

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM OLEH PELAKU
BISNIS DI PAMELLA SATU SUPERMARKET
YOGYAKARTA TAHUN 2022**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I**

Oleh:

TIA AFNI SOFIARUM

NIM 18102040113

Pembimbing:

Dra. Nurmahni, M.Ag.

NIP. 197205191998032001

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

2022

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1220/Un.02/DD/PP.00.9/08/2022

Tugas Akhir dengan judul : IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM OLEH PELAKU BISNIS DI PAMELLA
SATU SUPERMARKET YOGYAKARTA TAHUN 2022

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : TIA AFNI SOFIARUM
Nomor Induk Mahasiswa : 18102040113
Telah diujikan pada : Kamis, 11 Agustus 2022
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

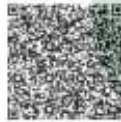
dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Kema Sidang/Pengjui I
Dr. Nurrahmi, M.Ag
SIGNED

Valid ID: 621756666666



Pengjui II
Dr. Hikmah Enrahawati, S.E., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 62059665572



Pengjui III
Dr. Dra. Hj. Mikhrani, MM
SIGNED

Valid ID: 620606940209



Yogyakarta, 11 Agustus 2022
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Prof. Dr. Hj. Marhamah, M.Pd
SIGNED

Valid ID: 621756666666

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nam : Tia Afni Sofiarum
NIM : 18102040113
Jurusan : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul “Implementasi Etika Bisnis Islam oleh Pelaku Bisnis di Pamella Satu Supermarket Yogyakarta Tahun 2022” adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 04 Agustus 2022

Yang Menyatakan,



Tia Afni Sofiarum
NIM 18102040113

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856
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 : Tia Afni Sofiarum
NIM : 18102040113
Judul Skripsi : Implementasi Etika Bisnis Islam oleh Pelaku Bisnis di Pamella Satu
Supermarket Yogyakarta Tahun 2022

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

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum wr.wb.


Yogyakarta, 04 Agustus 2022

Mengetahui

Ketua Program Studi

Dosen Pembimbing


H.M. Toriq Nurmadiansyah, S.Ag., M.Si.
NIP. 1969022/2003121002


Dra. Nurmahni, M.Ag.
NIP. 197205191998032001

ABSTRAK

Tia Afni Sofiarum (18102040113), Implementasi Etika Bisnis Islam oleh Pelaku Bisnis di Pamella Satu Supermarket Yogyakarta Tahun 2022. Skripsi, Yogyakarta: Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Etika bisnis adalah komponen dari para pelaku bisnis yang terkait erat dengan kegiatan komersial karena bisnis bukan hanya tentang memaksimalkan keuntungan yang akan menyebabkan situasi yang tidak etis, tetapi juga harus memperhatikan etika Islam yang merupakan bagian integral dalam bisnis yang dijalankan secara profesional. Untuk itu dibutuhkan namanya implementasi etika bisnis Islam yang harus mampu dilaksanakan dalam setiap aspek bisnis termasuk dalam penyelenggaraannya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi etika bisnis Islam oleh pelaku bisnis di Pamella Satu Supermarket Yogyakarta tahun 2022. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang menggunakan pendekatan kualitatif. Prosedur penelitian di lapangan ini akan menghasilkan data deskriptif berupa data-data tertulis dan lisan seseorang yang dijadikan bahan penelitian atau perilaku yang diamati. Sumber data yang digunakan yakni sumber data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah *interactive model* (Miles dan Huberman) melalui proses reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data. Teknik keabsahan data yang digunakan adalah uji kredibilitas dengan triangulasi teknik pengumpulan data dan triangulasi sumber data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum etika bisnis Islam telah diimplementasikan dengan baik oleh pelaku bisnis di Pamella Satu Supermarket melalui prinsip-prinsip etika bisnis Islam, seperti keesaan, keseimbangan, tanggung jawab, dan kebenaran. Disisi lain Pamella Satu Supermarket juga didukung *background* bisnisnya dengan gaya islami yang mencolok. Hal ini juga dibuktikan oleh para pelaku bisnis di Pamella Satu Supermarket bahwasanya etika bisnis Islam yang diimplementasikan itu menimbulkan dampak nyata terhadap perkembangan dan kemajuan bisnis Pamella.

MOTTO

حُذِرِ الْعَفْوَ وَأْمُرْ بِالْعُرْفِ وَأَعْرِضْ عَنِ الْجَاهِلِينَ

“Jadilah engkau pemaaf, dan perintahlah orang mengerjakan yang ma’ruf, serta berpalinglah dari orang-orang yang bodoh.”¹

Sabarlah, Allah tau niat baikmu, tapi bukan berarti niat baikmu takkan Allah Uji.
(Tia)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

¹ <https://quran.kemenag.go.id/surah/7/199> diakses pada hari Kamis tanggal 04 Agustus 2022, pukul 10.40 WIB.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat taufik hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Implementasi Etika Bisnis Islam oleh Pelaku Bisnis di Pamella Satu Supermarket Yogyakarta Tahun 2022”**. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya yang kita nantikan syafaatnya di *yaumul qiyamah* nanti.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa tanpa bantuan, bimbingan, dukungan, motivasi, dan doa dari berbagai pihak, skripsi ini tidak dapat terselesaikan. Sebagai salah satu bentuk syukur dengan segala kerendahan hati, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag. MA., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. H. M. Toriq Nurmadiansyah, S. Ag., M. Si., selaku Ketua Prodi Manajemen Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Maryono, S.Ag., M.Pd., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan motivasi selama menempuh proses perkuliahan.
5. Dra. Nurmahni, M.Ag., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing dan mengarahkan peneliti selama proses mengerjakan dan menyelesaikan skripsi dengan kesabaran, keikhlasan dan tanggung jawab.

6. Seluruh dosen program studi Manajemen Dakwah yang telah memberikan ilmunya dengan penuh kesabaran dan keikhlasan selama menempuh studi mata kuliah di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Seluruh civitas akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah membantu dan menunjang kelancaran penyusunan skripsi ini.
8. Ibu Fida selaku *Asisstant General Manager* Pamela Supermarket yang telah memberikan bantuan dan mempermudah perizinan, seluruh staf Pamela Satu Supermarket yang telah bersedia memberikan informasi, serta semua narasumber yang telah membantu dalam proses penelitian dan penulisan skripsi ini.
9. Orangtua tercinta dan terhebat Bapak Tommy Triongko dan Ibu Sri Partinah yang selalu memberikan nasihat-nasihat, mendukung penuh, tidak pernah lelah mendoakan dan memberikan semangat disetiap langkah peneliti untuk keberhasilan penelitian ini. Adik tersayang Novalia Citra Ramadhani yang selalu menghibur dan menyemangati disetiap langkah peneliti. Terima kasih atas segala kasih sayang dan dukungan yang terus membanjiri diri ini tiada henti.
10. Keluarga tercinta di Yogyakarta Pak Uwo, Simbok, Pakde Yono, Bude Rambat, Om Sugimin, Om Giyanto yang telah memberikan doa, dukungan, kebaikan terus menerus yang senantiasa merawat dan meruwat sepenuh hati tanpa pamrih. Sepupu-sepupu yang telah memberikan semangat dalam bentuk menghibur disaat peneliti merasa bosan.

11. Keluarga asrama Al Fithroh Pondok Pesantren Wahid Hasyim yaitu Bapak K.H Jalal Suyuthi dan Ibu Nyai Hj. Nelly Umi Halimah Jalal, Bapak K.H Sunhaji dan Ibu Aminah Ulinnuha, Bapak Miftakhul Choiri dan Ibu Fetra Nur Hikmah yang terus memberikan dukungan semangat, doa, kebahagiaan, ilmu pengetahuan yang tidak dapat diungkapkan dengan kata-kata. Kepada teman-teman angkatan pertama 2018 yang terus kebersamai dan saling *support*, menguatkan dalam mengerjakan skripsi bersama Butsainatuz Zahroh, S.Sos., Lailatul Mustafida, S.Hum., Nur Alfiana Makhfudz S.Ag., Devi Sri Rahayu, S.Ag., Siti Halwa Kholishotul Fu'adiyah, S.Sos., Umamah Mumtazah, S.E., Ivena Fauziah, S.H., dan teman-teman lainnya yang tidak bisa dituliskan satu persatu, semoga kebaikan selalu menyertai kita semua. Mba-mba asrama khususnya kamar 1, kamar 4, dan kamar 5 yang selalu terus memberikan *support* tiada henti.
12. Keluarga KKN 105 Bhakti Kalijaga yaitu Rizqo Dzulqornain, S.H., Azmi Fathu Rohman, S.H., Alif Bagus Prasetyo, S.H., Abdul Fathoni, S.H., Dwi Kristanto, S.T., Muhammad Rizal, S.Mat., Fajar Pangestu, S.Mat., Nur Albania, S.Sos., Ninditha Nur Aisyah, S.Sos., Dessy Amalia Asa P.P, S.Sos., Nahla Qudsiy El Ahmadi, S.Sos., yang telah kebersamai dan memberikan semangat serta motivasi dalam penyelesaian skripsi.
13. Teman-teman seperjuangan Manajemen Dakwah 2018 dan teman-teman Forum Alumni Sunan Pandanaran (FORMISPA) yang sudah kebersamai, saling mendukung, dan saling memberikan bantuan dalam menuntut ilmu di Yogyakarta.

14. Teman-teman di Cikarang yang tidak bisa disebutkan satu persatu dan semua pihak yang telah membantu dan memberikan masukan dalam proses penelitian, penyusunan, dan penulisan skripsi, semoga sukses selalu dan membawa berkah manfaat di mana pun berada. *We are good job guys!!*

Peneliti menyadari terdapat kekurangan dalam skripsi ini. Kritik dan saran yang membangun selalu dibutuhkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini mampu menjadi media dalam memperluas ilmu pengetahuan dan menjadikan ilmu yang bermanfaat.

Yogyakarta, 11 Juli 2022
Peneliti,

Tia Afni Sofiarum
NIM 18102040113

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	v
MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
D. Kajian Pustaka.....	7
E. Kerangka Teori.....	10
F. Metode Penelitian.....	25

G. Sistematika Pembahasan	32
BAB II GAMBARAN UMUM	34
A. Profil dan Sejarah Singkat Pamella Satu Supermarket	34
B. Visi dan Misi Pamella Satu Supermarket	38
C. Struktur Organisasi dan Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) ...	39
D. Kegiatan <i>Spiritual Company</i> di Pamella Satu Supermarket	42
E. Ragam Produk Pamella Satu Supermarket	42
F. Fasilitas Pamella Satu Supermarket	44
BAB III PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	47
A. Implementasi Etika Bisnis Islam oleh Pelaku Bisnis di Pamella Satu Supermarket	47
1. Keesaan	47
2. Keseimbangan	51
3. Tanggung Jawab	63
4. Kebenaran	69
BAB IV PENUTUP	74
A. Kesimpulan	74
B. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	80

DAFTAR RIWAYAT HIDUP 90



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Prinsip Etika Bisnis Islam	17
Tabel 1.2 Perbedaan Bisnis Islami dan Non Islami	20
Tabel 2.1 Data Cabang Pamella Supermarket	37



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Triangulasi Teknik Pengumpulan Data.....	31
Gambar 1.2 Triangulasi Sumber Data.....	32
Gambar 2.1 Struktur Pamella Satu Supermarket	39



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bisnis merupakan sebuah aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengolahan barang (produksi). Bisnis termasuk kegiatan ekonomi yang melibatkan perdagangan, jual beli, produksi, dan pemasaran pekerjaan interaksi seseorang dengan maksud untuk menghasilkan uang atau meningkatkan pendapatan dan kemakmuran. Jika dilihat dari kacamata ekonomi, bisnis yang baik didefinisikan sebagai bisnis yang dapat menghasilkan keuntungan terbesar.

Namun, bisnis yang baik juga dapat didefinisikan dari perspektif moral, yaitu perilaku yang sesuai dengan norma moral. Sama pentingnya untuk melihat bisnis melalui kacamata hukum, bahwa membuat “bisnis yang baik” menjadi bisnis yang mematuhi hukum. Yusanto dalam buku Muhammad mendefinisikan lebih khusus tentang bisnis Islam adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan barang atau jasa termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haramnya.²

² Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta:UPP Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, tt), hlm. 37.

Etika bisnis adalah komponen dari para pelaku bisnis yang terkait erat dengan kegiatan komersial karena bisnis bukan hanya tentang memaksimalkan keuntungan yang akan menyebabkan situasi yang tidak etis, tetapi juga harus memperhatikan etika yang merupakan bagian integral dalam bisnis yang dijalankan secara profesional. Jika sebuah perusahaan dioperasikan berdasarkan prinsip kepercayaan dan kejujuran, itu akan bertahan panjang dan terus menghasilkan keuntungan.

Demikian pula jika suatu bisnis dijalankan dengan memperhatikan seluruh pemangku kepentingan dalam organisasi, maka bisnis akan terjadi pendekatan pada *stakeholder*. Hal ini adalah salah satu tujuan etika bisnis, yaitu untuk mendidik semua yang terlibat dalam bisnis tentang implikasi moral dari kegiatan mereka dan mengajari mereka bagaimana membuat keputusan yang sehat secara moral dan finansial.³

Perkembangan saat ini terlihat jelas, di era globalisasi praktik bisnis menjadi semakin terbuka dan menjadi sebuah persaingan ketat. Dalam kondisi demikian, pemerintah disatu sisi dituntut mempunyai tanggung jawab menjaga iklim bisnis yang kondusif dengan cara mengatur persaingan secara adil yang mana hal ini dapat dipandang sebagai salah satu bentuk campur tangan pemerintah.

Meskipun pemerintah hadir di tengah praktik bisnis, perannya hanya sebagai wasit. Tidak heran bila kemudian masih dijumpai praktik bisnis yang kabarnya menyimpang. Contohnya, bisnis atau perusahaan besar yang

³ *Ibid.*, hlm. 158.

cenderung mengabaikan tanggung jawab sosial dalam hal dampak lingkungan dan dampak penggunaan produk oleh konsumen.

Bukan suatu hal yang mengagetkan apabila di Indonesia sering dijumpai pemberitaan tentang praktik bisnis yang menyimpang. Praktik bisnis tersebut bersinggungan langsung dengan hajat hidup masyarakat. Sebagai contoh, kecurangan dalam praktik bisnis makanan, mulai dari pemalsuan bahan dasar makanan yang diduga bahan pembuatannya menggunakan bahan kimia yang berbahaya untuk dikonsumsi, belum lagi terungkapnya peredaran makanan kedaluwarsa yang masih dijual di beberapa toko karena ulah dari pelaku bisnis yang melakukan penimbunan makanan atau barang.

Fenomena ini mungkin disebabkan oleh pelaku bisnis yang mengalami krisis moral dan memutuskan untuk mengesampingkan kewajiban dan nilai sosial mereka dalam mencari keuntungan sebesar-besarnya. Oleh karena itu, cara apapun digunakan dengan mengorbankan aspek moralitas karena dianggap menghambat kesuksesan dalam berbisnis. Menjadi tidak masuk akal apabila pelaku bisnis tersebut ternyata banyak dari kalangan umat muslim.

Untuk itu dibutuhkan namanya implementasi etika bisnis Islam yang harus mampu dilaksanakan dalam setiap aspek bisnis termasuk dalam penyelenggaraan produksi, konsumsi maupun distribusi. Hal-hal seperti ini berpotensi melanggar kesepakatan sosial dan merusak standar moral masyarakat dalam cara orang berbisnis. Rasulullah SAW menganjurkan

kepada umatnya untuk selalu berbisnis dengan integritas. Salah satunya dengan menerapkan praktik bisnis Islami. Sebagaimana terdapat dalam HR.

Baihaqi dan HR. Bukhari:

“Berusaha untuk mendapatkan penghasilan halal merupakan kewajiban, di samping sejumlah tugas lain yang telah diwajibkan”.
 “Allah memberikan rahmatnya kepada setiap orang yang bersikap baik ketika menjual, membeli dan membuat suatu pernyataan”.⁴

Adapun pelaku bisnis merupakan seorang atau sekelompok orang yang berjiwa berani mengambil risiko untuk menjalankan usaha dalam berbagai kesempatan. Cara berpikir para pelaku bisnis adalah selalu berusaha mencari, memanfaatkan peluang bisnis yang dapat memberi keuntungan. Pelaku bisnis yang dimaksud bisa mencakup orang-orang yang terlibat dalam bisnis yang dijalankan di perusahaan. Seperti, manajer, asisten manajer, *branch manager*, HRD (*human resources development*), distributor, kasir, *customer service*, dan perangkat kerja lainnya.

Terdapat salah satu supermarket di Yogyakarta, yaitu Pamella Satu Supermarket yang sudah berkembang menjadi bisnis ritel. Bisnis ritel merupakan bisnis yang melibatkan penjualan barang atau jasa kepada konsumen dalam jumlah satuan atau eceran. Bisnis ritel merupakan salah satu usaha yang memberikan reputasi baik di lingkungan karena menawarkan banyak barang manfaat.

Pamella Satu Supermarket dikelola oleh CEO (*chief executive officer*) muslim yang banyak aktif di organisasi keagamaan dan sosial

⁴ *Ibid.*, hlm. xi.

kemasyarakatan pada masanya. Pengelola Pamela Satu Supermarket menerapkan etika bisnis Islam yang bagus dalam menjalankan bisnisnya dan berpegang teguh pada bisnis yang Islami.

Pengelola Pamela Satu Supermarket dalam mengelola bisnisnya berpegang pada ruang lingkup etika bisnis Islami yang mencakup dua bidang, yakni menyangkut aspek akhlak dan muamalah.⁵ Dalam aspek akhlak, Pamela Satu Supermarket berupaya untuk bersikap jujur, amanah, dan disiplin. Dengan berpegang pada tiga prinsip tersebut, maka Pamela Satu Supermarket akan selalu mendapatkan kepercayaan baik dari masyarakat, *customer* maupun rekan bisnisnya.

Sedangkan dalam aspek muamalah adalah dengan menjaga sikap dan perilaku agar Pamela Satu Supermarket tidak sampai merugikan orang lain. Aspek muamalah ini mengimplementasikan dengan tidak melambungkan harga hanya demi keuntungan yang sebesar-besarnya dan menghindari pemanfaatan jasa bank konvensional yang dinilai menerapkan sistem riba. Selain itu, dilarang melakukan penimbunan barang, serta tidak pernah membeli barang diatas akad orang lain.

Pamella Satu Supermarket menjual produk makanan, kebutuhan rumah tangga, makanan, obat-obatan, kosmetik, busana, alat tulis, mainan, aksesoris, dan barang-barang lainnya yang jelas halal dan haramnya, baik dan tidaknya. Pamela Satu Supermarket secara pengelolaan sudah dapat dikatakan siap bersaing terus maju dengan swalayan maupun supermarket

⁵ Eko Widiyatno, *Dengan Keluarga Sakinah Membangun Bisnis Barokah*, Cetakan Pertama, (Yogyakarta: Mitra Pustaka Nurani, 2013), hlm. 176.

lainnya yang sudah eksis lebih dulu. Pamella Supermarket sudah memiliki 9 cabang yang tersebar di beberapa sudut kota Yogyakarta, berharap menjadi salah satu solusi bagi penguatan ekonomi masyarakat berlandaskan gaya Islami yang melekat.

Hal ini menimbulkan ketertarikan peneliti untuk mengetahui bagaimana implementasi etika bisnis Islam yang dilakukan oleh pelaku bisnis di Pamella Satu Supermarket Yogyakarta sehingga mampu bersaing dengan sehat. Peneliti bertujuan untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “Implementasi Etika Bisnis Islam oleh Pelaku Bisnis di Pamella Satu Supermarket Yogyakarta tahun 2022.”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, dapat diketahui bahwa permasalahan penelitian adalah bagaimana implementasi etika bisnis Islam oleh pelaku bisnis di Pamella Satu Supermarket Yogyakarta tahun 2022?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi etika bisnis Islam oleh pelaku bisnis di Pamella Satu Supermarket Yogyakarta tahun 2022. Adapun manfaat penelitian yang diambil pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan dapat digunakan sebagai sumber rujukan referensi untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan etika bisnis Islam. Selain itu, penelitian ini

diharapkan dapat berguna dan memberikan sumbangan pemikiran bagi program studi manajemen dakwah.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi sebagai sumber bacaan ataupun referensi tentang pengetahuan mengenai etika bisnis Islam bagi semua kalangan baik masyarakat maupun lembaga yang bersangkutan.

D. Kajian Pustaka

Sebagai acuan pada penelitian ini, peneliti mendapatkan beberapa penelitian terdahulu yang *relevan* digunakan dalam penelitian ini, diantaranya:

Pertama, penelitian *tesis* Heri Irawan dengan Judul "Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai". Penelitian ini menunjukkan bahwa 95% pedagang sembako yang ada di Pasar Sentral Sinjai sudah menerapkan etika bisnis Islam seperti ajaran Rasulullah SAW., saat berdagang. Dengan menggunakan sifat *siddiq, tabligh, amanah, fathonah*, yang menjadi kunci sukses dalam berdagang. Selain itu, sifat *saja'a* (berani) juga termasuk kunci sukses yang sangat penting dimiliki seorang pelaku bisnis agar bisnisnya dapat berkembang dan terjual sesuai yang diinginkan.⁶

⁶ Heri Irawan, *Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai*, Tesis, (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2017), hlm. xviii.

Kedua, penelitian *skripsi* Herman Setiaji dengan judul “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Sistem Jaminan Halal dan Thayyib pada Rumah Makan Ayam Penyet Surabaya”. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif eksploratif yang menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini bahwa implementasi etika bisnis Islam pada Rumah Makan Ayam Penyet Surabaya menjalankan etika berdagang dengan baik dan pada sistem jaminan halal, pengadaan, pengelolaan, transparansi, standarisasi terhadap SOP dan SJH dengan kontrol dan evaluasi dipaparkan berwujud penyajian yang sehat, proporsial, dan aman sesuai dengan standar perusahaan berlandaskan lima aspek halal pada produk dan penggunaan bahan dilakukan secara keseluruhan berjalan dengan baik dan terstruktur.⁷

Ketiga, penelitian *skripsi* Uma Durga Para Bandari yang berjudul “implementasi *marketing mix* ditinjau dari etika bisnis Islam (studi pada Sakinah 212 Mart Wonorejo Surabaya)”. Menjelaskan bahwa implementasi *marketing mix* ditinjau dari 4P (*product price, place, dan promotion*) sudah sesuai dengan perspektif etika bisnis Islam yang dibuktikan dengan indikator *product*, Sakinah 212 Mart hanya menjual produk halal sesuai dengan etika bisnis Islam dan tidak melakukan penimbunan barang, dari indikator *price*, Sakinah 212 Mart tidak mengambil keuntungan yang banyak dan tidak pernah merekayasa harga diskon maupun barang, dari indikator *place*, terdapat tempat ibadah untuk para karyawan beribadah, dan

⁷ Herman Setiaji, *Implementasi Etika Bisnis Islam pada Sistem Jaminan Halal dan Thayyib pada Rumah Makan Ayam Penyet Surabaya*, Skripsi, (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2018).

untuk indikator *promotion*, Sakinah 212 Mart menggunakan media sosial online dan media cetak dengan mengutamakan kejujuran dalam promosinya.⁸

Keempat, penelitian *jurnal* Jurnia Farma dan Khairil Umuri yang berjudul “Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Strategi Promosi Produk Asuransi Takaful”. Menjelaskan bahwa strategi promosi di PT Asuransi Takaful sudah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, seperti *tauhid*, *‘adl*, *ikhtiyar*, *fard*, dan *ihsan*. Walaupun pada tahap promosi tidak sepenuhnya bisa dijadikan ukuran agar para peserta mampu membeli produk asuransi, namun dengan penerapan etika bisnis Islam tersebut dalam strategi promosi mampu berdampak positif bagi perusahaan di kemudian hari, terutama dalam mengundang calon peserta untuk mengambil produk asuransi. Dalam program mitra kerja juga tidak melebihi-melebihkan janji hanya untuk menarik perhatian masyarakat, karena mitra juga mengedepankan amanah dengan *partner*-nya agar membangun hubungan yang baik sehingga menguntungkan perusahaan dikemudian hari.⁹

Dari kajian tersebut di atas, penelitian dengan judul “implementasi etika bisnis Islam oleh Pelaku Bisnis di Pamella Satu Yogyakarta Tahun 2022” ini memiliki perbedaan mulai dari metode penelitian, objek

⁸ Uma Durga Para Bandari, *Implementasi Marketing Mix Ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi pada Sakinah 212 Mart Wonorejo Surabaya)*, Skripsi, (Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019). Hlm. iv.

⁹ Jurnia Farma dan Khairil Umuri, “Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Strategi Promosi Produk Asuransi Takaful”, *Jurnal Studi Islam*, Vol. 15, Nomor 1, 2020, hlm. 1.

penelitian, dan juga fokus dari masing-masing penelitian. Sehingga penelitian ini belum pernah dilakukan, meskipun ada beberapa aspek penelitian yang memiliki kesamaan aspek, tetapi kajian ini berbeda dengan kajian terdahulu.

E. Kerangka Teori

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Terdapat beberapa konsep dasar yang berhubungan dengan etika, masing-masing konsep tersebut memiliki arti yang berbeda, diantaranya,¹⁰ etika adalah norma manusia harus berjalan, bersikap sesuai nilai/norma yang ada. Moral merupakan aturan dan nilai kemanusiaan (*human conduct & value*), seperti sikap, perilaku, dan nilai. Etiket adalah tata krama/sopan santun yang dianut oleh suatu masyarakat dalam kehidupannya. Nilai adalah peraturan harga sesuatu sehingga sesuatu itu memiliki nilai yang terukur.

Adapun pengertian bisnis secara umum diartikan sebagai upaya kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan atau rezeki untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dengan cara mengelola sumber daya ekonomi yang baik secara efektif dan efisien.¹¹ Secara historis, kata bisnis berasal dari kata "*business*" diambil dari kata "*busy*" yang artinya "*sibuk*", dengan artian sibuk

¹⁰ Muhammad, *Etika Bisnis Islami...*, hlm. 37.

¹¹ Mohammad H Holle, "Implementasi Etika Islam Dalam Berbisnis", *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 1, No. 1, 2019, hlm. 4.

mengerjakan aktivitas pekerjaan yang mendatangkan keuntungan. Dalam kamus besar bahasa Indonesia, bisnis berarti usaha dagang, usaha komersial.¹²

Bisnis tidak terpisah dari etika dikarenakan pertama, bisnis tidak bebas dari nilai. Kedua, bisnis merupakan bagian dari sistem sosial. Ketiga, aplikasi etika bisnis identik dengan pengelolaan bisnis secara professional. Bisnis bukanlah dunia yang berdiri sendiri terpisah dari masyarakat, bisnis membutuhkan masyarakat dan masyarakat membutuhkan bisnis. Karena ini kebutuhan bisnis dalam aspek kehidupannya tidak terlepas dari eksistensi keseluruhan masyarakat dengan seluruh atribut dan simbol-simbol yang melekat pada masyarakat.

Etika dalam bisnis Islam sangat mempengaruhi kehidupan manusia dalam perkembangannya. Hal ini karena etika memberikan arahan kepada manusia tentang bagaimana mereka hidup melalui serangkaian perilaku sehari-hari. Artinya, etika dapat membantu manusia untuk menanamkan sikap dan mengambil tindakan yang tepat untuk menjalani kehidupannya. Terakhir, etika dalam bisnis Islam juga akan membantu tindakan apa yang perlu dilakukan dan apa yang perlu dipahami bersama agar etika dapat diterapkan pada semua aspek kehidupan manusia.

¹² *Ibid.*, hlm 5.

Berdasarkan penjabaran diatas bahwa etika bisnis Islam terdiri dari seperangkat nilai-nilai ajaran Islam yang mengandung tata cara dan aturan berbisnis menjadikan untuk melakukan bisnis dengan cara yang bermoral atau beretika dalam jangka panjang dibarengi tanggung jawab pribadi dan sosial dihadapan masyarakat, negara dan Allah.

2. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam merupakan tata cara pengelolaan bisnis berdasarkan Al Qur'an, hadis, dan hukum yang telah dibuat oleh para ahli fiqih. Syed Nawab Haider Naqvi menyebut dengan prinsip-prinsip etik yang meliputi keesaan (tauhid), keseimbangan (keadilan), tanggung jawab, kejujuran. Adapun prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam harus mencakup:¹³

a. Keesaan (tauhid)

Keesaan adalah aspek vertikal Islam, dan itu tercermin dalam gagasan tauhid. Ide kesatuan menekankan ide konsistensi dan keteraturan dan mengintegrasikan semua berbagai aspek kehidupan seorang muslim, termasuk ekonomi, politik, agama, dan masyarakat.

Adapun menurut Muhammad indikator konsep keesaan memiliki pengaruh yang paling mendalam terhadap diri seorang muslim, seperti:¹⁴

¹³ Syed Nawab Haider Naqvi, *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), hlm. 35.

¹⁴ Muhammad, *Etika Bisnis Islami...*, hlm 53.

1. Seorang muslim percaya bahwa segala sesuatu di dunia milik Allah sebagai penciptanya, oleh karena itu tidak ada yang dapat mempengaruhi pikiran atau tindakannya. Tetap melaksanakan perintahnya yang sudah menjadi kewajiban sebagai umat muslim.
2. Kaum muslim berbeda dari kaum lainnya, mereka tidak takut pada bentuk kekuatan lain apapun kecuali Allah, karena hanya Allah yang Maha Kuasa dan Maha Esa. Muslim akan menjadi sederhana dan menjalani kehidupan tanpa cela karena mereka tahu bahwa Allah dapat dengan mudah mengambil apapun yang telah diberikannya.
3. Seseorang tidak pernah merasa putus asa akan pertolongan dan belas kasih dari Allah karena dia berpikir bahwa hanya Allah yang dapat menolongnya. Segala kegiatan aktifitasnya dapat dikerjakan dengan ikhlas dan selalau diniatkan beribadah. Hanya Allah yang berhak mencabut nyawa makhluk sebelum waktu yang telah ditentukan-Nya. Seseorang akan mengambil tindakan tegas untuk mendukung apa yang dia pandang sebagai moral dan Islam.
4. Pengaruh paling besar dari ucapan *Laa ilaha illa Allah* adalah bahwa kaum muslim akan mentaati dan melaksanakan perintah Allah. Ia percaya bahwa Allah mengetahui segalanya yang terlihat maupun yang tersembunyi, dan tidak bisa

menyembunyikan apapun. Sebagai konsekuensinya, ia akan berbuat *amar ma'ruf nahi munkar*.

Menggabungkan aspek *religijs* dengan aspek-aspek kehidupan yang lain, seperti bisnis, akan mendorong manusia ke dalam suatu kehidupan yang selaras, konsisten, dan selalu merasa diawasi oleh Allah. Peran menyatukan dalam konsep tauhid akan menumbuhkan rasa dalam diri manusia bahwa dirinya akan selalu merasa di pantau aktivitas kehidupannya, termasuk dalam mengelola bisnis yang dijalankan.

b. Keseimbangan (keadilan)

Keseimbangan atau keadilan menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam pada alam semesta. Keadilan dalam Al Qur'an bukan sekedar anjuran, namun keadilan merupakan perintah Allah yang bersifat mutlak tanpa ikatan waktu, tempat atau individu tertentu. Sebagaimana dalam Q.S. An Nahl:90 menyatakan:

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu berbuat adil dan ihsan, memberi kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran”.¹⁵

Islam mendefinisikan yang adil adalah mempertimbangkan semua hak seseorang, lingkungan sosial, dan alam sebagai pemangku kepentingan potensial dalam tindakan orang tersebut. Semua hak harus diposisikan dengan segala hormat. Jika pihak-

¹⁵ Al-Quran, 16:90. Departemen Agama RI, *al-Qur'an dan Terjemahannya: Juz 1-30*, (Jakarta: CV Penerbit Diponegoro, 2015).

pihak diatas tidak diakomodasi, individu tersebut dapat mengalami ketidakadilan. Hal ini menunjukkan bahwa persoalan keadilan berkaitan erat dengan kegiatan bisnis yang beretika.

Keadilan yang dirasakan masyarakat akan menciptakan kondisi yang baik bagi berlangsungnya bisnis yang baik dan sehat. Sebaliknya jika bisnis tersebut dijalani dengan tidak adil, maka akan menimbulkan gejala sosial yang meresahkan masyarakat termasuk para pelaku bisnis. Maka dari itu, keadilan dalam etika menjalankan bisnis itu sangat penting sekali. Beberapa hal yang harus diperhatikan, seperti tidak mengandung unsur kecurangan dalam timbangan, menjauhkan diri dari ketidakadilan pada diri sendiri dan kepada sesama, bersikap adil dalam menghargai dan memberikan hak-haknya dalam pemberian upah atau gaji.¹⁶

c. Tanggung Jawab

Segala kebebasan dalam melakukan bisnis oleh pelaku bisnis tidak lepas dari pertanggungjawaban yang harus diberikan atas aktivitas yang dilakukannya. Sayyid Qutb menyatakan bahwa dalam Islam, keseimbangan merupakan tanggung jawab utama yang ditetapkan baik dalam ruang dan bentuk, jiwa dan raga, individu dan keluarga, serta individu dan sosial masyarakat.¹⁷ Terdapat dua ciri

¹⁶ Shalah Ash Shawi dan Abdullah Al Mushlih, *Fiqih Ekonomi Islam*, (Jakarta: Darul Haq, 2013), hlm. 78.

¹⁷ Mohammad H Holle, "Implementasi Etika Islam Dalam Berbisnis", *Jurnal Ekonomi Syariah...*, hlm. 10.

indikator utama, Islam memiliki rasa kewajiban bertanggung jawab, antara lain:¹⁸

1. Tanggung jawab yang terjalin dengan peran khilafah sebagai wakil Tuhan di muka bumi. Manusia dapat mempertahankan kebebasannya sendiri terutama dari keserakahan dan korupsi dengan memberikan atau memenuhi tanggung jawab mereka kepada orang lain, terutama yang kurang mampu di masyarakat, dengan predikat yang disandangnya. Tentu saja, memenuhi tanggung jawab dengan cara ini merupakan tanggung jawab kepada Allah atas segala sesuatu yang diberikan.
2. Dalam Islam, tanggung jawab sebagian besar bersifat sukarela dan bebas dari paksaan. Akibatnya, prinsip ini membutuhkan pengorbanan, yang memiliki makna besar. Setiap orang menjalankan bisnis harus memiliki tanggung jawab atas apa yang dihasilkan dalam bisnis tersebut. Ia harus rela bertanggung jawab ketika dihadapkan dengan masalah yang terjadi. Hal ini menunjukkan bahwa manusia (bebas) juga sadar akan lingkungannya. Pada saat yang sama, ia harus menyadari implikasi dari independensinya sendiri. Kesukarelaan untuk posisi tanggung jawab adalah cerminan bagaimana hal itu akan dilakukan.

¹⁸ Machasin, *Menyelami Kebebasan Manusia: Telaah Kritis Terhadap Konsepsi Al Qur'an*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1996), hlm. 46-48.

d. Kebenaran

Kebenaran menyatakan bahwa manusia harus mempraktikkan kebaikan sepanjang hidupnya. Dalam bidang bisnis, konsep ini menyatakan bahwa seorang pengusaha harus bertindak dengan penuh kebaikan dan kejujuran, seperti memberikan pelayanan prima, paham kriteria baik tidaknya barang yang dijual. Jujur tentang kualitas produk dan berkomunikasi dengan sopan. Konsumen akan tertarik dan puas dengan pelayanan yang baik dan optimal. Dalam Al Quran, prinsip kebenaran yang mengandung kebajikan dan kejujuran dapat ditegaskan atas keharusan memenuhi perjanjian dalam melaksanakan bisnis. Karena hal itu akan memberikan pengaruh yang menguntungkan bagi perusahaan mereka, menghasilkan kepercayaan dan berkah.

Tabel 1.1 Prinsip Etika Bisnis Islam

Keesaan	Berhubungan dengan konsep tauhid. Berbagai aspek dalam kehidupan manusia yakni politik, ekonomi, sosial dan keagamaan membentuk satu kesatuan homogen yang bersifat konsisten dari dalam, dan integrasi dengan alam semesta secara luas. Ini merupakan dimensi vertikal Islam.
Keseimbangan	Berhubungan dengan konsep keesaan adalah keseimbangan diantara berbagai kehidupan manusia untuk menciptakan aturan sosial yang terbaik. Rasa keseimbangan ini diperoleh melalui tujuan yang sadar. Ini merupakan dimensi horizontal Islam.
Tanggung Jawab	Keharusan manusia untuk diperhitungkan semua tindakannya.
Kebenaran	Ihsan atau suatu tindakan yang memberi keuntungan bagi orang lain tanpa ada sesuatu kewajiban tertentu.

3. Fungsi Etika Bisnis Islam

Pada dasarnya etika bisnis Islam memiliki fungsi khusus yang meliputi:¹⁹

1. Dalam perusahaan bisnis, etika bisnis berupaya menyasikan dan menselaraskan berbagai operasi penting.
2. Etika bisnis juga memiliki peran untuk menyadarkan masyarakat tentang bisnis, khususnya bisnis islami. Biasanya dengan menawarkan informasi atau pemahaman baru terkait pentingnya bisnis memanfaatkan nilai-nilai moral dan spiritualitas sebagai landasan, yang kemudian disajikan dalam suatu bentuk yang dikenal etika bisnis Islam.
3. Etika bisnis Islam memiliki andil dalam memberikan berbagai jawaban atas permasalahan bisnis modern saat ini yang semakin terputus dari standar etika. Dalam artian bisnis yang menerapkan etika harus bersandar pada sumber utama, Al Qur'an dan hadis.

4. Tujuan Berbisnis Dalam Islam

Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma yang dikutip oleh Khoiruddin mengatakan bahwa bisnis dalam Islam mempunyai tujuan untuk mencapai tujuan utama, yakni:²⁰

¹⁹ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), hlm. 76.

²⁰ Khoiruddin, Implementasi Etika Bisnis Perspektif Islam, *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 4, No. 2, (Bumi Aksara, 2013), hlm. 9.

1. Target hasil: materi dan nonmateri.

Bisnis harus dapat memperoleh dan memberikan keuntungan non materi (keuntungan dan manfaat) bagi organisasi internal dan eksternal perusahaan (lingkungan), seperti menciptakan lingkungan yang nyaman dan harmonis, saling peduli, dan sebagainya, selain membuat keuntungan dan mendapatkan laba (*qimah madiyah* atau nilai materi) yang setinggi-tingginya.

Benefit bukan hanya untuk memberikan manfaat materi, tetapi juga nonmateri. Islam percaya bahwa target perilaku tersebut tidak hanya diarahkan pada *qimah madiyah*. Tetapi masih ada dengan orientasi lainnya, yakni *qimah insaniyah*, *qimah khuluqiyah*, dan *qimah ruhiyah*. Dengan manusia dapat menggunakan *qimah insaniyah* untuk berusaha memperoleh manfaat kemanusiaan melalui kesempatan kerja, bantuan sosial (sedekah) dan sarana lainnya. Termasuk pemahaman nilai-nilai moral yang luhur itu perlu dan harus muncul dalam setiap kegiatan usaha untuk menjalin hubungan persaudaraan yang termasuk dari *qimah khuluqiyah*. Pada saat yang sama menjadikan aktivitas digunakan sebagai media untuk mendekati Allah.

2. Pertumbuhan

Apabila perusahaan telah memperoleh keuntungan baik material maupun non material maka perusahaan harus berusaha untuk mempertahankan pertumbuhan agar dapat terus tumbuh.

Upaya perbaikan ini juga perlu untuk tetap berada di koridor hukum Islam dan tidak menghalalkan dengan cara apapun.

3. Keberlangsungan

Target pertumbuhan tahunan yang dicapai harus dijaga agar perusahaan dapat dan akan terus eksis selamanya.

4. Keberkahan

Semua tujuan yang telah dicapai tidak ada artinya tanpa adanya keberkahan dalam berbisnis. Jadi inti berbisnis Islami bertujuan untuk mendapatkan keberkahan, karena merupakan bentuk menerima segala aktivitas manusia. Keberkahan ini membuktikan bisnis yang dijalankan oleh para pengusaha telah di ridai oleh Allah dan mendapat nilai ibadah.

Tabel 1.2 Perbedaan Bisnis Islami dan Non Islami²¹

Bisnis Islami	Karakteristik Bisnis	Bisnis Non-Islami
Aqidah Islam (nilai-nilai transendental).	Asas	Sekulerisme (nilai-nilai materialisme).
Dunia-akhirat	Motivasi	Dunia
Profit, zakat dan <i>benefit</i> (non-materi), pertumbuhan, keberlangsungan, keberkahan	Orientasi	Profit, Pertumbuhan Keberlangsungan
Tinggi Bisnis adalah bagian dari ibadah.	Etos kerja	Tinggi Bisnis adalah kebutuhan duniawi.
Maju dan produktif, konsekuensi keimanan dan manifestasi kemusliman	Sikap mental	Maju dan produktif sekaligus konsumtif. Konsekuensi aktualisasi diri

²¹ Muhammad, *Etika Bisnis Islami...*, hlm. 97-98.

Cakap dan ahli di bidangnya. Konsekuensi dan kewajiban seorang muslim.	Keahlian	Cakap dan ahli di bidangnya. Konsekuensi dari motivasi <i>reward</i> dan <i>punishment</i> .
Terpercaya dan bertanggung jawab. Tujuan tidak menghalalkan segala cara.	Amanah	Tergantung kemauan individu (pemilik kapital). Tujuan menghalalkan segala cara
Halal Sesuai dengan akad kerjanya.	Modal Sumber Daya Manusia	Halal dan haram Sesuai dengan akad kerjanya atau sesuai keinginan pemilik modal.
Halal Visi dan misi organisasi terkait erat dengan misi penciptaan manusia di dunia.	Sumber Daya Manajemen Strategik	Halal dan haram Visi dan misi organisasi ditetapkan Jaminan halal bagi setiap orang masukan, berdasarkan pada kepentingan material belaka.
Jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan keluaran mengedepankan produktivitas dalam koridor syari'ah.	Manajemen Operasi	Tidak ada jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan keluaran mengedepankan produktivitas dalam koridor manfaat.
Jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan keluaran keuangan. Mekanisme keuangan dengan bagi hasil.	Manajemen Keuangan	Tidak ada jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan keluaran keuangan. Mekanisme keuangan dengan bunga.
Pemasaran dalam koridor jaminan halal.	Manajemen Pemasaran	Pemasaran menghalalkan dengan segala cara.
SDM professional dan berkepribadian Islam, SDM adalah pengelola bisnis. SDM bertanggung jawab pada diri, majikan dan Allah.	Manajemen SDM	SDM professional, SDM adalah faktor produksi. SDM bertanggung jawab pada diri dan majikan.

5. 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 apapun 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 apapun keinginannya, namun tidak dalam hal tanggungjawab dan keadilan.
- d. Percaya kepada Allah memberi individu kebebasan sepenuhnya dari hal apapun atau siapapun 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 beorientasi diri sendiri. Egoisme tidak mendapat tempat dalam ajaran Islam.
- g. Keputusan etis harus didasarkan pada pembacaan secara bersama-sama antara Al Quran dan semesta.

²² Rafik Issa Beekum, *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 *takziah* melalui partisipasi aktif dalam kehidupan ini dengan berperilaku secara etis di tengah godaan ujian dunia, kaum muslim harus mampu membuktikan ketaatannya kepada Allah.

Penerapan etika bisnis Islam juga diaplikasikan terhadap keseluruhan bagian-bagian yang ada di suatu perusahaan pelayanan dan jasa baik manajer, karyawan, maupun pada distribusi dan ritel.

a. Etika Manajer²³

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 maruf nahi munkar dalam lingkungannya.
6. Mengembalikan amanah setelah selesai bertugas
7. Menghargai keyakinan dan hak pribadi karyawan.
8. Tidak melakukan manipulasi dalam bentuk apapun.
9. Tidak mengurangi timbangan dan ukuran lainnya.
10. Tidak melakukan penimbunan dan permainan harga.
11. Tidak melakukan hal-hal yang bersifat menuju perzinaan atau pornografi.
12. Jujur dalam menjalankan kualitas produk yang dijual.

²³ Sofyan. S. Harahap, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hlm. 110.

13. Jujur dalam iklan dan promosi.

b. Etika Karyawan²⁴

1. Bekerja secara ikhlas dan dianggap ibadah.
2. Jujur dan amanah.
3. Mematuhi pimpinan.
4. Rela bekerja sama dalam tim.

c. Etika Distribusi dan Ritel²⁵

1. Selalu menghiiasi amal dengan niat ibadah dan ikhlas.
2. Memberikan informasi tentang barang secara jujur dan transparan, apa adanya, tidak menggoda, dan menjerumuskan pembeli.
3. Tidak mendistribusikan barang-arang yang membahayakan dan yang diharamkan.
4. Melakukan metode distribusi yang bersifat jujur, memegang amanah, dan berdakwah.

5. Tidak melakukan kegiatan yang memakan harta secara batil.

6. Tidak melakukan tindakan yang berbau riba dan kezaliman lainnya.

7. Tidak mengurangi ukuran, standar, kualitas timbangan secara curang.

8. Harus tetap menjaga sifat adil dalam segala bentuk.

9. Melarang kegiatan monopoli yang merusak kepentingan sosial.

²⁴ *Ibid.*, hlm 110.

²⁵ *Ibid.*, hlm. 139.

10. Mempersiapkan diri untuk menghadapi maut dan akhirat.
11. Menganjurkan sifat saling tolong menolong, toleransi, dan sedekah.
12. Menjelaskan spesifikasi, kegunaan barang secara jujur, terang, dan transparan.
13. Melakukan kegiatan saling mewasiatkan kebenaran dan saling menasihati.
14. Tidak melakukan pameran barang yang menimbulkan salah persepsi.
15. Membebaskan konsumen memilih keinginannya, tidak melakukan paksaan, dan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mengembalikan barangnya jika salah beli, tidak sesuai, dan tidak memuaskannya sesuai yang dijelaskan.
16. Memuat daftar komposisi dan isi barang
17. Memberikan pelayanan penjual yang jujur.
18. Tidak pernah lalai ibadah karena kegiatan distribusi dan ritel.
19. Tidak melakukan praktik laba.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang menggunakan pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif yaitu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang ilmiah. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berpangkal dari

pola pikir induktif, yang didasarkan atas pengamatan obyektif partisipatif terhadap suatu gejala (fenomena) sosial.²⁶

Adapun prosedur penelitian di lapangan ini akan menghasilkan data deskriptif berupa data-data tertulis dan lisan seseorang yang dijadikan bahan penelitian atau perilaku yang diamati. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan tentang fenomena yang akan diteliti, serta menguraikan fakta-fakta yang terjadi secara ilmiah, sehingga dapat menggambarkan dan menjelaskan segala rinci implementasi etika bisnis Islam oleh pelaku bisnis di Pamela Satu Supermarket Yogyakarta tahun 2022.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah narasumber yang memiliki kedudukan penting dalam objek penelitian saat pengumpulan data antara lain, pimpinan atau manajer, *branch manager*, asisten BM (*branch Manager*), staf SDM, kasir atau *customer service*, dan staf dalam pendistribusian ritelnya di Pamela Satu Supermarket Yogyakarta.

Objek penelitian adalah yang menjadi pokok perhatian dari suatu penelitian.²⁷ Adapun objek dalam penelitian ini adalah implementasi

²⁶ Nursapia Harahap, *Penelitian Kualitatif*, Cetakan Pertama, (Sumatera Utara: Wal Ashri Publishing, 2020), hlm. 123.

²⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pengantar*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1989), hlm. 91.

etika bisnis Islam oleh pelaku bisnis yang diterapkan di Pamella Satu Supermarket Yogyakarta tahun 2022.

3. Sumber Data

a. Data Primer

Sumber data yang memuat data utama yakni data yang diperoleh secara langsung dari sumber utama tanpa adanya perantara, misalnya narasumber atau informan. Dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh dari hasil pengamatan secara langsung di lokasi penelitian dan wawancara dengan *manager* serta staf karyawan di Pamella Satu Supermarket Yogyakarta.

b. Data Sekunder

Sumber data tambahan yang diambil tidak secara langsung dari objek penelitian yang bersifat publik, seperti buku, dokumen, foto, dan lainnya. Sumber data sekunder dapat digunakan dalam penelitian, yang berfungsi sebagai sumber data pelengkap ataupun yang utama bila tidak tersedia narasumber dalam fungsinya sebagai sumber data primer. Data yang dimaksud dalam penelitian ini adalah dokumentasi, buku-buku, *website* resmi dari Pamella Satu Supermarket Yogyakarta.

4. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan beberapa teknik atau metode pengumpulan data. Adapun teknik yang digunakan adalah:

a. Observasi

Pengamatan atau observasi merupakan teknik pengolahan data yang mempunyai ciri spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain.²⁸ Melakukan aktivitas yang dilakukan oleh peneliti terhadap sesuatu proses atau objek dengan tujuan untuk memahami pengetahuan dari sebuah fenomena atau perilaku berdasarkan pengetahuan dan gagasan yang sudah diketahui sebelumnya. Teknik observasi dilakukan dengan non-partisipan yakni hanya melakukan pengamatan terhadap suatu objek tentang bagaimana implementasi etika bisnis Islam oleh pelaku bisnis di Pamella Satu Supermarket Yogyakarta.

b. Wawancara

Wawancara merupakan suatu proses interaksi dan komunikasi antara pewawancara dengan sumber informasi atau orang yang diwawancarai melalui lisan secara langsung atau perangkat media.²⁹ Dalam penelitian ini informan yang diwawancarai oleh peneliti adalah *manager*, dan beberapa karyawan di Pamella Satu Supermarket Yogyakarta. Dalam proses

²⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cetakan ke-19, (Bandung: Alfabeta 2013), hlm. 145.

²⁹ Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, Edisi Pertama, (Jakarta: KENCANA, 2014), hlm. 152.

ini hasil wawancara ditentukan oleh beberapa faktor yang berinteraksi dan mempengaruhi arus informasi, yaitu:³⁰

1. Pewawancara
 2. Sumber informasi
 3. Materi pertanyaan
 4. Situasi wawancara
- c. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah terjadi. Dokumentasi dilakukan dengan mempelajari dan mengambil data dari literatur terkait dan sumber-sumber lain seperti buku, *website*, jurnal, skripsi, dan lain sebagainya yang masih *relevan* dengan penelitian ini. Dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian ini.

5. Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Teknik analisis data menggunakan model teori Miles dan Huberman, mengemukakan bahwa analisis data dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus menerus sampai tuntas dengan melalui tiga proses, yaitu reduksi data

³⁰ *Ibid.*, hlm. 153.

(*data reduction*), penyajian data (*data display*), serta penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing/verification*).³¹

a. Reduksi Data

Penyajian data dengan merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

b. Penyajian Data

Penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, narasi, hubungan antar kategori, dan sejenisnya yang sudah berurutan dan sistematis.

c. Verifikasi Data

Penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan pertama bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti yang mendukung, masih ada kemungkinan terjadi tambahan dan pengurangan.³² Maka pada tahap ini kesimpulan sudah ditemukan sesuai dengan buti-bukti data yang diperoleh di lapangan secara

³¹ *Ibid.*, hlm. 246.

³² Nursapia Harahap, *Penelitian Kualitatif...*, hlm. 87.

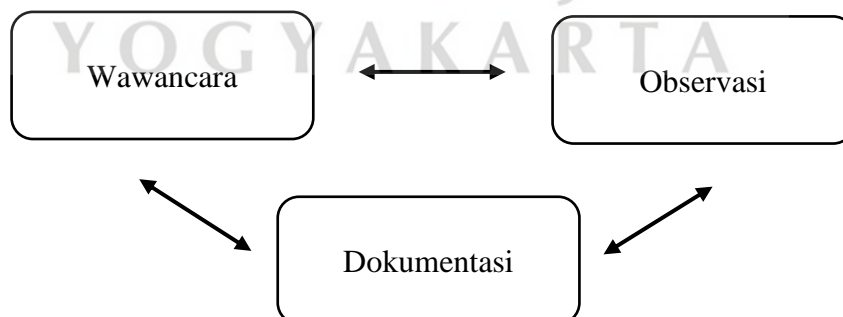
akurat. Kesimpulan adalah untuk menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal.

6. Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, terdapat beberapa metode untuk menguji keabsahan suatu data meliputi *credibility* (validitas internal), *transferability* (validitas eksternal), *dependability* (reliabilitas), dan *confirmability* (obyektifitas). Penelitian ini uji keabsahan data yang digunakan adalah uji kredibilitas. Menurut Sugiyono, uji kredibilitas data ini menekankan pada bagaimana data hasil penelitian kualitatif itu memiliki derajat kepercayaan dengan melakukan perpanjangan pengamatan, ketekunan pengamatan, triangulasi, pengecekan sejawat, kecukupan referensi, kajian kasus negatif, dan pengecekan anggota (*membercheck*).³³

Sedangkan dalam penelitian ini, uji kredibilitas yang dipakai adalah triangulasi. Peneliti menggunakan dua jenis triangulasi dalam mendukung pengukuran tingkat keabsahan data yang diperoleh dari:

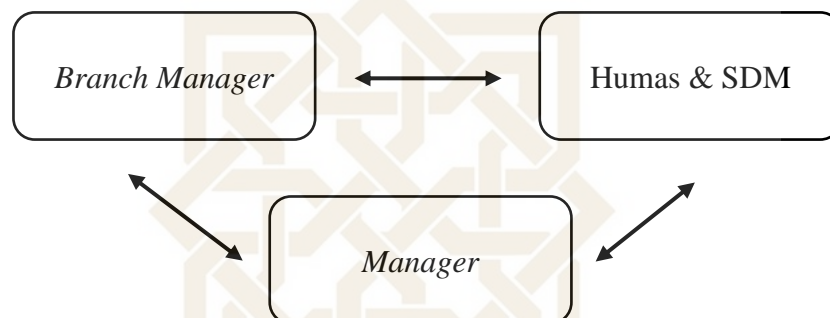
Gambar 1.1 Triangulasi Teknik Pengumpulan Data



³³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D...*, hlm 270.

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.³⁴

Gambar 1.2 Triangulasi Sumber Data



Triangulasi sumber merupakan teknik menguji keabsahan data dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.³⁵ Untuk menguji validitas data menggunakan triangulasi sumber, peneliti memberikan pertanyaan yang ditujukan pada sumber yang berbeda. Sehingga akan diperoleh data-data dan informasi yang sama dari sumber yang berbeda.

G. Sistematika Pembahasan

Sebagai gambaran umum untuk memudahkan dan mendukung penelitian ini, maka peneliti akan menguraikan alur penulisan penelitian ini sebagai berikut:

³⁴ *Ibid.*, hlm, 274.

³⁵ *Ibid.*, hlm. 274.

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang pemaparan latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II GAMBARAN UMUM

Berisi tentang gambaran umum lokasi penelitian Pamela Satu Supermarket Yogyakarta terdiri dari profil dan sejarah singkat, visi dan misi, struktur organisasi dan manajemen Sumber Daya Manusia (SDM), kegiatan *spiritual company*, ragam produk, serta fasilitas yang ada di Pamela Satu Supermarket Yogyakarta.

BAB III PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

Berisi tentang hasil penelitian yaitu mengenai implementasi etika bisnis Islam oleh pelaku bisnis di Pamela Satu Supermarket Yogyakarta tahun 2022.

BAB IV PENUTUP

Berisi kesimpulan dan saran-saran. Kesimpulan dalam penelitian ini tentang hasil yang diperoleh dari kegiatan penelitian di lapangan. Di akhir skripsi terdapat daftar pustaka dan lampiran-lampiran yang berkaitan dengan penelitian.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa penelitian dan pembahasan yang diperoleh, bahwa pelaku bisnis di Pamella Satu Supermarket Yogyakarta telah mengimplementasikan etika bisnis Islam melalui prinsip-prinsip etika bisnis Islam, seperti keesaan (tauhid), keseimbangan (keadilan), tanggung jawab, dan kebenaran. Hal ini dapat dilihat dalam indikator keesaan, pelaku bisnis di Pamella Satu Supermarket tidak pernah berbuat tidak etis, mereka hanya percaya kepada Allah karena segala sesuatu itu milik Allah. Selain itu ketaatan mereka dibuktikan dengan menjalani kewajibannya sebagai umat muslim, bekerja dengan ikhlas dan selalu berbuat *amar ma'ruf nahi munkar*. Kemudian dalam indikator keseimbangan (keadilan), pelaku bisnis tidak pernah melakukan kecurangan dalam ukuran dan kualitas timbangan, para pelaku bisnis menggunakan timbangan digital yang lebih akurat dengan melakukan pengujian ulang (tera) secara berkala agar sistem timbangan selalu sesuai dengan peraturan yang berlaku, tetap menjaga sikap adil dalam melayani konsumen, dan seimbang dalam pemberian hak pribadi karyawan dalam segi pengupahan.

Selanjutnya dalam indikator tanggung jawab, pelaku bisnis memegang amanahnya atas rasa syukur yang didapat dalam bentuk bekerja sama dan berbagi dengan beberapa instansi lembaga untuk kemaslahatan masyarakat seperti membantu panti asuhan, dhuafa, membantu dibidang

pendidikan, bidang kesehatan dan sebagainya. Begitu juga dalam menghadapi masalah, pelaku bisnis bertanggung jawab apabila terdapat ketidaksesuaian harga dengan sistem komputer maka diselesaikan dengan cara diskusi baik-baik kemudian dijadikan evaluasi agar tidak terjadi masalah yang sama. Terakhir, dalam indikator kebenaran, pelaku bisnis Pamella Satu Supermarket tidak menjual barang atau produk yang bisa membahayakan atau barang yang belum jelas kehalalannya. Mereka sangat berhati-hati sekali dalam memilih barang yang belum jelas baik dan halalnya, seperti salah satu contohnya yaitu rokok, pelaku bisnis di Pamella Satu Supermarket tidak menjual rokok sudah dari lama. Hal tersebut menanamkan bahwa kepedulian mereka terhadap kesehatan konsumen itu yang utama. Selain itu dalam menjual belikan barang, mereka selalu memberikan informasi secara jujur, tidak menutup-nutupi barang cacat, dan apa adanya dalam kualitas barang yang dijual. Dibuktikan dengan produk yang dijual sudah BPOM terdaftar di badan kesehatan dan harus berlogo halal.

B. Saran

1. Pelaku bisnis di Pamella Satu Supermarket untuk selalu berpegang teguh pada bisnis yang islami dengan mengedepankan aspek akhlak dan muamalah.
2. Pelaku bisnis di Pamella Satu Supermarket selalu mentaati peraturan dan kewajibannya sebagai umat muslim dalam bekerja.

3. Pelaku bisnis tetap mempertahankan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang sudah dijalankan di Pamela Satu Supermarket untuk terus meningkatkan ruang lingkup etika bisnis Islam dalam bisnisnya agar Pamela Satu Supermarket tetap menjadi *trendsetter* bisnis yang semakin berkah dan manfaat.
4. Pamela Satu Supermarket agar tetap mempertahankan *brand image* Supermarket sebagai *leader* dalam pengimplementasian bisnis berbasis syariah sesuai dengan visi misi yang telah ditetapkan.
5. Dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin luas, etika bisnis Islam harus tetap dijadikan acuan dalam menjalankan bisnis, agar tidak terjadi hal-hal yang menyimpang dari agama Islam.
6. Penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian lebih mendalam meliputi etika bisnis Islam terkait alasan konsumen memilih Pamela Satu Supermarket yang berbasis islami dan bisa menjadi perbandingan dengan Supermarket lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agama RI, Departemen, *al-Qur'an dan Terjemahannya: Juz 1-30*, Jakarta: CV Penerbit Diponegoro, 2015.
- Arifin, Johan, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, 2009.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pengantar*, Jakarta: Bumi Aksara, 1989.
- Bandari, Uma Durga Para, *Implementasi Marketing Mix Ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi pada Sakinah 212 Mart Wonorejo Surabaya)*, Skripsi, Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019.
- Beekun, Rafik Issa, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2004.
- Farma, Jurnia, dan Khairil Umuri, “Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Strategi Promosi Produk Asuransi Tafakul”, *Jurnal Studi Islam*, Vol. 15, Nomor 1, 2020.
- Harahap, Nursapia, *Penelitian Kualitatif*, Cetakan Pertama, Sumatera Utara: Wal Ashri Publishing, 2020.
- Harahap, Sofyan. S, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Salemba Empat. 2011.
- Holle, Muhammad, Dosen Ekonomi Syariah IAIN Ambon, “Implementasi Etika Islam Dalam Berbisnis”, *Jurnal Ekonomi Syariah*, .2019.
- <http://pamellagroup.com/lokasi> , Profil Pamella Group, 2016, diakses 25 Juli 2022, pukul 08.00 WIB.
- <http://pamellagroup.com/perusahaan/sejarah> , Profil Pamela Group, 2016, diakses 25 Juli 2022, pukul 08.00 WIB.

<http://pamellagroup.com/perusahaan/visimisi> Profil Pamela Group, 2016, diakses 25 Juli 2022, pukul 08.00 WIB.

<https://quran.kemenag.go.id/surah/16/90> diakses pada hari Minggu 07 Agustus 2022 pukul 09.05 WIB.

<https://quran.kemenag.go.id/surah/16/97> diakses pada hari Jum'at tanggal 05 Agustus 2022, pukul 21.59 WIB.

<https://quran.kemenag.go.id/surah/17/35> diakses pada hari Minggu tanggal 31 Juli 2022 pukul 09.10 WIB.

<https://quran.kemenag.go.id/surah/5/8> diakses pada hari Minggu tanggal 2 Juli 2022 pukul 19.30 WIB.

<https://quran.kemenag.go.id/surah/6/162> diakses pada hari Minggu tanggal 31 Juli 2022 pukul 09.00 WIB.

<https://quran.kemenag.go.id/surah/74/38> diakses pada hari Minggu 07 Agustus 2022 pukul 09.00 WIB.

<https://quran.kemenag.go.id/surah/83/6> diakses pada hari Minggu tanggal 31 Juli 2022 pukul 09.18 WIB.

Irawan, Heri, *Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai*, Tesis, Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2017.

Khoiruddin, *Implementasi Etika Bisnis Perspektif Islam*, Jurnal Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Raden Intan Lampung, Bumi Aksara, 2013.

Machasin, *Menyelami Kebebasan Manusia: Telaah Kritis Terhadap Konsepsi Al Qur'an*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1996.

Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, tt.

- Naqvi, Syed Nawab Haider, *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.
- Nizar, Muhammad, “Prinsip Kejujuran dalam Perdagangan Versi Al Quran”, *Jurnal Ilmu Al Quran dan Tafsir*, Vol. 2, No 2, 2017.
- Rangkuti, Afifa, “Konsep Keadilan Dalam Perspektif Islam”, *Jurnal Pendidikan Islam*, Vol. VI, No. 1, 2017.
- Setiaji, Herman, *Implementasi Etika Bisnis Islam pada Sistem Jaminan Halal dan Thayyib pada Rumah Makan Ayam Penyet Surabaya*, Skripsi, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2018.
- Shawi, Shalah Ash, dan Abdullah Al Mushlih, *Fiqih Ekonomi Islam*, Jakarta: Darul Haq, 2013.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cetakan ke-19, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Widiyatno, Eko, *Dengan Keluarga Sakinah Membangun Bisnis Barokah*, Cetakan Pertama, Yogyakarta: Mitra Pustaka Nurani, 2013.
- Yusuf, Muri, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, Edisi Pertama, Jakarta: KENCANA, 2014.