untuk mencapai kebahagiaan dunia dalam bentuk memperoleh keuntungan materil dan kebahagiaan akhirat dengan memperoleh ridha Allah SWT.³ Menurut Muhammad, etika bisnis Islami merupakan suatu norma yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis yang dijadikan pedoman untuk bertindak, bersikap, bertingkah laku serta membedakan antara mana yang baik dan mana yang buruk dalam melakukan aktivitas bisnis.⁴ Dengan demikian antara etika dan bisnis merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan.

Visi misi bisnis di dalam ekonomi Islam tidak hanya berorientasi pada maksimalisasi laba seperti halnya pada kaum kapitalis yang berprinsip dengan biaya rendah dapat menghasilkan keuntungan yang besar,⁵ melainkan visi misi bisnis Islami lebih mengedepankan manfaat dari suatu produk serta keberkahan dalam memperoleh keuntungan. Akan tetapi, kenyataan yang ada sekarang banyak terjadi pergeseran etika dalam berbisnis, misalnya banyak pelaku bisnis yang terlibat dalam transaksi riba, mengambil keuntungan yang tidak wajar, mengurangi timbangan atau takaran, gharar, penipuan, penimbunan, skandal, korupsi, kolusi, dan ijon (membeli sesuatu yang belum saatnya dijual). Hal tersebut menandakan merosotnya kejujuran, etika, rasa solidaritas serta

³ Muhammad Djakfar, *Agama, Etika dan Ekonomi* (Malang : UIN-Malang Press, Cet. Ke-1, 2007), hlm. 16.

⁴ Muhammad, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004), hlm. 41.

⁵ Umer Chapra, *Islam dan Tantangan Ekonomi* (Jakarta: Gema Insani Press, 2000), hlm.18.

tanggung jawab, sehingga terjadilah persaingan yang tidak sehat diantara para pelaku bisnis.⁶ Bentuk-bentuk transaksi diatas hendaknya menjadi perhatian serius dari para pelaku bisnis muslim.

Saat ini jumlah perusahaan bisnis kuliner di Indonesia semakin meningkat, terbukti banyaknya perusahaan bisnis kuliner seperti restoran, kafe, rumah makan dan sebagainya. Yogyakarta terkenal dengan kota wisata. Mulai dari wisata alam, wisata budaya hingga wisata kuliner terdapat di kota tersebut. Untuk wisata kuliner hampir di setiap sudut kota Yogyakarta terdapat warung, rumah makan/restoran, maupun kafe yang menawarkan jajanan atau makanan. Selain memiliki wisata kuliner, Yogyakarta juga menawarkan tempat bersantai yang sudah menjadi aktivitas wajib bagi remaja di kota pelajar tersebut. Karena bersantai dan bersosialisasi sekarang sudah menjadi kebutuhan bagi sebagian besar orang, tak terkecuali bagi remaja (usia sekolah), mahasiswa, eksekutif muda bahkan sampai para orang tua tidak ketinggalan tertular kebiasaan untuk berkumpul bersama teman-temannya hanya sekedar bersosialisasi, reunian, dan membahas berbagai peluang bisnis bersama relasi-relasi mereka.

Fenomena ini menciptakan sebuah kebutuhan akan tempat yang nyaman dengan makanan enak dan harga terjangkau. Atas dasar inilah maka berdirilah Warunk Upnormal yaitu tempat tongkrongan dengan produk utama Indomie, roti bakar, susu segar, dan kopi yang dikemas dalam tempat bernuansa kafe. Warunk Upnormal juga terdapat di Yogyakarta dan merupakan cabang dari Warunk Upnormal yang berpusat di Bandung. Warunk Upnormal

⁶ Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, hlm. 236.

Yogyakarta berdiri pada tanggal 29 Juli 2016 yang beralamat di Jl. Seturan Raya No. 90B, Depok, Sleman, Yogyakarta. Dengan menu yang beraneka macam baik dari makanan dan minuman yang dikemas dalam nuansa khas ala kafe menjadikan Warunk Upnormal Yogyakarta sebagai tempat nongkrong yang *recommended* untuk semua kalangan.

Warunk Upnormal Yogyakarta dari awal berdiri hingga saat ini, mempunyai omset yang terus meningkat dan mengalami kenaikan yang signifikan dikarenakan memiliki visi dan misi yang jelas serta memiliki pelanggan tetap yang senantiasa mengunjungi Warunk Upnormal Yogyakarta untuk sekedar makan ataupun berkumpul dan bersosialisasi. Walaupun persaingan bisnis yang berada di sekitar Warunk Upnormal Yogyakarta itu banyak, tetapi Warunk Upnormal Yogyakarta masih dapat bertahan dan masih banyak peminatnya.

Penerapan etika bisnis Islami selama ini yang dilakukan di Warunk Upnormal Yogyakarta menemui beberapa kendala, diantaranya yaitu :

Pertama, setiap hari jum'at pagi, bagi karyawan Muslim di haruskan mengikuti pengajian dan *tausiyah* rutin di outlet, tetapi kenyataannya masih ada beberapa karyawan yang tidak mengikutinya dengan berbagai alasan.

Kedua, dalam hal pengajian karyawan masih ada yang belum mendapatkan gaji sesuai dengan tanggal yang sudah ditetapkan setiap bulannya.

Ketiga, ada atau tidaknya OM (*Office Manager*) di outlet mempengaruhi kinerja dan operasional karyawan. Karena masih ada beberapa karyawan yang tidak bertanggungjawab dengan tugas yang sudah di amanahkan oleh atasannya sehingga kinerjanya kurang efektif dan efisien.

Keempat, dalam memaksimalkan kinerja karyawan di Warunk Upnormal Yogyakarta tidak sesuai dengan misi poin yang kedua yaitu mensejahterakan karyawan. Hal ini dilihat dari sisi para karyawan yang selalu mengeluh terhadap atasan (OM/AOM) dan sistem di perusahaan tersebut.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti mengadakan penelitian dengan mengambil judul skripsi Penerapan Etika Bisnis Islam Di Warunk Upnormal Yogyakarta.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan identifikasi permasalahannya adalah bagaimana penerapan etika bisnis Islam di Warunk Upnormal Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan yang ingin dicapai peneliti dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan etika bisnis Islam di Warunk Upnormal Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Sebagaimana yang diuraikan penulis mengenai tujuan penelitian, maka diharapkan penelitian ini memiliki manfaat sebagai berikut:

a. Bagi Penulis

Untuk memenuhi tugas skripsi dan memberi kontribusi pemikiran bagi penulis serta memperdalam pengetahuan mengenai penerapan etika bisnis Islam di Warunk Upnormal Yogyakarta.

b. Bagi Praktisi

Dengan adanya penelitian ini dapat dipergunakan sebagai bahan referensi dan evaluasi dalam penerapan etika bisnis Islam di Warunk Upnormal Yogyakarta.

c. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi untuk mengembangkan ilmu, khususnya ilmu etika bisnis Islam sehingga dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

E. Kajian Pustaka

1. Penelitian Siti Rohmah yang berjudul “Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam di Hotel Madani Syariah Yogyakarta”, menunjukkan bahwa etika bisnis Islam sudah diterapkan di Hotel Madani Syariah Yogyakarta. Tauhid, adil, berkehendak bebas, tanggungjawab dan ihsan adalah aspek dari etika bisnis Islam. Etika bisnis Islam wajib diterapkan bagi perusahaan berbasis syariat, sama halnya pada hotel syariat. Dalam menjalankan bisnis yang berbasis syariat pihak hotel sudah memperhitungkan resiko yang mungkin terjadi dengan menerapkan prinsip syariat. Mereka meyakini bahwa bisnis

yang sesuai dengan aturan Islam akan membawa kebaikan dan mendatangkan keberkahan.⁷

2. Penelitian Laili Latifah, dengan judul Analisis “Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Tingkat Profitabilitas Rumah Yoghurt Berdasarkan Perspektif Karyawan (Studi kasus pada Rumah Yoghurt di Kota Batu)”, hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis Islam yang diterapkan oleh Rumah Yoghurt dinilai oleh mayoritas karyawan efektif dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan. Hal tersebut dibuktikan dari keseluruhan rata-rata skor hasil kuisioner karyawan yang tinggi, baik pada aspek etika manajemen, etika pemasaran, maupun etika lingkungan. Dalam menjalankan kegiatan usaha dan operasionalnya, Rumah Yoghurt memiliki standar pedoman etika bisnis Islam yang dijadikan landasan seluruh kegiatan usaha dan operasional perusahaan. Apabila perusahaan dapat menerapkan pedoman etika bisnis Islam tersebut dengan baik dan secara berkelanjutan, maka diyakini oleh sebagian besar karyawan, tingkat profitabilitas perusahaan akan meningkat.⁸
3. Penelitian Sidqi Amalia Izzati dengan judul “Penerapan Etika Bisnis Islam di Boombu Hot Resto Tegal”, hasil penelitian menunjukkan bahwa etika

⁷ Siti Rohmah, Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam di Hotel Madani Syariah Yogyakarta, *Skripsi* (Yogyakarta: Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 2014).

⁸ Laili Latifah Puspitasari, Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Tingkat Profitabilitas Rumah Yoghurt Berdasarkan Perspektif Karyawan (Studi kasus pada Rumah Yoghurt di Kota Batu), *Skripsi* (Malang: Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim, 2014).

bisnis yang diterapkan oleh Boombu Hot Resto pada umumnya telah sesuai dengan etika bisnis yang diajarkan dalam Islam. Adapun sifat-sifat yang masuk dalam etika bisnis Islam diantaranya *siddiq* yang tercermin dari tidak melipatgandakan harga dalam jual beli, jujur dalam takaran dan produk yang dijual tidak termasuk produk yang dilarang dalam Islam. Sifat amanah yaitu adanya laporan pertanggungjawaban kepada pemilik mengenai pemasukan ataupun pengeluaran yang ada dalam Boombu Hot Resto, serta pencapaian pelayanan yang optimal sebagai wujud rasa terima kasih kepada konsumen. Sifat *tabligh* yang diterapkan oleh Boombu Hot Resto diantaranya adalah berkomunikasi dengan ramah, memiliki visi misi yang tidak bertentangan dengan syariat Islam, dan menjalin *silaturrahmi* dengan mitra bisnis maupun konsumen. Sifat *fathanah* tercermin dari keadaan spiritual pemilik dan karyawan yang tetap mengedepankan spiritualitas kepada Allah SWT. Sifat *syaja'ah* yang merupakan sifat kerja keras.⁹

4. Penelitian Hafiz Juliansyah yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Ciputat”, mengungkapkan bahwa faktor yang mempengaruhi etika bisnis Islam adalah tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan *ihsan*. Tauhid merupakan kepercayaan terhadap keesaan Tuhan, sehingga akan merasa diawasi dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Keseimbangan merupakan keadilan dalam melakukan kegiatan bisnis tak terkecuali kepada pihak yang

⁹ Sidqi Amalia Izzati, Penerapan Etika Bisnis Islam Di Boombu Hot Resto Tegal, *Skripsi* (Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo, 2015).

tidak disukai. Kehendak bebas merupakan kebebasan untuk melakukan kontrak di pasar, sehingga terbentuklah permintaan dan penawaran. Tanggung jawab diimplementasikan paling tidak dalam tiga hal, yaitu perhitungan keuntungan, menghitung bagi hasil dan dalam sistem ijon (membeli sesuatu yang belum saatnya dijual).¹⁰

5. Jurnal Desy Astrid Anindya yang berjudul “Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha pada Wirausaha di Desa Delitua Kecamatan Delitua”, menunjukkan bahwa ada pengaruh etika bisnis Islam terhadap keuntungan usaha. Setiap pedagang muslim harus menjalankan kegiatan ekonominya berdasarkan syariat yaitu aturan atau ketetapan yang Allah SWT perintahkan kepada hamba-hamba-Nya. Kegiatan ekonomi tersebut dimaknai sebagai kegiatan yang tidak melakukan tipu muslihat, adanya keadilan antara pihak penjual dan pembeli, adanya kemurahan hati, memiliki motivasi yang baik di dalam menjalankan bisnisnya dan kesemuanya itu hanya untuk menjalankan perintah Allah SWT.¹¹
6. Jurnal Elida Elfi Barus dan Nuriani yang berjudul “Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi pada Rumah Makan Wong Solo Medan)”, menunjukkan bahwa RM Wong Solo menerapkan konsep etika bisnis Islam yang berlandaskan syariat. Hal ini dapat dilihat dari segi karyawan, kualitas

¹⁰ Hafiz Juliansyah, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Ciputat, *Skripsi* (Jakarta: Fakultas Syari’ah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah, 2011).

¹¹ Desy Astrid Anindya, “Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha pada Wirausaha di Desa Delitua Kecamatan Delitua”, *Jurnal At-Tawassuth*, Vol. II, No.2, (2017), hlm. 389 – 412.

produk dan kepemimpinannya. Bagi mereka bekerja adalah jihad, berlandaskan Al-Qur'an surat Ash-Shaff ayat 10-11. Karena bagi mereka bisnis bukan hanya mengejar keuntungan duniawi semata tapi juga mengharap ridho dari Allah SWT. Mereka mengeluarkan zakat untuk setiap keuntungan yang diperoleh. Implementasi etika bisnis Islam pada RM Wong Solo sudah diterapkan dengan cukup baik. Hal ini terbukti dari segi karyawannya, RM Wong Solo mewajibkan semua karyawannya menggunakan busana muslimah lengkap dengan jilbabnya. Juga mewajibkan setiap karyawan untuk mengikuti pengajian rutin setiap minggunya dan kuliah tujuh menit setiap harinya sebelum memulai aktifitas. Serta mewajibkan setiap karyawan untuk melaksanakan sholat lima waktu, sesibuk apapun mereka, karena sholat merupakan tiang agama. RM Wong Solo juga menekankan kepada karyawan untuk memberikan pelayanan terbaik kepada para pelanggan. Kemudian dilihat dari segi produk yang mereka jual, RM Wong Solo juga selalu menggunakan bahan makanan dan minuman yang sudah bersertifikat halal dan telah diverifikasi oleh MUI. Mereka mewajibkan setiap *supplier* untuk memberikan sertifikat halal atas barang baku yang mereka kirim ke RM Wong Solo. Selanjutnya, dilihat dari segi kepemimpinannya, RM Wong Solo tidak asal-asal dalam memilih seorang manajer. Manajer haruslah beragama Islam, lancar membaca Al-Qur'an serta mampu menjadi khatib sholat jum'at.¹²

¹² Elida Elfi Barus dan Nuriani, "Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi pada Rumah Makan Wong Solo Medan)", *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, Volume 2 Nomor 2, (September 2016), hlm. 144.

Dilihat dari beberapa pustaka yang telah dipaparkan diatas, ada beberapa perbedaan antara hasil penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Peneliti menganggap perlu mengadakan penelitian lebih lanjut dan spesifik tentang penerapan etika bisnis Islam di Warunk Upnormal Yogyakarta karena belum ditemui subyek dan obyek penelitian serupa dalam penelitian-penelitian sebelumnya. Maka dari itu peneliti menitik beratkan pada penerapan etika bisnis Islam di Warunk Upnormal Yogyakarta.

F. Kerangka Teori

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam adalah seperangkat prinsip-prinsip etika yang membedakan yang baik dan yang buruk, harus, benar, salah, dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan seseorang untuk mengaplikasikannya atas apa saja dalam dunia bisnis.¹³ Menurut Faisal Badroen, etika bisnis Islam adalah pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis yang berpedoman kepada Al-Qur'an dan Hadis.¹⁴ Sedangkan menurut Jusmaliani dalam bukunya yaitu etos perdagangan Islami yang paling mendasar adalah adanya kesadaran bahwa transaksi jual-beli yang dilakukan sama sekali tidak terlepas dari niat dan semangat ibadah, dalam kerangka mencari ridha Allah SWT.¹⁵

¹³ Muhammad Saifullah, *Etika Bisnis Islami dalam Praktek Bisnis Rasulullah* (Semarang: Jurnal IAIN Walisongo, 2011).

¹⁴ Faisal Badroen, dkk., *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 70.

¹⁵ Jusmaliani, dkk., *Bisnis Berbasis Syariah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hlm. 83.

Berdasarkan penjabaran di atas bahwa etika bisnis Islam merupakan seperangkat nilai, aturan maupun tata cara yang dijadikan pedoman dalam berbisnis sehingga aktivitas bisnis yang dilakukan tidak menyimpang dari ajaran Islam. Penjelasan lainnya adalah etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan salah yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan. Jadi, antara etika dengan bisnis merupakan dua hal yang saling berhubungan sehingga menghasilkan suatu tatanan bisnis yang saling menguntungkan antara kedua belah pihak.

2. Pentingnya Etika Bisnis Islam

Sepanjang sejarah kegiatan perdagangan atau bisnis tidak pernah luput dari sorotan etika. Tidak dapat disangkal bahwa sekarang ini etika bisnis mendapat perhatian yang besar sampai menjadi disiplin ilmu yang berdiri sendiri. Hadirnya etika dalam dunia bisnis sangat diharapkan oleh semua pihak. Hal tersebut dikarenakan semua orang ingin memperoleh perlakuan yang etis dalam melakukan transaksi perdagangan.

Praktek manipulasi dalam perdagangan tidak akan pernah terjadi jika dilandasi dengan etika yang tinggi. Etika memiliki kendali *intern* dalam hati nurani seseorang. Pelaku bisnis yang bisnisnya dilandasi dengan nilai keagamaan akan mengetahui bahwa perilaku etis dalam bisnis akan

memberikan kepuasan tersendiri baik di dunia maupun di akhirat kelak.¹⁶

Dalam bisnis, etika Islam memiliki beberapa kepentingan yaitu:

- a. Etika bisnis Islam dipusatkan pada upaya mencari cara untuk menyalurkan kepentingan suatu lembaga bisnis yaitu mencari keuntungan dengan tuntutan moralitas.
- b. Etika bisnis Islam bertugas melakukan perubahan atas kesadaran masyarakat tentang bisnis dengan memberikan pemahaman bahwa bisnis tidak dapat dipisahkan dari etika.¹⁷

3. Konsep Etika Bisnis Islam

Pada prinsipnya, ajaran Islam tentang etika dalam bisnis merupakan petunjuk bagi para pelaku bisnis untuk berbuat baik pada dirinya sendiri, sesama manusia, alam sekitar serta tidak pernah lalai untuk beribadah kepada Allah SWT. Kecintaan terhadap bisnis tidak boleh melebihi kecintaan terhadap Allah SWT dan Rasulullah.¹⁸ Konsep dalam berbisnis yang Rasulullah SAW praktikkan yaitu selalu berlaku adil dan jujur. Dalam hal ini, bisnis yang adil dan jujur adalah bisnis yang tidak mendhalimi dan tidak pula didhalimi.¹⁹ Firman Allah SWT dalam surah Al- Ma'idah (5) : 8 yang berbunyi:

¹⁶ Buchari Alma dan Donni Junni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, hlm. 200.

¹⁷ Muhammad, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004), hlm. 60-61.

¹⁸ Veithzal Rivai, *Islamic Marketing* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012), hlm. 98.

¹⁹ Jusmaliani, dkk., *Bisnis Berbasis Syariah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hlm. 51.

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا
يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ ءَلَّا تَعْدِلُوا ءَعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ
وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿٨﴾

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah SWT, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah SWT, sesungguhnya Allah SWT Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan”.²⁰

Menurut Rafik Issa Beekun yang dikutip oleh Sofyan S. Harahap, ada lima konsep kunci yang membentuk sistem etika bisnis Islam adalah: keesaan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, serta kebajikan.²¹

a. Tauhid, *Unity* (Kesatuan, Keutuhan, atau Keesaan)

Ini adalah konsep tauhid yang berarti semua aspek dalam hidup dan mati adalah satu baik aspek politik, ekonomi, sosial, maupun agama adalah berasal dari satu sistem nilai yang paling terintegrasi yang terkait dan konsisten. Tauhid hanya cukup dianggap sebagai keyakinan Tuhan hanya satu. Tauhid adalah sistem yang harus dijalankan dalam mengelola kehidupan ini.

²⁰ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan terjemahannya* (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2007), hlm. 86.

²¹ *Ibid.*, hlm. 78-79.

b. Adil, *Ekulibrium* (Keseimbangan atau Harmoni)

Semua aspek kehidupan harus seimbang agar dapat menghasilkan keteraturan dan keamanan social sehingga kehidupan manusia di dunia ini dan di akhirat nanti melahirkan harmoni dan keseimbangan.

c. *Freewill* (Berkehendak Bebas)

Manusia diangkat sebagai Khalifah Allah atau pengganti Allah di bumi untuk memakmurkannya. Manusia dipersilahkan dan mampu berbuat sesuka hatinya tanpa paksaan, Tuhan memberikan koridor yang boleh dan yang tidak boleh. Aturan itu dimaksudkan untuk kemaslahatan manusia. Allah menurunkan rasul-Nya untuk memberikan peringatan dan kabar gembira. Pelanggaran terhadap aturan Allah akan dimintai pertanggung jawaban.

d. *Responsibility* (Tanggung Jawab)

Karena kebebasan yang diberikan di atas, manusia harus memberikan pertanggungjawabannya nanti dihadapan Allah atas segala keputusan dan tindakan yang dilakukannya.

e. Ihsan, *Benevolence* (Kebajikan Atau Kemanfaatan)

Semua keputusan dan tindakan harus menguntungkan manusia baik di dunia maupun di akhirat, selain hal itu seharusnya tidak dilakukan. Islam tidak membenarkan setiap tindakan yang dapat menimbulkan kerusakan terhadap diri, masyarakat, bahkan makhluk lain seperti binatang, tumbuhan, dan alam.

4. Sistem Etika Bisnis Islam

Beberapa parameter kunci sistem etika bisnis Islam adalah sebagai berikut:²²

- a. Berbagai tindakan ataupun keputusan disebut etis bergantung pada niat individu yang melakukannya. Allah Maha Kuasa dan mengetahui apa pun niat kita sepenuhnya dan secara sempurna.
- b. Niat baik yang diikuti dengan tindakan yang baik akan dihitung sebagai ibadah. Niat yang halal tidak dapat mengubah tindakan yang haram menjadi halal.
- c. Islam memberikan kebebasan kepada individu untuk percaya dan bertindak berdasarkan apa pun keinginannya, namun tidak dalam hal tanggungjawab dan keadilan.
- d. Percaya kepada Allah SWT memberi individu kebebasan sepenuhnya dari hal apa pun atau siapa pun kecuali Allah.
- e. Keputusan yang menguntungkan kelompok mayoritas ataupun minoritas tidak secara langsung berarti bersifat etis dalam dirinya. Etika bukanlah permainan mengenai jumlah.
- f. Islam mempergunakan pendekatan terbuka terhadap etika, bukan sebagai sistem yang tertutup, dan berorientasi diri sendiri. Egoisme tidak mendapat tempat dalam ajaran Islam.
- g. Keputusan etis harus didasarkan pada pembacaan secara bersama-sama antara Al-Qur'an dan alam semesta.

²² Rafik Issa Beekun, *Etika Bisnis Islami*, terj. Muhammad (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hlm. 31-32.

- h. Tidak seperti sistem etika yang diyakini banyak agama lain, Islam mendorong umat manusia untuk melaksanakan *tazkiyah* melalui partisipasi aktif dalam kehidupan ini. Dengan berperilaku secara etis di tengah godaan ujian dunia, kaum Muslim harus mampu membuktikan ketaatannya kepada Allah SWT.

5. Penerapan Etika Bisnis Islam

Beberapa penerapan konsep filsafat dan aksioma didalam etika bisnis dalam konteks Islam adalah sebagai berikut:

a. Penerapan Konsep Keesaan dalam Etika Bisnis

Keesaan, seperti dicerminkan dalam konsep *tauhid*, merupakan dimensi vertikal Islam. Konsep keesaan menggabungkan ke dalam sifat homogen semua aspek yang berbeda-beda dalam kehidupan seorang Muslim: ekonomi, politik, agama, dan masyarakat, serta menekankan gagasan mengenai konsistensi dan keteraturan.

Berdasarkan konsep keesaan diatas, seorang pengusaha Muslim tidak akan:²³

- 1) Berbuat diskriminatif terhadap pekerja, pemasok, pembeli atau siapapun pemegang saham perusahaan tersebut.
- 2) Dapat dipaksa untuk berbuat tidak etis.
- 3) Menimbun kekayaan dengan penuh keserakahan.

²³ *Ibid.*, hlm. 35.

b. Penerapan Konsep Keseimbangan dalam Etika Bisnis

Sifat keseimbangan lebih dari sekedar karakteristik alam; ia merupakan karakter dinamik yang harus diperjuangkan oleh setiap Muslim dalam kehidupannya. Kebutuhan akan keseimbangan dan kesetaraan ditekankan Allah SWT ketika Ia menyebut kaum Muslim sebagai *ummatun wasatun*. Untuk menjaga keseimbangan antara mereka yang berpunya dan mereka yang tak berpunya, Allah SWT menekankan arti penting sikap saling memberi dan mengutuk tindakan mengkonsumsi yang berlebih-lebihan. Prinsip keseimbangan atau kesetaraan berlaku baik secara harfiah maupun kias dalam dunia bisnis. Sebagai contoh Allah SWT memperingatkan para pengusaha Muslim untuk menyempurnakan takaran sesuai aturan dan menimbanginya dengan benar.²⁴

c. Penerapan Konsep Kehendak Bebas dalam Etika Bisnis

Konsep kehendak bebas ialah bebas mengendalikan kehidupannya sendiri ketika Allah SWT menurunkannya ke bumi. Walaupun tanpa mengabaikan kenyataan bahwa manusia sepenuhnya dituntun oleh hukum yang diciptakan Allah SWT, manusia diberi kemampuan untuk berpikir dan membuat keputusan, untuk memilih apa pun jalan hidup yang manusia itu inginkan dan yang paling penting, untuk bertindak berdasarkan aturan apa pun yang manusia itu pilih. Tidak

²⁴ *Ibid.*, hlm. 36-37.

seperti halnya ciptaan Allah SWT yang lain di alam semesta, manusia dapat memilih perilaku etis ataupun tidak etis yang akan ia jalankan.

Berdasarkan konsep kehendak bebas, manusia memiliki kebebasan untuk membuat kontrak dan menepatinya ataupun mengingkarinya. Seorang Muslim yang telah menyerahkan hidupnya pada kehendak Allah SWT, akan menepati semua kontrak yang telah dibuatnya.²⁵

d. Penerapan Konsep Tanggungjawab dalam Etika Bisnis

Kebebasan yang tak terbatas adalah sebuah absurditas; ia mengimplikasikan tidak adanya sikap tanggung jawab atau akuntabilitas. Untuk memenuhi konsep keadilan dan kesatuan seperti yang kita lihat dalam ciptaan Allah SWT, manusia harus bertanggungjawab terhadap segala tindakannya. Penerapannya adalah jika seorang pengusaha Muslim berperilaku tidak etis, ia tidak dapat menyalahkan tindakannya pada persoalan tekanan bisnis ataupun pada kenyataan bahwa setiap orang juga berperilaku tidak etis. Ia harus memikul tanggung jawab tertinggi atas tindakannya sendiri.²⁶

e. Penerapan Konsep Kebajikan dalam Etika Bisnis

Kebajikan (*ihsan*) atau kebaikan terhadap orang lain didefinisikan sebagai tindakan yang menguntungkan orang lain lebih dibanding orang yang melakukan tindakan tersebut dan dilakukan tanpa kewajiban apa

²⁵ *Ibid.*, hlm. 38-39.

²⁶ *Ibid.*, hlm. 42.

pun. Penerapannya dalam etika bisnis menurut Al-Ghazali yang dikutip oleh Muhammad Umar-Ud-din, terdapat enam bentuk kebajikan:²⁷

- 1) Jika seseorang membutuhkan sesuatu, maka orang lain harus memberikannya, dengan mengambil keuntungan yang sesedikit mungkin.
- 2) Jika seseorang membeli sesuatu dari orang miskin, akan lebih baik baginya untuk kehilangan sedikit uang dengan membayarnya lebih dari harga yang sebenarnya.
- 3) Dalam mengabdikan 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 pinjaman untuk meringankan beban sang peminjam.
- 4) Sudah sepantasnya bahwa mereka yang ingin mengembalikan barang-barang yang telah dibeli harusnya diperbolehkan untuk melakukannya demi kebajikan.
- 5) 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.
- 6) Ketika menjual barang secara kredit seseorang harus cukup bermurah hati, tidak memaksa membayar ketika orang tidak mampu membayar dalam waktu yang telah ditetapkan.

²⁷ Muhammad Umaruddin, *Filsafat Etika Al-Ghazali* (Lahore Pakistan: Sh, Muhammad Ashraf, 1991), hlm. 241.

Penerapan etika bisnis Islam juga di aplikasikan terhadap keseluruhan bagian-bagian yang ada di suatu perusahaan pelayanan dan jasa baik dari manajer, karyawan, maupun *customer*.

a. Etika Manajer²⁸

1. Menjadi penerima manajemen yang amanah.
2. Memperlakukan bawahan sesuai dengan nilai islam.
3. Membuat iklim organisasi yang Islami.
4. Mendorong diberlakukannya syariat.
5. Melaksanakan *amar makruf nahi munkar* dalam lingkungannya.
6. Mengembalikan amanah (*accountability*) setelah selesai bertugas.
7. Menghargai keyakinan dan hak pribadi karyawan.
8. Tidak melakukan manipulasi dalam bentuk apa pun.
9. Tidak mengurangi timbangan dan ukuran lainnya.
10. Tidak melakukan penimbunan dan permainan harga.
11. Tidak melakukan hal yang bersifat menuju perzinaan atau pornografi.
12. Jujur dalam menjelaskan kualitas produk yang dijual.
13. Jujur dalam iklan dan promosi.

b. Etika Karyawan²⁹

1. Bekerja secara ikhlas dan dianggap ibadah.
2. Jujur dan amanah.

²⁸ Sofyan. S. Harahap, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hlm. 110.

²⁹ *Ibid.*, hlm. 110.

3. Mematuhi pimpinan.
4. Rela bekerja sama dalam tim.

c. Etika Konsumen (*customer*)³⁰

Islam juga mengatur akhlak atau etika konsumen. Konsumen diharapkan selalu ikhlas dan melakukan pembelian dengan niat ibadah. Konsumen harus berupaya untuk tidak merugikan penjual sedikit pun. Seorang konsumen harus jujur, misalnya dalam hal mengajukan komplain atau tuntutan lainnya kepada penjual; hanya karena merasa diberikan kesempatan mengembalikan barang yang tidak disukai, jika ada sedikit kesalahan, barang langsung dikembalikan dan meminta uang dikembalikan. Konsumen harus membeli barang yang dibutuhkan untuk mencukupi dan menjalankan kehidupannya yang Islami. Konsumen tidak perlu membeli barang yang dimaksudkan untuk bermegah-megahan atau untuk *prestise*, apalagi menyombongkan diri. Konsumen sebisa mungkin tidak melakukan praktik hutang. Seandainya berhutang, konsumen tidak menanggung-nanggungkan pembayarannya jika sudah mampu atau jatuh tempo, serta dianjurkan untuk memberikan kelebihan saat pembayaran hutang.

³⁰ *Ibid.*, hlm. 141.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, dalam metode kualitatif penelitian ini dilakukan dengan penelitian lapangan. Penelitian lapangan merupakan studi mendalam mengenai unit sosial tertentu, yang hasil penelitian ini memberikan gambaran luas dan mendalam mengenai unit sosial tertentu. Penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.³¹ Penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, dimana penelitian mendeskripsikan tentang objek dengan mencatat apa yang ada dalam objek penelitian kemudian memasukkannya dengan sumber data yang ada dalam objek penelitian.³²

Maka dengan ini dituntut keterlibatan peneliti secara aktif dalam pengumpulan data penelitian dengan tujuan mengetahui informasi terkait penerapan Etika bisnis Islam di Warunk Upnormal Yogyakarta.

³¹ Sudarwan Damin, *Menjadi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Pustaka Setia, 2002), hlm. 55.

³² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm. 12.

2. Jenis Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber asli. Dalam hal ini maka proses pengumpulan datanya perlu memperhatikan siapa sumber utama yang akan dijadikan objek penelitian.³³ Dalam penelitian ini yang termasuk data primer adalah data yang diperoleh dengan wawancara secara langsung terhadap pihak terkait, dan yang menjadi narasumber dalam penelitian ini adalah manajer, karyawan dan konsumen Warunk Upnormal Yogyakarta.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data primer yang diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pengumpul data primer atau oleh pihak lainnya.³⁴ Data yang diperoleh peneliti diantaranya berasal dari dokumen-dokumen, catatan-catatan, laporan-laporan serta arsip-arsip yang berkaitan dengan penelitian.

3. Teknik Pengumpulan Data

Data yang diperoleh dalam menyusun skripsi ini menggunakan perolehan hasil dari data primer dan data sekunder. Pengumpulan data merupakan prosedur sistematis dan standar untuk memperoleh data yang

³³ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 103.

³⁴ Husein Umar, *Research Method's in Finance and Banking* (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2002), hlm. 82.

diperlukan dalam penelitian. Oleh karena itu pengumpulan data merupakan langkah paling penting metode penelitian.

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang dipergunakan yaitu:

a. Wawancara (*interview*)

Wawancara yaitu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan menggunakan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara si penanya dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang di namakan *interview guide* (paduan wawancara).³⁵ Dalam penelitian ini wawancara akan dilakukan di Warunk Upnormal Yogyakarta dan yang akan menjadi narasumber adalah manajer, karyawan dan konsumen Warunk Upnormal Yogyakarta. Wawancara dilakukan berkisar mengenai penerapan etika bisnis Islam di Warunk Upnormal Yogyakarta dengan menggunakan alat elektronik yaitu *handphone* untuk merekam hasil wawancara.

b. Pengamatan (*observasi*) Partisipan

Metode penelitian (*observasi*) ini yang dimaksud untuk mengumpulkan data dengan melakukan partisipasi secara langsung terhadap obyek yang di teliti untuk mendapatkan hasil yang diinginkan untuk melengkapi penulisan yang dilakukan sehingga dalam hal ini lembaga terkait tidak memberikan data fiktif mengenai kondisi pada saat itu. Dengan cara ini diharapkan data yang di dapatkan sesuai dengan

³⁵ *Ibid.*, hlm. 116.

keadaan sesungguhnya dan dalam hal ini peneliti terjun langsung di lokasi penelitian untuk berpartisipasi langsung dalam melihat kondisi dan keadaan di lapangan.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi ini adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan-catatan, dokumen-dokumen, notulen, agenda dan data lain sebagainya.³⁶ Metode dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran serta fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian. Teknik dokumentasi berproses dan berawal dari menghimpun dokumentasi, memilih-milih dokumen sesuai dengan tujuan penelitian, mencatat dan menerangkan, menafsirkan dan menghubungkan dengan fenomena lain. Dokumen yang dimaksud disini adalah dokumen yang berkaitan dengan data mengenai penerapan Etika bisnis Islam di Warunk Unnormal Yogyakarta.

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data menurut Miles dan Huberman dimana analisis data kualitatif tetap menggunakan kata-kata yang disusun kedalam teks yang diperluas melalui tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersama-sama,

³⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm. 231.

beulang-ulang dan terus-menerus. Demikian teknik analisis data menurut Miles dan Huberman.melalui tiga proses :

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses analisis data yang terdiri dari kegiatan pemilihan, penyederhanaan, penajaman, dan pentransformasian data mentah yang terjadi dalam catatan-catatan lapangan tertulis, serta membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan hasil wawancara sehingga kesimpulan final dapat ditarik dan diverifikasikan.

b. Model Data (Data Display)

Model data merupakan proses penyajian data kualitatif secara tematik agar informasi tersusun dalam bentuk yang mudah dimengerti. Penyajian data diarahkan agar data hasil reduksi terorganisirkan, terususun dalam pola hubungan, sehingga makin mudah dipahami dan membantu proses perencanaan kerja penelitian selanjutnya.

c. Penarikan / Verifikasi Kesimpulan

Penarikan atau verifikasi kesimpulan yaitu proses pemaknaan atas benda-benda, keteraturan-keteraturan, pola-pola, penjelasan, dan alur sebab-akibat penyajian data. Verifikasi juga dilakukan dengan cara meninjau ulang pada catatan lapangan, bertukar dengan teman sejawat untuk mengembangkan kesepakatan inter subjektivitas.³⁷

³⁷ Djunaidi Ghony, *Metode Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), hlm. 306.

5. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Validitas data adalah uji keabsahan data. Validitas merupakan derajat ketepatan data yang dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang terjadi pada obyek penelitian. Dalam pengujian keabsahan data, metode penelitian kualitatif menggunakan istilah yang berbeda dengan penelitian kuantitatif. Perbedaan tersebut dapat dilihat dari table berikut :

Tabel 1.1.
Perbedaan Istilah dalam Pengujian Keabsahan Data antara Metode Kualitatif dan Kuantitatif

Aspek	Metode Kualitatif	Metode Kuantitatif
Nilai Kebenaran	Validitas Internal	Kredibilitas (Credibility)
Penerapan	Validitas Eksternal (Generalisasi)	Transferability /Keteralihan
Konsistensi	Reliabilitas	Auditability Depenability
Natralis	Obyektifitas	Confirmability (Dapat Dikonfismasi)

Jadi uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji *credibility* (validitas internal), *transferability* (Validitas eksternal),

dependability (reliabilitas) dan *confirmability* (obyektivitas).³⁸ Dalam penelitian ini uji keabsahan data yang digunakan adalah uji credibility (Validitas internal). Menurut Sugiyono, uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif antara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif dan *member check*.³⁹

Sedangkan dalam penelitian ini, uji kredibilitas yang dipakai adalah triangulasi. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu.⁴⁰ Dalam uji validitas data-data dan informasi yang diperoleh dari lapangan, peneliti menggunakan 2 jenis triangulasi dalam mendukung pengukuran tingkat keabsahan data yang diperoleh dari:

1) Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.⁴¹ Dalam penelitian ini triangulasi teknik dilakukan dengan mengecek kepada tiga teknik pengumpulan data. Secara jelasnya dapat dilihat dibagian berikut :

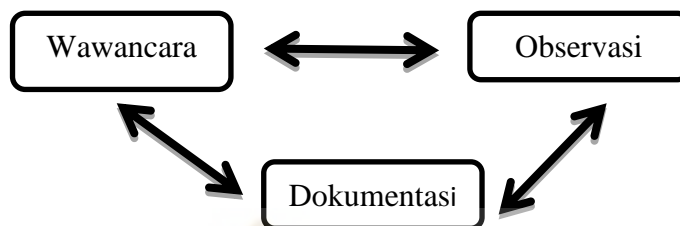
³⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 364.

³⁹ *Ibid.*, hlm. 365.

⁴⁰ *Ibid.*, hlm. 369.

⁴¹ *Ibid.*, hlm. 371.

Gambar 1.1.
Bagan Triangulasi Tiga Teknik Pengumpulan Data



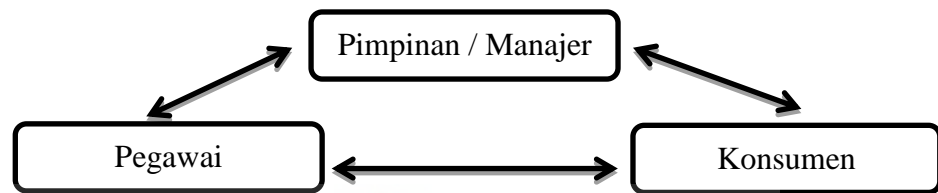
2) Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber, yaitu untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Dari beberapa sumber tersebut kemudian dideskripsikan dan dikategorisasikan mana pandangan yang sama, yang berbeda dan mana pandangan yang spesifik dari beberapa sumber data tersebut, data yang telah dianalisis oleh peneliti menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan (member check) dengan beberapa sumber data tersebut.⁴²

Untuk menguji validitas data menggunakan triangulasi sumber, peneliti memberikan pertanyaan yang ditujukan pada sumber yang berbeda, yaitu pimpinan / manajer, supervisor dan pegawai. Sehingga akan diperoleh data-data dan informasi yang sama dari sumber yang berbeda. Berikut ini bagan triangulasi tiga sumber data:

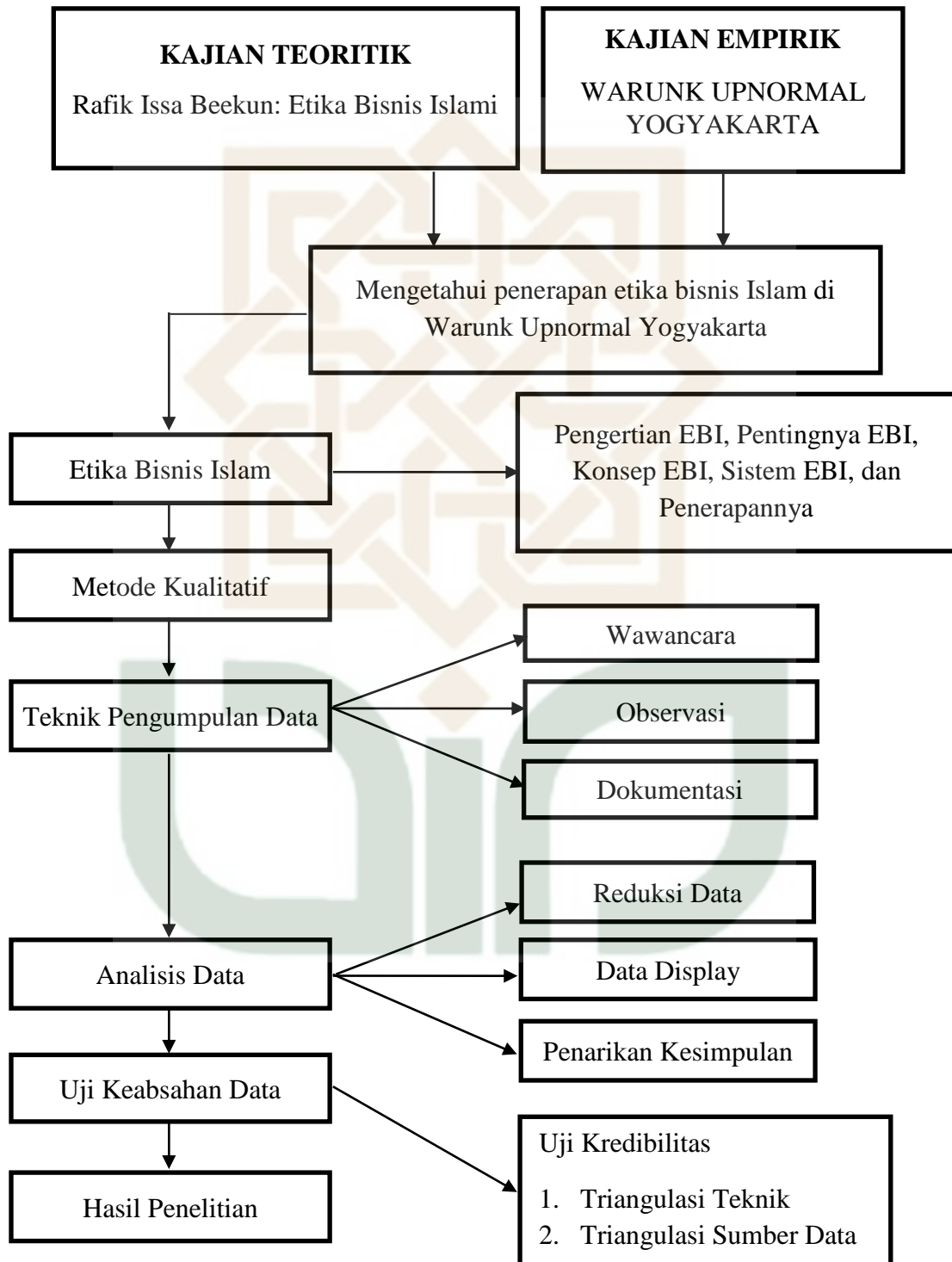
⁴² Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. IKAPI, 2009), hlm. 127.

Gambar 1.2.
Bagan Triangulasi Tiga Sumber Data



H. Alur Penelitian

Gambar 1.3.
Proses Alur Penelitian



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan dengan judul “Penerapan Etika Bisnis Islam di Warunk Upnormal Yogyakarta” maka dapat diambil kesimpulan bahwa secara umum Warunk Upnormal Yogyakarta telah menerapkan konsep etika bisnis Islam yaitu konsep tauhid, keadilan, kehendak bebas, tanggungjawab, dan kebajikan. Namun hal itu belum termaksimalkan dengan baik dikarenakan masih ada beberapa hal yang perlu diperbaiki oleh perusahaan mulai dari komunikasi antara pihak manajemen dengan karyawan ataupun antara sesama karyawan Warunk Upnormal Yogyakarta.

Selain itu, pihak manajemen Warunk Upnormal Yogyakarta sudah memperhitungkan resiko yang kemungkinan terjadi dengan menerapkan konsep etika bisnis Islami di perusahaan tersebut. Mereka meyakini bahwa bisnis yang sesuai dengan aturan Islam akan membawa kebaikan serta mendatangkan keberkahan.

B. Saran

Dengan dilandasi oleh kerendahan hati setelah menyelesaikan pembahasan skripsi ini, peneliti perlu memberikan saran-saran. Hal ini dimaksudkan sebagai kritik konstruktif yang dilihat dilapangan. Adapun saran-saran yang dapat peneliti berikan antara lain:

1. Selalu melakukan inovasi produk dan pengembangan potensi karyawan sebagai upaya meningkatkan daya saing serta meningkatkan kualitas layanan menjadi lebih baik.
2. Meningkatkan motivasi, kesungguhan serta penerapan dalam bisnis berbasis syariah dengan memperhatikan nilai-nilai yang terkandung dalam Islam, seperti mengedepankan nilai kejujuran, professional dan transparansi dalam berbisnis.
3. Peran pihak manajemen dalam memberikan motivasi secara *intens* kepada para pegawainya dikarenakan kurangnya dalam meningkatkan komunikasi terhadap bawahan. Sehingga pegawai sering mengeluh terhadap sistem kebijakan yang dibuat oleh perusahaan. Apabila pemimpin mampu meningkatkan komunikasi dan memberikan motivasi secara *intens* maka pegawai juga akan merasa memiliki peran dan perusahaan juga akan mengalami perkembangan dikarenakan pegawai menjadi produktif.