

SPIRITUAL COMPANY AYAM GEPREK SUSU YOGYAKARTA
(Perspektif Etika Bisnis)



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ushuludin dan Pemikiran Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu

Filsafat (S. Ag)

Disusun oleh :

Alibaba

11510015

PRODI FILSAFAT AGAMA

FAKULTAS USHULUDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

2018



NOTA DINAS

Yogyakarta, 15 Mei 2018

Hal : Skripsi

Kepada Yth :

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr.Wb.

Sesudah melakukan beberapa kali bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan, dan setelah membaca skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Alibaba

NIM : 11510015

Program Studi : Aqidah dan Filsafat Islam

Tahun Akademik : 2017/2018

Judul Skripsi : *SPIRITUAL COMPANY* AYAM GEPREK SUSU
YOGYAKARTA (PERSPEKTIF ETIKA BISNIS)

Maka selaku Pembimbing, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Strata satu (S1) dalam program studi Aqidah dan Filsafat Islam pada Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi saura tersebut di atas dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Pembimbing

Drs. Abdul Basir Solissa, M.Ag

NIP. 19561215198803 1 001



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alibaba

NIM : 11510015

Prodi : Aqidah dan Filsafat Islam

Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi yang saya tulis dengan judul : *"Spiritual Company Ayam Geprek Susu Yogyakarta (Perspektif Etika Bisnis)"* adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penyusun tidak berisi materi yang dipublikasikan atau dituliskan orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggungjawab penyusun.

Yogyakarta 15 Mei 2018

Yang menyatakan,



Alibaba

NIM. 11510015



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512156 Fax. (0274) 512156 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1901/Un.02/DU.U/PP.05.3/06/2018

Tugas Akhir dengan judul : SPIRITUAL COMPANY AYAM GEPREK SUSU
YOGYAKARTA (PERSPEKTIF BISNIS ISLAM)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Alibaba

Nomor Induk Mahasiswa : 11510015


Telah diujikan pada : senin, 20 Agustus 2018

Nilai ujian Tugas Akhir : B- (70)

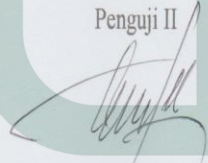
dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang/Penguji I


Drs. Abdul Basir Solissa, M.Ag.
NIP. 19561215 198803 1 001


Penguji II


Dr. Muhammad Taufik, S.Ag., M.A
NIP. 19710616 199703 1 003

Penguji III


Imam Iqbal, S.Fil.I., M.S.I
NIP. 19780629 200801 1 003

Yogyakarta, 20 Agustus 2018
UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
DEKAN


Dr. Alim Roswanto, M.Ag.
NIP. 19681208 199803 1 002

MOTTO

“Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar hanya kepada-Nya kamu menyembah.”¹

“Sesungguhnya Allah mencintai perbuatan hemati, dan membenci perbuatan boros dan mubazir”²

¹ Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 172.

² Arifin, Luqman Hakim, *Kumpulan Kata Mutiara dan Falsafah Hidup*, (Jakarta: Turos Pustaka, 2013), hlm. 219.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Kupersembahkan Karya Sederhana ini

Kepada

Almamater Tercinta,

PRODI AQIDAH DAN FILSAFAT ISLAM

FAKULTAS USHULUDDIN DAN

PEMIKIRAN ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN

KALIJAGA YOGYAKARTA

ABSTRAK

Alibaba (11510015), “*Spiritual Company Ayam Geprek Susu Yogyakarta (Perspektif Etika Bisnis)*”. Skripsi. Prodi Filsafat Islam Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2018.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan kegiatan *spiritual company* yang ada di Ayam Geprek Susu Yogyakarta. Selain itu adalah untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan kegiatan *spiritual company* tersebut jika ditinjau dari perspektif etika bisnis Islam.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif, dengan mengambil lokasi penelitian di Ayam Geprek Susu Yogyakarta. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan pengamatan, wawancara mendalam dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan cara mereduksi data, menyajikan data, memberikan makna terhadap data yang berhasil dikumpulkan, dan dari makna itulah ditarik kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk pelaksanaan kegiatan *spiritual company* di Ayam Geprek Susu Yogyakarta meliputi ; (1) sedekah, yang terbagi menjadi dua jenis kegiatan yaitu gratis makan bagi yang berpuasa Senin-Kamis, dan gratis makan bagi yang membaca Surat Al-Kahfi. (2) Pengajian jum’at pagi. (3) Gerakan shalat berjamaah di masjid. (4) Tadarus Al-Qur’an dan Tahsin. (5) Bakti Sosial. (6) Berpakaian syar’i. Kesesuaian prinsip etika bisnis Islam yang berpegang pada prinsip jujur dalam takaran (*quantity*), prinsip menjual barang yang baik mutunya (*quality*), prinsip dilarang menggunakan sumpah (*al-qasm*), prinsip longgar dan bermurah hati (*tatsamuh* dan *taraahum*), prinsip membangun hubungan baik (*interretionship/silat al- rahym*), prinsip tertib administrasi dan menetapkan harga dengan transparan telah diterapkan di Ayam Geprek Susu Yogyakarta. Pelaksanaan seluruh rangkaian kegiatan *spiritual company* di Ayam Geprek Susu Yogyakarta sampai saat ini juga belum ada kendala yang berarti, hal ini mencerminkan bahwasannya tanggungjawab semua warga baik pimpinan perusahaan hingga karyawan telah terpenuhi. Menurut penulis dalam pelaksanaan *spiritual company* di Ayam Geprek Susu Yogyakarta telah sesuai dengan etika bisnis Islam.

Kata Kunci : *spiritual company*, etika bisnis.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi Arab – Indonesia yang dipakai dalam penyusunan

Skripsi ini adalah sebagai berikut:

- A. Berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.
- B. Untuk kata-kata yang berasal dari bahasa Arab yang sudah lazim digunakan dalam bahasa Indonesia, di tulis tanpa transliterasi. Misalnya: Allah, Rasulullah, Syi'ah, dan lain sebagainya.

Adapun daftar huruf-huruf dan transliterasinya dengan huruf latin adalah sebagai berikut:

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	sa'	Ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha'	H	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er

ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Shad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	T	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	‘el
م	Mim	M	‘em
ن	Nun	N	‘en
و	Waw	W	W
ه	ha’	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap Karena *Syaddah* ditulis Rangkap

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem penulisan Arab

dilambangkan dengan huruf dobel, yaitu huruf yang sama dengan huruf

Contoh : عِدَّة ditulis ‘iddah

C. *Ta’ marbutah* di Akhir Kata ditulis h

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
كرامة الأولياء	Ditulis	<i>Karâmah al-auliâ’</i>

D. Vokal Pendek

َ	Fathah	Ditulis	A
فعل		Ditulis	<i>fa'ala</i>
ِ	Kasrah	Ditulis	I
ذكر		Ditulis	<i>Ẓukira</i>
ُ	Dammah	Ditulis	U
يذهب		Ditulis	<i>Yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1	Fathah + alif	Ditulis	<i>Ā</i>
	جاهلية	Ditulis	<i>Jâhiliyyah</i>
2	Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>ā</i>
	تنسى	Ditulis	<i>Tansâ'</i>
3	Kasrah + ya' mati	Ditulis	<i>ī</i>
	كريم	Ditulis	<i>karīm</i>
4	Dammah + wawu mati	Ditulis	<i>ū</i>
	فروض	Ditulis	<i>Furûd</i>

F. Vokal Rangkap

1	Fathah + ya mati	Ditulis	<i>Ai'</i>
	بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2	Fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
	قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata dipisahkan dengan Apostrof

انتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
اعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

Diikuti huruf Qamariyyah maupun Syamsiyyah ditulis dengan menggunakan "al."

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ân</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyâs</i>
السماء	Ditulis	<i>al-Samâ'</i>
الشمس	Ditulis	<i>al-Syam</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya.

ذوى الفروض	Ditulis	<i>ẓawî al-furûd</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahl al-sunnah</i>



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah, serta inayah-Nya kepada kita semua. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, semua keluarga dan sahabat-sahabatnya, serta para pengikut beliau sampai hari kemudian.

Atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "*Spiritual Company* Ayam Geprek Susu Yogyakarta (Perspektif Etika Bisnis)", sebagai karya ilmiah untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Filsafat Islam.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini dapat terwujud berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Alim Roswantoro, M. Ag., selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Robby Habiba Abror, S. Ag., M. Hum., selaku Ketua Prodi Akidah dan Filsafat Islam.
3. Bapak Prof. Dr. H. Iskandar Zulkarnain, selaku Dosen Pembimbing Akademik.
4. Bapak Drs. Abdul Basir Solissa, M.Ag., selaku dosen pembimbing skripsi, yang telah membimbing, memberikan pengarahan serta masukan hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

5. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, khususnya Bapak dan Ibu Dosen Prodi Aqidah dan Filsafat Islam yang telah memberikan ilmu dan wawasan kepada penulis selama kuliah.
6. Mas Intan Ferry Atmaja selaku owner Ayam Geprek Susu Yogyakarta yang telah menerima dan memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian di Ayam Geprek Susu Yogyakarta.
7. Bang Miftahurrahman selaku bagian keuangan dan Bang Herdis selaku PJ Outlet Ayam Geprek Susu Yogyakarta Cabang Deresan yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan beliau selalu memberikan arahan, bimbingan, masukan dan motivasi selama penulis melakukan penelitian di Ayam Geprek Susu Yogyakarta. Serta kepada karyawan, pelanggan Ayam Geprek Susu Yogyakarta yang telah bersedia menjadi subjek dalam penelitian ini.
8. Keluargaku tercinta, yang telah memberikan kasih sayang yang tulus, do'a yang tak pernah putus, motivasi dan semangat baik moril maupun materil, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan kontribusinya dalam penyelesaian skripsi ini.

Hanya ucapan terimakasih yang tulus yang dapat penulis berikan dan do'a semoga Allah SWT memberikan balasan yang terbaik atas kebaikan yang telah diberikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun selalu penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

Yogyakarta, 02 Agustus 2018

Penulis

Alibaba
NIM. 11510015



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia adalah makhluk sosial yang mustahil untuk hidup sendiri, adanya kebutuhan berinteraksi merupakan suatu hal tidak dapat dihindarkan. Manusia dikodratkan untuk hidup bermasyarakat dan berinteraksi satu sama lain. Untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, manusia membutuhkan satu sama lain. Sebagaimana seorang pembicara yang handal maka dia tidak mungkin bisa bicara sendiri, karena dia membutuhkan *audience* atau pendengar. Kebutuhan manusia yang tidak bisa dipenuhi kecuali dengan interaksi tersebut bisa terwujud dengan adanya kegiatan ekonomi. Karena dalam kegiatan ekonomi terjadi interaksi antar manusia.¹ Kegiatan ekonomi mengandaikan adanya aturan atau kesepakatan bersama sehingga dalam berinteraksi terjadi situasi saling menguntungkan dan terhindar dari kecurangan. Kegiatan tersebut bisa terwujud jika ada prinsip atau etika dalam berinteraksi, termasuk dalam ekonomi dan bisnis.

Etika secara umum adalah cabang filsafat yang mempelajari baik dan buruknya perilaku manusia.² Oleh karena itu etika sering disebut juga filsafat praktis. Seiring berjalannya waktu bidang etika masuk pada wilayah terapan termasuk di dalamnya yaitu etika bisnis. Hal tersebut merupakan salah satu bidang yang mulai menarik perhatian pada abad ke-20. Meskipun pada abad ke-19 sudah pernah dibicarakan, namun baru menjadi perhatian serius pada

¹ Dr. Indriyani, *Pengantar Sosiologi Ekonomi*, (Jakarta: Pustaka Kencana, 2016), hlm. 5-10.

² K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis*, (Yogyakarta: Kanisius, 2000), hlm. 13-15.

abad ke-20 ketika banyak orang mulai menerapkan pada perusahaan dan menjadi pembicaraan hangat di mana-mana. Hingga sekarang banyak pemikir yang mengungkapkan pendapatnya tentang etika bisnis tersebut. Seorang filsuf etika seperti K. Bertens berpendapat bahwa etika merupakan salah satu cabang filsafat yang mempelajari baik dan buruknya perilaku manusia. bisnis adalah kegiatan ekonomis, di mana di dalamnya terdapat kegiatan interaksi jual beli, tukar menukar, bekerja mempekerjakan, produksi dan distribusi dan sebagainya yang mempunyai tujuan untuk memperoleh keuntungan. Sedangkan etika bisnis merupakan pemikiran atau refleksi kritis terhadap kegiatan ekonomis tersebut.³

Bisnis modern merupakan realitas yang kompleks. Ada banyak faktor yang bisa mempengaruhi seperti organisasi manajerial, sosial struktural hingga teknologi. Kompleksitas bisnis dalam era modern juga berkaitan dengan kompleksitas masyarakat. Setidaknya ada dua sudut pandang dalam hal bisnis yaitu aspek ekonomi dan etika. Aspek ekonomi berkaitan interaksi seperti tukar menukar, transaksi jual-beli, bekerja-mempekerjakan dan seterusnya dengan maksud memperoleh keuntungan. Sedangkan aspek etika dalam bisnis merupakan refleksi atau kesadaran atas kegiatan dalam setiap interaksi. Dengan kata lain ada hak dalam orang lain yang harus dijunjung tinggi dalam menjalankan bisnis agar dalam menjalankan bisnis tidak selalu berorientasi pada keuntungan semata. Bisnis yang baik bukan hanya yang berorientasi pada keuntungan materil, namun bisnis yang baik adalah yang

³ K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis*, (Yogyakarta: Kanisius, 2000), hlm. 5.

mempunyai nilai moral. Perilaku yang baik dalam berbisnis tersebut harus sesuai dengan prinsip moralitas.⁴

Perkembangan bisnis saat ini telah memasuki era globalisasi, dimana terjadi pergerakan komoditas, modal dan juga manusia seolah bergerak tanpa batas menembus ke segala penjuru. Bisnis banyak diminati oleh sebagian besar orang di seluruh dunia karena dengan bisnis dapat bergerak bebas sesuai keinginan, walaupun tidak sedikit adanya kerugian yang disebabkan oleh tidak adanya landasan dalam etika bisnis. Etika bisnis dalam berwirausaha sangatlah diperlukan untuk perkembangan usaha dan juga menghindari perbuatan yang melanggar aturan moral dan hukum. Orang yang berbisnis harusnya mempunyai kesadaran sepenuhnya akan apa yang dilakukannya dalam dunia bisnis, ia melakukan sesuatu karena tahu dan sadar bahwa hal tersebut baik. Di balik berbisnis ada nilai kejujuran, keadilan, menepati janji, menunaikan hak serta menyedekahkan sebagian hartanya kepada yang kurang mampu.⁵

Dalam realitas kehidupan bisnis, pelaku bisnis cenderung mengabaikan nilai-nilai etika dan moralitas dalam bisnis hal ini dapat dilihat dari meningkatnya berbagai kasus korupsi, kolusi, tindak penipuan, nepotisme, penyalahgunaan kekuasaan, persaingan bisnis yang saling menjatuhkan dan berbagai tindak penyelewengan yang dilakukan kalangan dunia bisnis. Sehingga hal seperti itulah yang harus dihindari dalam menjalankan kegiatan bisnis.

⁴ K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis*, (Yogyakarta: Kanisius, 2000), hlm. 19-22.

⁵ Eko Jalu Santoso, *The Wisdom of Business*, (Jakarta: Elex media Compatindo, 2010), xi.

Gay Hendricks dan Kate Ludeman mengungkap rahasia sukses perusahaan kelas dunia di negara maju. Setelah melakukan penelitian selama 25 tahun dengan berbagai eksekutif kelas dunia seperti Motorola General Electric, Jhonson & Johnson, Silicon Graphics, Canon, Honda, dan lain-lain.⁶ Gay dan Kate menyatakan bahwa eksekutif dan pengusaha kelas dunia tersebut sangat menjaga dan menjunjung tinggi nilai-nilai spiritual. Para eksekutif ini terbukti secara sungguh-sungguh mengamalkan nilai-nilai spiritual, bukan hanya mengajarkan. Para eksekutif sangat menyadari bahwa perusahaan adalah penjelmaan sekumpulan jiwa, dan mereka mengira bahwa spiritualitas yang tidak memiliki tempat dalam bisnis hanyalah akan menipu diri sendiri dan orang-orang di sekitar mereka.⁷

Penelitian Gay dan Kate menjelaskan bahwa aspek spiritual sangat mempengaruhi kesuksesan suatu perusahaan. Perusahaan yang selama ini dikenal dengan sistem kapitalisme terbukti tidak akan bertahan lama. Karena perusahaan yang menerapkan sistem kapitalisme hanyalah mengeruk keuntungan semata dan memperbudak para karyawan. Sedangkan perusahaan yang menerapkan spiritualitas ke dalam tempat kerja mempunyai kewajiban untuk memberdayakan potensi spiritual dan menanamkan nilai-nilai spiritual kepada para karyawan. Hal ini berdampak pada pembentukan karakter karyawan sesuai dengan nilai-nilai spiritual yang ditanamkan. Sehingga perusahaan terhindar dari kecurangan oleh karyawan atau kerugian-kerugian lain.

⁶ Ary Ginanjar Agustian, *ESQ Power Sebuah Inner Journey Melalui Ihsan*, (Jakarta: Agra, 2003), hlm. 9.

⁷ *Ibid.*, hlm. 248.

Jika hal seperti itu yang terjadi di perusahaan-perusahaan besar kelas dunia, lalu bagaimana dengan perusahaan-perusahaan di Indonesia saat ini? Salah satu perusahaan di Indonesia yang berhasil menjawab pertanyaan di atas adalah perusahaan Ayam Geprek Susu Yogyakarta. Perusahaan Ayam Geprek Susu Yogyakarta merupakan perusahaan yang menjalankan kegiatan *spiritual company*. Pembentukan *spiritual company* Ayam Geprek Susu Yogyakarta dibangun dari paradigma penggabungan antara bisnis dan spiritualitas. Praktek bisnis yang lebih mementingkan duniawi saja, hanya ingin memperoleh kekayaan mengikuti model kapitalisme, mencari keuntungan yang bersifat semu, dan mengikuti *trend* gaya hidup. Hal tersebut tidak dapat dibiarkan karena jika ingin hidup dengan berlandaskan Islam maka yang harus dilakukan adalah berusaha menjalankan Islam itu sendiri secara *kaffah* (sempurna), sehingga dibutuhkan spiritualitas dalam menjalankan bisnis tersebut.

Namun apakah kegiatan spiritualitas yang dilaksanakan tersebut sudah sesuai dengan etika bisnis Islam yang ada secara umum? Sehingga penulis tertarik untuk meneliti bagaimanakah pelaksanaan *spiritual company* di Ayam Geprek Susu Yogyakarta dilihat dari perspektif etika bisnis. Dipaparkan dalam skripsi yang berjudul “*Spiritual Company* Ayam Geprek Susu Yogyakarta (Perspektif Etika Bisnis)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah yang akan diangkat adalah :

1. Bagaimanakah pelaksanaan *spiritual company* di Ayam Geprek Susu Yogyakarta?
2. Bagaimanakah tinjauan etika bisnis Islam terhadap pelaksanaan *spiritual company* di Ayam Geprek Susu Yogyakarta?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pelaksanaan *spiritual company* di Ayam Geprek Susu Yogyakarta.
2. Untuk memaparkan tinjauan etika bisnis terhadap pelaksanaan *spiritual company* di Ayam Geprek Susu Yogyakarta.

D. Tinjauan Pustaka

Dalam memperoleh hasil penelitian ilmiah, diharapkan data yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini dapat terjawab secara komprehensif semua permasalahan yang ada. Hal ini dilakukan agar tidak terjadi duplikasi karya ilmiah atau pengulangan penelitian yang sudah pernah diteliti oleh pihak lain dengan masalah yang sama. Namun setelah dilakukan penelusuran terkait judul penelitian ini, maka peneliti menemukan beberapa penelitian dan literatur yang ada kaitannya dengan judul penelitian ini, antara lain sebagai berikut :

Pertama, skripsi Dani Safitri dengan judul “*Pendekatan Komunikasi Organisasi Waroeng Steak and Shake Dalam Membangun Spiritual Company*”.⁸ Skripsi ini membahas tentang organisasi melalui pendekatan makro, pendekatan mikro dan pendekatan individual dalam membangun konsep Spiritual Company Waroeng Steak and Shake yang bertujuan menghadirkan Allah pada setiap tindakan maupun pekerjaan dengan mengutamakan ibadah kepada seluruh karyawan. Namun dalam skripsi tersebut tidak membahas prinsip etika yang menjadi landasan dan prinsip dalam menjalankan bisnis pada usaha tersebut.

Kedua, skripsi Lucky Juwana yang berjudul, “*Konsep Manajemen Dakwah Di Waroeng Grup Timoho Yogyakarta (Studi Pada Spiritual Company Di Outlet Waroeng Grup)*”⁹ skripsi ini membahas tentang konsep manajemen dakwah di Waroeng Group Timoho Yogyakarta dan mendeskripsikan penerapan *spiritual company* di outlet-outlet Waroeng Group.

Ketiga, skripsi karya Ari Nur Fadilah, yang berjudul “*Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Pengelolaan Dana Wakaf Tunai (Studi di Lembaga Wakaf dan Pertanahan NU DIY)*”.¹⁰ Hasil penelitian memberikan kesimpulan bahwa wakaf tunai menjadi instrumen untuk perekonomian

⁸ Dani Safitri, *Pendekatan Komunikasi Organisasi Waroeng Steak and Shake Dalam Membangun Spiritual Company*, Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014.

⁹ Lucky Juwana, *Konsep Manajemen Dakwah di Waroeng Group Timoho Yogyakarta (Studi pada Spiritual Company di Outlet-Outlet Waroeng Group)*, Skripsi Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2013.

¹⁰ Ari Nur Fadilah, *Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Pengelolaan Dana Wakaf Tunai (Studi di Lembaga Wakaf dan Pertanahan NU DIY)*, skripsi Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014.

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.

Keempat, skripsi karya Siti Rohmah, dengan judul “*Penerapan Nilai-Nilai Etika bisnis Islam di Hotel Madani Syariah Yogyakarta*”.¹¹ 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.

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 tinjauan *spiritual company* pada skripsi pertama dan kedua serta tinjauan etika bisnis Islam pada skripsi ketiga dan keempat. 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 yang berbeda yaitu di Ayam Geprek Susu Yogyakarta. Pokok pembahasan dan teori yang digunakan sangat berbeda meskipun penelitian ini bersifat berkesinambungan dengan penelitian sebelumnya. Dengan demikian penelitian ini adalah merupakan penelitian berkelanjutan, dan secara kaidah

¹¹ Siti Rohmah, *Penerapan Nilai-Nilai Etika bisnis Islam di Hotel Madani Syariah Yogyakarta*, Skripsi Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2014.

ilmiah ada beberapa bagian yang diambil sebagai kebutuhan akademik sesuai dengan prosedur yang berlaku.

E. Kerangka Teori

1. *Spiritual Company*

a. Pengertian *Spiritual Company*

Landasan teoritis mengenai *spiritual company* memang tidak punya batasan arti serta masih minim akan definisi literatur, karena *spiritual company* dapat diartikan sebagai perusahaan yang harmonis dengan seluruh *stakeholder*¹² atau secara umum istilah *spiritual company* didasari dari spiritualitas di tempat kerja, dimana perusahaan yang memperhatikan aspek spiritual dalam menjalankan aktivitas bisnis, lalu dapat berkembang pesat sehingga menjadi *sustainable company* dikategorikan perusahaan yang termasuk *spiritual company*.¹³

Pilar utama dalam sebuah perusahaan adalah visi dan misi, oleh karena itu perusahaan yang menanamkan nilai-nilai spiritual memiliki visi dan misi spiritual perusahaan seperti perusahaan pada umumnya agar memberikan karakter atau kepribadian khas kepada perusahaan. Kemudian memberikan kekuatan untuk bersaing,

¹² Oka Widana, “*Spiritual Company*”, <http://ahlikeuangan-Indonesia.com/>, diakses pada tanggal 29 Maret 2018, pukul 16.00 WIB.

¹³ Muh. Arief Efendi, *Abad 21: Era Spiritual Company*, <http://muhariefeffendi.wordpress.com/>, diakses pada tanggal 29 Maret 2018, pukul 16.30 WIB.

sehingga spiritual perusahaan mengandung perhatian pada tiga hal fundamental, di antaranya:¹⁴

- 1) Perusahaan menjadi pencipta kesejahteraan bagi internal maupun eksternal *stakeholder*, bumi dan seluruh ekosistem yang menopangnya.
- 2) Perusahaan bertanggung jawab pada pelestarian dan pengayaan keimanan dan kepercayaan, kehidupan, keturunan dan generasi yang akan datang, dan kekayaan.
- 3) Perusahaan harus dibangun di atas persaudaraan universal yang mngedepankan persamaan, cinta kasih, kebaikan, kewajiban menciptakan kesejahteraan orang lain, dan menciptakan keadilan sosial ekonomi.

Spiritualitas dalam hal ini tidak dipandang sebagai praktik-praktik menjalankan ritual ibadah dalam agama. Spiritualitas yang dimaksud adalah suatu potensi *built in* dalam setiap pribadi manusia, apapun agama dan keyakinan religiusitasnya.¹⁵ Nilai-nilai spiritual yakni kejujuran, integritas, kepedulian sosial, dan lainnya. Sejatinya, nilai-nilai spiritual ialah nilai-nilai luhur yang sudah tertanam pada setiap jiwa manusia.¹⁶

¹⁴ Sanerya Hendrawan, *Spiritual Manajement: From Personal Enlightenment Towards God Corporate Governance*, (Bandung: Mizan, 2009), hlm. 100-101.

¹⁵ Ary Ginanjar Agustian, *Spiritual Company: Kecerdasan Spiritual Pembawa Sukses Kampium Dunia Bisnis*, (Jakarta: Arga Publishing, 2013), hlm. 26.

¹⁶ *Ibid.*, hlm. 23.

Sebenarnya tidak ada alasan untuk mempertanyakan apakah spiritualitas seharusnya ada di tempat kerja. Sebab, nilai-nilai spiritualitas sesungguhnya masuk ke tempat kerja bersama manusia-manusianya.¹⁷

Dalam agama Islam potensi spiritualitas bersumber dari ruh yang ditiupkan Allah pada manusia. Artinya setiap manusia sesungguhnya dibekali dengan potensi untuk meniru sifat-sifat Allah (Asmaul Husna), dan ritual-ritual ibadah adalah sarana untuk menstimulasi dan mengasah potensi itu. Ibadah dalam Islam tidak berhenti pada ritualnya saja. Ritual-ritual itu harus dihayati dan dipahami maknanya dengan benar, sehingga berujung pada pembentukan karakter unggul atau akhlaqul karimah.¹⁸

b. Prinsip Kepemimpinan *Spiritual Company*

Kepemimpinan bukanlah berarti menguasai, melainkan seni meyakinkan orang untuk bekerja keras menuju sasaran bersama.¹⁹ Kepemimpinan harus dapat menjadi *powerfull leader* yang berbasis pada nilai-nilai spiritual atau dengan kata lain, seorang pemimpin yang tangguh namun memiliki hati nurani.²⁰ Seorang *powerfull leader* senantiasa menyadari fisik, emosi dan spiritual yang menjadi modal dasar sangat penting untuk menjalankan

¹⁷ *Ibid.*, hlm. 32.

¹⁸ *Ibid.*, hlm. 26- 27.

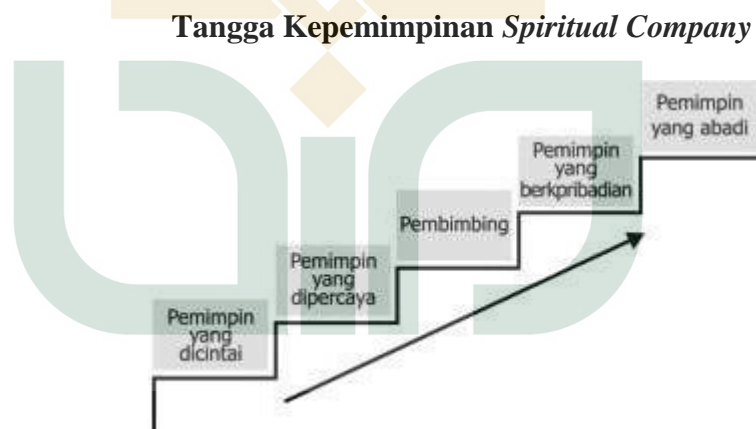
¹⁹ Daniel Goleman, *Kecerdasan emosi untuk mencapai Puncak Prestasi, aslinya berjudul Working Emotional Intelligence*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), hlm. 212.

²⁰ Ary Ginanjar Agustian, *Rahasia Sukses Membangkitkan ESQ Power: Sebuah Inner Journey Melalui Al Ihsan*, (Jakarta: Arga, 2003), hlm. 7.

kegiatan dan aktivitas bekerja. Bekerja dengan kepemimpinan konvensional, maka kepemimpinan di sini disebut dengan kepemimpinan profetik (*prophetic leadership*). Kepemimpinan profetik mengisi kekosongan spiritual komunitas bisnis, terutama di tengah-tengah melimpahnya materi yang diakumulasi dengan cara-cara yang tidak *suistainable* dari sistem kapitalisme.²¹

Pembahasan mengenai kepemimpinan oleh Ary Ginanjar dirangkum menjadi lima tangga kepemimpinan yang dapat membimbing sesuai dengan suara hati dan memiliki pengaruh besar yang sangat kuat dalam jangka panjang pada gambar sebagai berikut.²²

Gambar. 1.



Gambar di atas menunjukkan bahwa tingkat atau tangga pertama adalah pemimpin yang dicintai. yaitu pemimpin yang

²¹ Sanerya Hendrawan, *Spiritual Manajement: From Personal Enlightenment Towards God Corporate Governance*, (Bandung: Mizan, 2009), hlm. 145.

²² Ary Ginanjar Agustian, *Rahasia Sukses Membangkitkan ESQ Power: Sebuah Inner Journey Melalui Al Ihsan*, (Jakarta: Arga, 2003), hlm. 147.

mampu berhubungan secara baik dengan orang lain. Seorang pemimpin tidak bisa hanya menunjukkan prestasi kerjanya. Namun juga harus mencintai dan dicintai orang lain. Tangga kedua adalah pemimpin yang dipercaya. Pada tangga ini pemimpin memiliki integritas tinggi, yakni dengan penuh keberanian serta berusaha tanpa kenal putus asa untuk dapat mencapai apa yang dicita-citakan. Orang-orang yang dipimpin melihat komitmennya, sehingga mereka mau mengikutinya.

Tangga selanjutnya adalah pembimbing. Keberhasilan pemimpin tidak dilihat dari luas tidaknya kekuasaan pemimpin, tapi lebih pada kemampuannya memberikan motivasi dan kekuatan pada orang lain. Pada tangga inilah puncak loyalitas pengikutnya akan terbentuk, dan muncul penerus-penerus yang loyal.

Pemimpin tingkat empat adalah pimpinan yang berkepribadian. Yaitu pemimpin yang berhasil memimpin dirinya sendiri. Karena musuh yang paling berat adalah diri sendiri, dan seorang pemimpin harus mengenali siapa lawan dan kawan. Tanpa pengetahuan tentang itu, dia akan menjadi budak dari pemikiran yang diciptakannya sendiri. Pemimpin tingkat tertinggi adalah pemimpin yang abadi, yakni nabi dan rasul. Mereka

memimpin dengan hati nurani atau suara hati.²³

Gay Hendricks dan Kate Ludeman dari hasil penelitiannya menyebut para pemimpin yang bekerja dalam suatu perusahaan yang menerapkan nilai-nilai spiritual dengan istilah sufi korporat. Adapun karakteristik atau ciri-ciri yang harus digaris bawahi dari sikap para sufi korporat tersebut, di antaranya adalah:²⁴

- 1) Kejujuran sejati, rahasia pertama meraih sukses adalah dengan selalu berkata jujur. Ketidakjujuran kepada pelanggan, komisaris, direksi, pemerintah dan masyarakat, pada akhirnya akan mengakibatkan diri sendiri terjebak dalam kesulitan yang berlarut-berlarut, total dalam kejujuran menjadi solusi, meskipun kenyataannya begitu pahit.
- 2) Keadilan, salah satu skill para sufi korporat adalah mampu bersikap adil kepada semua pihak, bahkan saat ia terdesak sekalipun. Dengan berlaku tidak adil sama saja dengan mengganggu keseimbangan dunia.
- 3) Mengenal diri sendiri, para sufi korporat menyadari bahwa fisik, pikiran dan jiwanya adalah alat-alat yang penting untuk dipahami dan dipelajari. Oleh karena itu, mereka mempelajari motivasi dan perasaan mereka sekaligus membantu orang-orang di sekitar mereka untuk mengenal diri mereka. Mereka berkata, “Kami belum pernah menemukan seseorang yang benar-benar sukses yang tidak melakukan pengenalan terhadap diri mereka sendiri setiap hari.” Mereka selalu terbuka dan bersemangat, menerima umpan balik bahkan kritikan sekalipun.
- 4) Fokus pada kontribusi, Hendricks dan Ludeman jarang menemukan pemimpin tingkat tinggi yang dimotivasi oleh keserakahan. Sebagian besar sangat memperhatikan kesejahteraan dan pemberdayaan terhadap orang lain.
- 5) Spiritualisme nondogmatis, landasan spiritualisme bersifat universal, namun abadi. Memiliki kemampuan melihat di balik perbedaan sampai ke dasar-dasar spiritual yang hakiki.
- 6) Bekerja efisien, yakni mampu memuaskan semua perhatian pada pekerjaannya saat itu, dan begitu juga saat mengerjakan pekerjaan selanjutnya. Menyelesaikan pekerjaan dengan santai,

²³ Ary Ginanjar, *Spiritual Company: Kecerdasan Spiritual Pembawa Sukses Kampium Dunia Bisnis*, (Jakarta: Arga Publishing, 2013), hlm. 73-74.

²⁴ *Ibid.*, hlm. 248-251.

namun mampu memusatkan perhatian saat belajar dan bekerja sekaligus.

- 7) Membangkitkan hal yang terbaik baik pada diri sendiri maupun orang lain, sufi korporat tahu betul bahwa di balik diri seseorang terdapat sebuah “topeng” yang menyembunyikan jati dirinya. Dan umumnya mereka mampu melihat wajah-wajah asli dan entitas watak diri seseorang di balik topeng-topeng.
- 8) Terbuka menerima perubahan, yaitu mengalir bersama perubahan dan berkembang di atas perubahan tersebut.
- 9) Memiliki cita rasa humor, mereka berendapat, “Kita semua bersama-sama dalam perusahaan ini, untuk itu marilah kita bersama-sama mengendurkan urat saraf dengan menertawakan diri sendiri.”
- 10) Visi jauh ke depan, sufi korporat mampu mengajak orang ke dalam angan-angannya. Dan menjabarkan dengan begitu terinci, cara-cara untuk menuju ke sana. Tetapi pada saat yang sama, ia dengan mantap menilai realitas masa kini.
- 11) Disiplin diri yang tinggi, sufi korporat sangatlah disiplin. Kedisiplinan tersebut tumbuh dari semangat penuh gairah dan kesadaran, bukan berangkat dari keharusan dan keterpaksaan. Mereka beranggapan bahwa tindakan yang berpegang teguh pada komitmen untuk diri sendiri dan orang lain adalah hal yang dapat menumbuhkan energi tingkat tinggi.
- 12) Keseimbangan, sufi korporat sangat menjaga keseimbangan hidupnya, khususnya dalam empat aspek inti dalam kehidupannya, yaitu: keintiman, pekerjaan, komunitas dan spiritualitas.

2. Etika Bisnis Islam

a. 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.²⁵

Sedangkan, etika bisnis merupakan cara untuk melakukan kegiatan

²⁵ Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis dalam Persepektif Islam*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hlm. 16.

bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan dan juga masyarakat.

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.²⁶ 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.²⁷

²⁶ Arifin Johan, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), hlm. 131.

²⁷ Veithzal Rivai, dkk, *Islamic Business an Economic Ethnics*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), hlm. 4.

b. 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 hadits). Dengan kata lain, syariat merupakan nilai utama yang menjadi paling strategis maupun taktis bagi pelaku kegiatan ekonomi (bisnis).²⁸

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.²⁹ 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.

²⁸ *Ibid.*, hlm. 13.

²⁹ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah Kaya di Dunia Terhormat di Akhirat*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar.2009), hlm. 171.

Sedangkan, ada beberapa etika Rasulullah dalam membangun citra dagangannya adalah sebagai berikut:³⁰

1) Penampilan

Penampilan dagang Rasulullah 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 dalam 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;

*“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”*³¹

³⁰ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, Jakarta : Penebar Plus, 2012, hlm. 102.

³¹ *Al-Qur'an dan terjemahannya*, (Bandung : Departemen Agama RI Diponegoro, 2008)

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:³²

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 tanggung jawab yang diharapkan adalah tanggung jawab yang berkeseimbangan (*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.

³² Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta: Penebar Plus, 2012), hlm. 34.

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 nilai (*value*) 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.³³

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 agar orang lain terdorong untuk membelinya (*tatsamuh* atau *taraahum*). Dalam transaksi terjadi kontak antara penjual dan pembeli. 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

³³ Abdullah Gymnastiar, *Etika Berbisnis*, (Produser Bambang ELF. 2003). hlm. 23.

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-Qur'an 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:³⁴

a. Jujur dalam takaran dan timbangan.

³⁴ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha*, (Bandung: Alfabeta, 2003), hlm. 41.

- 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. 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 mempiutangi orang banyak. Apabila dilihatnya orang yang ditagih

itu dalam kesempitan, dia perintahkan kepada pembantu-pembantu nya. „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 dalam Q.S. Al-Baqarah ayat 276, yang artinya:

*“Allah memusnakan riba dan menyuburkan sedekah. Dan Allah tidak menyukai setiap orang yang tetap dalam kekafiran, dan selalu berbuat dosa”.*³⁵

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

³⁵ Al-Qur'an dan terjemahannya, (Bandung : Departemen Agama RI Diponegoro, 2008)

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.

F. Metode Penelitian

Secara umum metodologi penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.³⁶ 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.

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah Penelitian kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata tertulis ataupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.³⁷

Penelitian kualitatif atau *naturalistic inquiry* bersifat alamiah dimana peneliti tidak berusaha memanipulasi setting penelitian, kondisi atau situasi obyek yang diteliti benar-benar merupakan kejadian, interaksi yang terjadi secara alamiah, hal ini dikarenakan

³⁶ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm. 3.

³⁷ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), hlm. 4.

metode kualitatif berusaha memahami fenomena-fenomena dalam kejadian alami yang wajar.³⁸

Penelitian Kualitatif yang dimaksud adalah penelitian yang mendeskripsikan tentang perspektif etika bisnis pada “Ayam Geprek Susu Yogyakarta” terhadap semua unsur-unsur atau elemen-elemennya dalam membangun *Spiritual Company*.

2. Subyek dan Obyek Penelitian

Subyek penelitian adalah orang-orang yang menjadi sumber informasi yang dapat memberikan data yang sesuai dengan masalah yang sedang diteliti.³⁹ Adapun subyek yang dijadikan dalam penelitian ini adalah marketing, karyawan, dan manager dari Ayam Geprek Susu Yogyakarta. Sedangkan Obyek penelitian adalah sesuatu yang diteliti.⁴⁰ Adapun yang dijadikan obyek dalam penelitian ini adalah bentuk- bentuk *Spiritual Company* di Ayam Geprek Susu Yogyakarta dengan perspektif etika bisnis.

3. Pengumpulan Data

a. Wawancara / interview

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data dalam melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang akan diteliti dan mengetahui informasi mendalam terhadap responden. Menurut Burke Johnson

³⁸ Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*, (Bandung, Refika Aditama, 2012), hlm. 187.

³⁹ Tatang Amirin, *Menyusun Rencana Penelitian*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 1998), hlm.135.

⁴⁰ Hadi Sutrisno, *Metodologi Reserch I*, (Yogyakarta : Andi Offset, 1982), hlm. 107.

wawancara merupakan teknik pengumpulan data dimana pewawancara (peneliti atau yang diberi tugas melakukan pengumpulan data) dalam pengumpulan data mengajukan suatu pertanyaan kepada yang diwawancarai.⁴¹

Penelitian ini menggunakan wawancara semi terstruktur untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka. Adapun wawancara yang dimaksud adalah pengumpulan data wawancara semi terstruktur secara langsung dan tertulis dengan tujuan untuk memperoleh data terkait kondisi spiritual karyawan baik sebelum dan sesudah bergabung di Ayam Geprek Susu Yogyakarta.

b. Observasi

Observasi merupakan suatu metode pengumpulan data dengan melalui pengamatan dan pencatatan secara sistematis.⁴² Sedangkan menurut Larry Cristenses observasi diartikan sebagai pengamatan terhadap pola perilaku manusia dalam situasi tertentu, untuk mendapatkan informasi tentang fenomena yang diinginkan.⁴³

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan studi dokumen yang berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta

⁴¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (mixed methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 188.

⁴² Lexi J. Maleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1993), hlm. 103.

⁴³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (mixed methods)*, (Bandung : Alfabeta, 2013), hlm. 196.

pemikiran tentang fenomena yang masih aktual.⁴⁴ Metode dokumentasi disini dipergunakan penulis untuk memperoleh data mengenai dokumen-dokumen yang dianggap penting yang terkait dengan obyek yang dapat menunjang penelitian ini.

4. Metode Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.⁴⁵ Tujuannya adalah menyederhanakan data penelitian yang amat besar jumlahnya menjadi informasi yang lebih sederhana dan lebih mudah dipahami, atau analisis ini bertujuan untuk menarik kesimpulan penelitian yang telah dilaksanakan.⁴⁶

Analisis data dan penelitian ini adalah proses mencari dan menyusun sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dokumentasi dan yang lainnya dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola-pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat

⁴⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1997), hlm. 245.

⁴⁵ Lexi J. Maleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1993), hlm. 3.

⁴⁶ Herman Waskito, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1992), hlm. 92.

kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain.⁴⁷

Pada proses analisis, penelitian menggunakan cara analisis deskriptif kualitatif dari teorinya Miles dan Huberman yang meliputi:

a. Pengumpulan Data

Pada tahap ini penulis mencatat data secara obyektif dan apa adanya sesuai dengan hasil observasi dan wawancara, dokumentasi dilapangan.

b. Reduksi Data

Reduksi data yaitu proses pemilihan, penyederhanaan, pemusatan, perhatian pada hal-hal yang menguatkan data yang diperoleh dari lapangan. Reduksi data dilakukan oleh penulis secara terus menerus selama penelitian berlangsung guna menemukan rangkuman dari permasalahan yang sedang dikaji. Penulis berusaha membaca, memahami dan mempelajari kembali seluruh data yang terkumpul sehingga dapat menggolongkan, mengarahkan, mengorganisasikan dan membuang data yang tidak relevan.

c. Penyajian Data

Setelah reduksi data selesai, langkah selanjutnya adalah menyajikan yang diperoleh dari berbagai sumber. Pada penelitian

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (mixed methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 335.

kualitatif, penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, dan sebagainya. Melalui penyajian data akan mempermudah untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.

d. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dilakukan untuk mengetahui apakah tujuan dari proses kegiatan sudah tercapai atau belum, jika belum maka dilakukan tindak lanjut.

5. Teknik Keabsahan Data

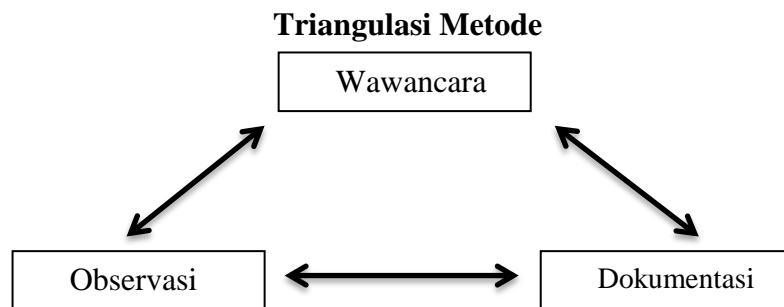
Dalam meneliti tingkat validitas data yang diperoleh di lapangan, maka peneliti menggunakan teknik triangulasi dalam memeriksa keabsahan data yang diperoleh. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.⁴⁸ Dalam penelitian ini teknik triangulasi yang digunakan adalah triangulasi metode dan triangulasi sumber.

a. Trianggulasi 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.

Gambar. 2.

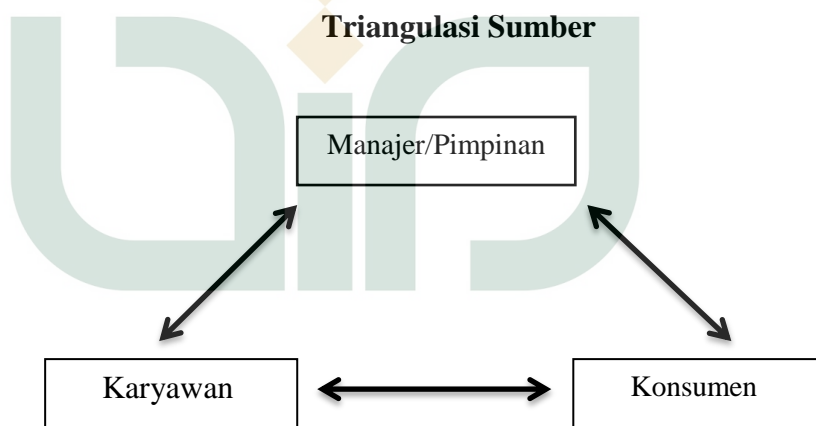
⁴⁸ Lexy, J. Moeleong, *Metode Penelitian Kualitataif*, edisi revisi, (Bandung: PT Remaja Karya, 2012), hlm 248.



b. Trianggulasi 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 Ayam Geprek Susu Yogyakarta, dan Konsumen.

Gambar. 3.



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

G. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini disusun dalam lima bab pembahasan sebagai acuan dalam berfikir secara sistematis, adapun rancangan sistematika pembahasan sebagai berikut :

BAB I berisi gambaran umum penulisan skripsi yang meliputi Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Tinjauan Pustaka, Landasan Teori, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II berisi pokok bahasan mengenai gambaran umum tentang Ayam Geprek Susu Yogyakarta yang meliputi Letak Geografis, Sejarah Singkat Berdirinya, Visi Misi , Struktur Organisasi, Keadaan Outlet, serta Kondisi Sarana dan Prasarana serta Produk.

BAB III berisi deskripsi tentang pelaksanaan kegiatan *spiritual company* yang ada di Ayam Geprek Susu Yogyakarta.

BAB IV merupakan bab inti atas penelitian skripsi ini. Di dalamnya berisi pembahasan tentang analisis terhadap pelaksanaan *spiritual company* Ayam Geprek Susu Yogyakarta serta analisis tinjauan etika bisnis islam terhadap pelaksanaan *spiritual company* Ayam Geprek Susu Yogyakarta.

BAB V merupakan penutup yang di dalamnya mencakup kesimpulan, saran-saran dan kata penutup. Kemudian, bagian akhir dari skripsi ini terdiri dari daftar pustaka dan lampiran terkait dengan penelitian.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian dan analisis, maka penyusun dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pelaksanaan *spiritual company* di Ayam Geprek Susu Yogyakarta

Pelaksanaan *spiritual company* di Ayam Geprek Susu Yogyakarta diwujudkan dalam beberapa kegiatan rohani diantaranya :

- a. Sedekah meliputi : Gratis makan dan minum bagi yang berpuasa Senin Kamis, Gratis makan dan minum bagi yang membaca Surat Al-Kaffi. Selain bertujuan untuk berbagi salah satu kegiatan *spiritual company* ini diharapkan menjadi motivasi bagi para pengunjungnya untuk mengamalkan amalan sunah seperti puasa Senin-Kamis dan menghafal surat Al-Kahfi.
- b. Pengajian jum'at pagi, kegiatan ini dimanfaatkan sebagai sarana atau media untuk menyampaikan ajaran-ajaran agama Islam kepada jamaah atau warga outlet Ayam Geprek Susu Yogyakarta. Selain itu bertujuan untuk memperkuat iman dan taqwa, juga merupakan wahana silaturahmi dan sebagai upaya memperkuat aqidah khususnya karyawan Ayam Geprek Susu Yogyakarta.
- c. Gerakan shalat berjamaah di masjid, tujuan kegiatan tersebut selain untuk meraih keselamatan mengagungkan syiar Islam, dan memelihara diri dari syetan adalah untuk selalu menghadirkan

Allah dalam setiap aktivitas kerja yang dijalankan sehari-hari, selain itu adalah untuk melatih kesabaran dan juga membiasakan diri untuk bersikap disiplin.

- d. Tadarus Al-Qur'an dan Tahsin, Tahsin tersebut akan menambah khasanah keilmuan dalam mempelajari Al-Qur'an dan dapat menambah semangat karyawan Ayam Geprek Susu Yogyakarta dalam beraktivitas serta mendukung program *Spiritual Company*
- e. Bakti Sosial, merupakan salah satu kegiatan wujud dari rasa kemanusiaan antara sesama manusia. Bertujuan untuk membantu sesama yang membutuhkan.
- f. Adab berpakaian syar'i, Ayam Geprek Susu Yogyakarta selalu berusaha untuk menerapkan nilai-nilai Islam dalam setiap pelayanannya terhadap pelanggan. Salah satunya adalah mewajibkan setiap karyawannya untuk selalu berpakaian yang sesuai standar syariat Islam, yaitu tidak ketat, tidak terawang dan tidak menggambarkan bentuk tubuh. Untuk wanita wajib menggunakan jilbab yang syar'i dengan rok panjang warna hitam (setelan sragam wajib). Untuk cowok menggunakan peci dengan celana panjang *non jeans* warna hitam dan sepatu warna gelap (setelan sragam).

2. Etika bisnis Islam terhadap pelaksanaan *spiritual company* di Ayam Geprek Susu Yogyakarta

Etika bisnis menuntut umat manusia untuk selalu mengedepankan syariat Islam, menghindari larangan yang berdampak kecurangan dan kerugian dalam berbisnis. Dengan berlandaskan etika bisnis Islam diharapkan para pelaku bisnis dapat menjalankan bisnisnya sesuai dengan syariat Islam. Kesesuaian prinsip etika bisnis Islam yang berpegang pada prinsip jujur dalam takaran (*quantity*), prinsip menjual barang yang baik mutunya (*quality*), prinsip dilarang menggunakan sumpah (*al-qasm*), prinsip longgar dan bermurah hati (*tatsamuh* dan *taraahum*), prinsip membangun hubungan baik (*interretionship*/silat al-rahym), prinsip tertib administrasi dan menetapkan harga dengan transparan telah diterapkan di Ayam Geprek Susu Yogyakarta meskipun masih perlu pendampingan khusus dari ustadz-ustadz ataupun orang yang dianggap mampu berpegang taguh pada agama dalam menjalankan roda bisnisnya. Dari ketujuh prinsip tersebut perlu diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, terlebih dalam mengelola dana perusahaan, mengelola karyawan dan memperlakukan pelanggan dan hal lainnya, lalu alangkah baiknya selalu memperhatikan perilaku-perilaku bermuamalah atau dalam berdagang serta menghindari hal-hal yang telah menjadi larangan Allah SWT. Pelaksanaan seluruh rangkaian kegiatan *spiritual company* di Ayam Geprek Susu Yogyakarta sampai saat ini juga belum ada kendala yang berarti, hal

ini mencerminkan bahwasannya tanggungjawab semua warga baik pimpinan perusahaan hingga karyawan telah terpenuhi. Menurut penulis dalam pelaksanaan *spiritual company* di Ayam Geprek Susu Yogyakarta telah sesuai dengan etika bisnis Islam.

B. Saran

1. Team manajemen Ayam Geprek Susu Yogyakarta

Hendaknya *spiritual company* memiliki struktur manajemen agar tercipta pola koordinasi yang lebih baik lagi terhadap seluruh pelaksanaan aktifitas spiritual dan bisnis Ayam Geprek Susu Yogyakarta.

2. Karyawan Ayam Geprek Susu Yogyakarta

Ketidakhadiran karyawan saat pengajian rutin bagi karyawan akan menghambat optimalisasi penanaman nilai-nilai agama Islam di Ayam Geprek Susu Yogyakarta. Perlu ada kesadaran yang tinggi, sehingga selalu berusaha mengikuti pengajian rutin bagi karyawan di Ayam Geprek Susu Yogyakarta.

C. Kata Penutup

Demikian skripsi ini ditulis, semoga apa yang telah menjadi kajian dari penelitian yang dilakukan penulis dapat memberikan nuansa baru bagi dunia bisnis. Penulis juga berharap skripsi ini dapat memberikan respon positif bagi semua pihak.

Alhamdulillah dengan rahmat, hidayah dan inayah Allah yang Maha Kuasa, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Walaupun dengan segala

keterbatasan pemahaman dan pengetahuan, tentunya skripsi ini masih dikatakan jauh dari kata sempurna. Untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik, saran dan masukan yang membangun dari semua pihak. Akhirnya dengan berakhirnya penulisan skripsi ini semoga mendapatkan berkah dari Allah serta dapat diambil manfaatnya oleh semua pihak, khususnya pembaca.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Gymnastiar, *Etika Berbisnis*, Produser Bambang ELF 2003
- Abu Abdillah Al Mansur, *Wanita dalam Quran*, Jakarta Gema Insani Prees, 1986
- Agustian, Ary Ginanjar, *Rahasia Sukses Membangkitkan ESQ Power: Sebuah Inner Journey Melalui Al Ihsan*, Jakarta: Arga, 2003
- Agustian, Ary Ginanjar, *ESQ Power Sebuah Inner Journey Melalui Ihsan*, Jakarta: Agra, 2003
- Agustian, Ary Ginanjar, *Spiritual Company: Kecerdasan Spiritual Pembawa Sukses Kampium Dunia Bisnis*, Jakarta: Arga Publishing, 2013
- Ahsin W. Al Hafizd, *Kamus Ilmu Al-Quran*, Jakarta: Amzah, 2006
- Akhmad Nur Zaroni, *Bisnis dalam Perspektif Islam, (Telaah Aspek Keagamaan dalam Kehidupan Ekonomi)*, Jurnal, Desember 2007. Diakses tanggal 10 April 2018
- Al-Qur'an dan terjemahannya*, Bandung : Departemen Agama RI Diponegoro, 2008
- Amirin, Tatang, *Menyusun Rencana Penelitian*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 1998
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta : Rineka Cipta, 1997
- Aziz, Abdul, *Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha*, Bandung: Alfabeta, 2003
- Djakfar, Muhammad, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, Jakarta : Penebar Plus, 2012
- Dr. Indriyani, *Pengantar Sosiologi Ekonomi*, Jakarta: Pustaka Kencana, 2016
- Fadilah, Ari Nur, *Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Pengelolaan Dana Wakaf Tunai (Studi di Lembaga Wakaf dan Pertanahan NU DIY*, skripsi Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014
- Goleman, Daniel, *Kecerdasan emosi untuk mencapai Puncak Prestasi, aslinya berjudul Working Emotional Intelligence*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003
- Gymnastiar , Abdullah, *Etika Berbisnis*, Produser Bambang ELF. 2003

- Harahap Sofyan S., *Etika Bisnis dalam Persepektif Islam*, Jakarta: Salemba Empat, 2011
- Hasan, Ali, *Manajemen Bisnis Syari'ah Kaya di Dunia Terhormat di Akhirat*, Yogyakarta: Pustakan Pelajar.2009
- Hendrawan, Sanerya, *Spiritual Manajement: From Personal Enlightenment Towards God Corporate Governance*, Bandung: Mizan, 2009
- Hiroko Horikasi, *Kyai dan Perubahan Sosial*, Jakarta: L3M, 1987
- <http://ahlikeuangan-Indonesia.com/>
- <http://muharieffendi.wordpress.com/>
- <https://bisaquran.com/>
- Imam Al Ghazali, *Benang Tipis Antara Halal dan Haram*, Surabaya: Putra Pelajar, 2002
- Imam Annawawi, *Sahihah Musim*, Juz 11-12
- Johan Arifin, *Etika bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, 2009
- Johan, Arifin, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, 2009
- Juwana, Lucky, *Konsep Manajemen Dakwah di Waroeng Group Timoho Yogyakarta (Studi pada Spiritual Company di Outlet-Outlet Waroung Group)*, Skripsi Fakultas Dakwah, UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2013.
- K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis* Yogyakarta: Kanisius, 2000
- Khun, Thomas S., *Peran Paradigma Dalam Revolusi Sains, terj. Tjun Surjaman*, Bandung : Remaja Rosdakarya, 1993
- Moleong, Lexy J., *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung : Remaja Rosdakarya, 2005
- Muhammad Ali Haji Hasim, *Bisnis Satu Cabang Jihad*, Jakarta, Pustaka Al-Kausar, 2005
- Muhammad Djakfar, *Anatomi Perilaku Bisnis, Dialektika Etika Dengan Realitas*, Malang : UIN-Malang Press, 2009
- Muhammad Djakfar, *Hukum Bisnis Membangun Wacana Integrasi Perundangan Nasional dengan Syari'ah*, Malang : UIN Malang Press, cet 1, 2009
- Muhandis Natawirya, *Etika Bisnis Islami*, Jakarta: Granada Press, 2007

- Nilasari, Irma dan Sri Wiludjeng, *Pengantar Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006
- Partanto, Pius A dan M. Dahlan Al Barry, *Kamus Ilmiah Populer*, Surabaya : Arloka, 2001
- Rivai, Veithzal, dkk, *Islamic Business an Economic Ethnics*, (Jakarta:Bumi Aksara, 2012
- Rohmah, Siti, *Penerapan Nilai-Nilai Etika bisnis Islam di Hotel Madani Syariah Yogyakarta*, Skripsi Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2014
- Rowland, Diana, *Etika Bisnis Jepang : Petunjuk Praktis Menuju Sukses Orang Jepang*, ter. Saha Simamora, Jakarta: Bumi Aksara, 1992
- Safitri Dani, *Pendekatan Komunikasi Organisasi Waroeng Steak and Shake Dalam Membangun Spiritual Company*, Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014.
- Santoso, Eko Jalu, *The Wisdom of Business*, Jakarta: Elex media Compatindo, 2010
- Sidqi Muhammad Jamil Al ‘Athari, *Sunan At-Tarmidzi*, Beirut : Dar El Fikri, 1994, Juz 3
- Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2007
- Suharsaputra, Uhar, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan* Bandung, Refika Aditama, 2012
- Sutrisno Hadi, *Metodologi Reserch I*, Yogyakarta : Andi Offset, 1982
- Waskito, Herman, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 1992
- Yusuf Qardhaei, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani, 2006