

**PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM  
DI BOOMBU HOT RESTO TEGAL**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Melengkapi Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)  
Dalam Ilmu Ekonomi Islam



Oleh:

**SIDQI AMALIA IZZATI**  
**NIM 112411135**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO**  
**SEMARANG**  
**2015**

H. Khoirul Anwar, M.Ag

Jl. Bukit Barisan D-V/I RT/RW 001/010 Beringin Ngaliyan Semarang

Mohammad Nadzir, SHL., MSI.

Perum Taman Beringin Elok H-19 RT/RW 06/X11 Beringin Ngaliyan Semarang

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Lamp : 4 Naskah eks

Hal : Naskah Skripsi

An. Sdr. Sidqi Amalia Izzati

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini

Kami kirimkan naskah skripsi Saudara :

Nama : Sidqi Amalia Izzati

Nim : 112411135

Jurusan : Ekonomi Islam

Judul Skripsi : **"Penerapan Etika Bisnis Islam Di Boombu Hot Resto Tegal"**.

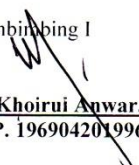
Dengan ini kami mohon kiranya skripsi mahasiswa tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian harapan menjadi maklum.

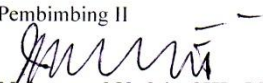
*Wassalamu'alaikumWr.Wb*

Semarang, 30 November 2015

Pembimbing I

  
**H. Khoirul Anwar, M.Ag**  
NIP. 196904201996031002

Pembimbing II

  
**Mohammad Nadzir, SHL., MSI.**  
NIP.19730923 200312 1002



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp. (024) 7608454 Semarang 50185

Website: febi.walisongo.ac.id – Email : febiwalisongo@gmail.com

PENGESAHAN

Atas Nama : **Sidqi Amalia Izzati**  
NIM : **112411135**  
Jurusan : **Ekonomi Islam**  
Judul : **“PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DI BOOMBU HOT RESTO TEGAL”**

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup pada tanggal:

11 Desember 2015

Dan dapat diterima sebagai kelengkapan ujian akhir Program Sarjana Strata Satu (S1) guna memperoleh gelar sarjana dalam ilmu Ekonomi tahun akademik

Semarang, 11 Desember 2015

Mengetahui

Penguji I

H. Johan Arifin, S.Ag., M.M.  
NIP. 19710908 200212 1 001

Penguji II



H. Khoirul Anwar, M.Ag.  
NIP. 19690420 199603 1 002

Penguji III

Drs. Ghufron Ajib, M.Ag.  
NIP.19660325 199203 1 001

Penguji IV

H. Ahmad Furqon, Lc., MA.  
NIP. 19751218 200501 1 002

Pembimbing I

H. Khoirul Anwar, M.Ag.  
NIP. 196904201996031002

Pembimbing II

Mohammad Nadzir, SHL., MSI.  
NIP. 19730923 200312 1002

## MOTTO

لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي أَحْسَنِ تَقْوِيمٍ ﴿٤﴾

Artinya:

*“Sesungguhnya Kami telah menciptakan manusia dalam bentuk yang sebaik-baiknya” (QS. At-Tin : 4)*

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk orang-orang yang saya cintai dan banggakan yang senantiasa mengiringi setiap langkah saya dalam menggapai cita-cita.

1. Abah Djafar Sodiq, Mamah Zaenab, kakak-kakak, mas Afi, mba Fida, mas Raihan, mas Hilmi, almh mba Zulfa, mas Rohman (beserta istri/suaminya), dan adikku Zainnurrofi.
2. Seluruh keluargaku: mbah Sultonah, mbah Rum, mbah Lamah, bude Sekha, pade Hanto, mas Indra, mba Enk, um pi, tante Tanti, yang telah mendoakan dan memberi nasihat aku.
3. Keponakan-keponakan yang ku sayangi, Aziz, Fahri, Najma, Biru, Agung, Nadbah, Zerlin, Bobby dan Zizi yang selalu mewarnai setiap hari.
4. Calon suamiku, Ahmad Hifni Abu Rizal Bahri S.E.I., beserta keluarganya.
5. Mba Nur Hayati S.H.I., terima kasih karena selalu memberi doa dan semangat dalam membuat skripsi ini.

6. Mba Laeli, Mbak Zahro dan Mbak Rika yang menemani di kos, terima kasih untuk doa dan semangatnya.
7. Nolita, Ulbab, Faiqoh, Durriyah, Feni, Zumrotun, & seluruh teman-teman EID angkatan 2011, terima kasih kalian telah menjadi bagian dari cerita hidup ini.
8. Untuk sahabatku Rini Trijayanti beserta bapak ibunya.

## DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian skripsi ini tidak berisi satupun pikiran-pikiran orang lain kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.



Semarang, 30 November

015

Deklarator,

*Amalia Izzati*  
**Amalia Izzati**

**NIM: 112411135**

## ABSTRAK

Untuk memulai dan menjalankan bisnis tentu tidak boleh lepas dari etika, karena mengimplementasikan etika dalam bisnis akan mengarahkan kehidupan manusia untuk mencapai kebahagiaan dunia dalam bentuk memperoleh keuntungan materil dan kebahagiaan akhirat dengan memperoleh ridha Allah. kenyataan yang ada sekarang banyak terjadi pergeseran etika dalam berbisnis, misalnya banyak pelaku bisnis yang terlibat dalam transaksi riba, mengambil keuntungan yang tidak wajar, mengurangi timbangan atau takaran, *gharar*, penipuan, penimbunan, skandal, korupsi, kolusi, dan ijon. Hal tersebut menandakan merosotnya kejujuran, etika, rasa solidaritas serta tanggung jawab, sehingga terjadilah persaingan yang tidak sehat diantara para pelaku bisnis.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **Penerapan Etika Bisnis Islam Di Boombu Hot Resto Tegal.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : Penerapan Etika Bisnis Islam di Boombu Hot Resto Tegal.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan analisis deskriptif, yaitu mendeskripsikan data-data yang peneliti kumpulkan baik dari hasil wawancara, observasi, maupun dokumentasi, selama mengadakan penelitian di Boombu Hot Resto Tegal tentang penerapan Etika Bisnis Islam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: etika bisnis yang diterapkan oleh Boombu Hot Resto pada umumnya telah sesuai dengan etika bisnis yang diajarkan dalam Islam. Adapun sifat-sifat yang masuk dalam Etika Bisnis Islam diantaranya siddiq yang tercermin dari tidak melipatgandakan harga dalam jual beli, jujur dalam takaran dan produk yang dijual tidak termasuk produk yang dilarang dalam Islam. Sifat Amanah yaitu adanya laporan pertanggungjawaban kepada pemilik



mengenai pemasukan ataupun pengeluaran yang ada dalam Boombu Hot Resto, serta pencapaian pelayanan yang optimal sebagai wujud rasa terima kasih kepada konsumen. Sifat Tabligh yang diterapkan oleh Boombu Hot Resto diantaranya adalah berkomunikasi dengan ramah, memiliki visi misi yang tidak bertentangan dengan syariat Islam, dan menjalin silaturahmi dengan mitra bisnis maupun konsumen. Sifat Fathanah tercermin dari keadaan spiritual pemilik dan karyawan yang tetap mengedepankan spiritualitas kepada Allah. Sifat Syaja'ah yang merupakan sifat kerja keras.

Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi dan masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam menerapkan etika bisnis Islam, selain itu juga dapat memberikan pembelajaran yang berimplikasi pada terwujudnya bisnis kuliner yang berkualitas.

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrohmanirrohim...*

*Alhamdulillah wa Syukurillah*, senantiasa kami panjatkan ke hadirat Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya kepada semua hambaNya, sehingga sampai saat ini kita masih mendapat ketetapan Iman dan Islam.

Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepangkuan baginda Nabi Agung Muhammad SAW pembawa rahmat bagi makhluk sekalian alam. Keluarga, sahabat dan tabi'in serta kepada kita umatnya, semoga kita mendapatkan pertolongan (Syafa'at di hari akhir nanti).

Berkat taufik, hidayah dan inayahNya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **Penerapan Etika Bisnis Islam di Boombu Hot Resto Tegal**, sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.EI) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Dengan tersusunnya skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini, kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhibin, M. Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Imam Yahya, M. Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag., selaku ketua jurusan dan Bapak H. Ahmad Furqon, LC., M.Ag., selaku sekretaris jurusan Ekonomi Islam. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Bapak H. Khoirul Anwar, M.Ag., dan Bapak Mohammad Nadzir, S.H.I., M.S.I. selaku pembimbing yang telah tulus ikhlas membimbing, mengarahkan dan memberi petunjuk kepada penulis, sehingga skripsi ini tersusun dengan baik.
5. Bapak Ratno Agriyanto S.Pd., M.Si., selaku wali studi yang telah tulus ikhlas menasehati, mengarahkan dan memberi petunjuk.

6. Seluruh pengurus Program Ekonomi Islam yang telah banyak membantu penulis.
7. Segenap karyawan dan pemilik Boombu Hot Resto Tegal

Penulis hanya dapat berdoa, semoga amal baik dari semua pihak yang penulis sebut diterima di sisi Allah SWT, dan selalu diberi petunjuk ke jalan yang lurus, dan semoga Allah membalas semua kebaikan mereka dengan balasan yang lebih dari yang mereka berikan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik dari segi bahasa, isi maupun analisisnya. Sehingga kritik maupun saran penulis harapkan demi perbaiki karya-karya penulis yang akan datang.

Semarang, 30 November 2015

Penulis



**Sidqi Amalia Izzati**

**NIM: 112411135**

## DAFTAR ISI

|                                      |      |
|--------------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL .....                  | i    |
| HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... | ii   |
| HALAMAN PENGESAHAN .....             | iii  |
| HALAMAN MOTTO .....                  | iv   |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....            | v    |
| HALAMAN DEKLARASI.....               | vii  |
| HALAMAN ABSTRAK .....                | viii |
| HALAMAN KATA PENGANTAR .....         | x    |
| DAFTAR ISI .....                     | xiii |

### BAB I: PENDAHULUAN

|  |    |
|--|----|
| A. Latar Belakang .....                | 1  |
| B. Rumusan Masalah .....               | 8  |
| C. Tujuan dan Manfaat Penelitian ..... | 8  |
| D. Tinjauan Pustaka .....              | 9  |
| E. Metode Penelitian .....             | 13 |
| F. Sistematika Penulisan .....         | 20 |

### BAB II: LANDASAN TEORI

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| A. Etika Bisnis Islam ..... | 22 |
| 1. Pengertian Etika .....   | 22 |
| 2. Pengertian Bisnis .....  | 23 |

|                 |  |           |
|-----------------|--|-----------|
|                 | 3. Pengertian Islam .....  | 24        |
|                 | 4. Pengertian Etika Bisnis Islam .....                                     | 25        |
|                 | B. pentingnya Etika Bisnis Islam .....                                     | 26        |
|                 | C. Prinsip Etika Bisnis Islam .....  | 28        |
|                 | D. Bisnis-bisnis yang dilarang dalam Islam .....                           | 53        |
| <b>BAB III:</b> | <b>GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN</b>                                      |           |
|                 | A. Sejarah Singkat Boombu Hot Resto Tegal .....                            | 59        |
|                 | B. Visi dan Misi .....   | 60        |
|                 | C. Struktur Perusahaan .....   | 61        |
|                 | D. Lokasi .....  | 63        |
|                 | E. Produk-produk .....   | 64        |
|                 | F. Fasilitas .....   | 69        |
|                 | G. Spiritual Company .....   | 71        |
|                 | H. Etika Bisnis Islam di Boombu Hot Resto<br>Tegal .....                   | 72        |
| <b>BAB IV:</b>  | <b>ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS DI<br/>BOOMBU HOT RESTO TEGAL .....</b> | <b>52</b> |
| <b>BAB V:</b>   | <b>PENUTUP</b>   |           |
|                 | A. KESIMPULAN .....  | 97        |
|                 | B. SARAN .....   | 97        |
|                 | C. PENUTUP .....   | 98        |

DAFTAR PUSTAKA  
LAMPIRAN-LAMPIRAN  
DAFTAR RIWAT HIDUP PENULIS

## DAFTAR TABEL

|  |   |
|--|---|
| Tabel 1. Bisnis Kuliner Di Tegal ..... | 4 |
|--|---|



## DAFTAR GAMBAR

|   |   |
|---|---|
| Gambar 3. Grafik Pertumbuhan Boombu Hot Resto ..... | 6 |
|---|---|

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

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

... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا<sup>ج</sup>

Artinya:

“... Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...”.<sup>1</sup>

Ayat diatas dengan tegas memberikan seruan kepada kaum muslimin bahwa jual beli (bisnis) dihalalkan oleh Allah, baik dalam bentuk jual beli barang dagangan maupun jual beli di

---

<sup>1</sup> Departemen Agama RI, *Al-Quran dan terjemahannya*, Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2007, h. 36

bidang jasa. Sementara itu, Allah mengharamkan segala bentuk transaksi yang mengandung riba. Riba merupakan bentuk mal praktek bisnis yang memuat unsur *bathil*, *fasad* dan *dhalim* yang pada akhirnya akan mengakibatkan penderitaan bagi salah satu pihak.<sup>2</sup>

Untuk memulai dan menjalankan bisnis tentu tidak boleh lepas dari etika, karena mengimplementasikan etika dalam bisnis akan mengarahkan kehidupan manusia untuk mencapai kebahagiaan dunia dalam bentuk memperoleh keuntungan materil dan kebahagiaan akhirat dengan memperoleh ridha Allah.<sup>3</sup>

Menurut Muhammad, etika bisnis Islami merupakan suatu norma yang bersumber dari al-Qur'an dan Hadits yang dijadikan pedoman untuk bertindak, bersikap, bertingkah laku serta membedakan antara mana yang baik dan mana yang buruk dalam

---

<sup>2</sup> Muhammad dan R. Lukman Fauroni, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta : Salemba Diniyah, 2002, h.141.

<sup>3</sup> Muhammad Djakfar, *Agama, Etika dan Ekonomi*, Malang : UIN-Malang Press, Cet. Ke-1, 2007, h. 16.

melakukan aktivitas bisnis.<sup>4</sup> Dengan demikian antara etika dan bisnis merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan.

Dalam ekonomi Islam visi misi bisnis tidak hanya berorientasi pada maksimalisasi laba seperti halnya pada kaum kapitalis yang berprinsip dengan biaya rendah dapat menghasilkan keuntungan yang besar,<sup>5</sup> melainkan visi misi bisnis Islami lebih mengedepankan manfaat dari suatu produk serta keberkahan dalam memperoleh keuntungan.

Akan tetapi, kenyataan yang ada sekarang banyak terjadi pergeseran etika dalam berbisnis, misalnya banyak pelaku bisnis yang terlibat dalam transaksi riba, mengambil keuntungan yang tidak wajar, mengurangi timbangan atau takaran, *gharar*, penipuan, penimbunan, skandal, korupsi, kolusi, dan ijon. Hal tersebut menandakan merosotnya kejujuran, etika, rasa solidaritas serta tanggung jawab, sehingga terjadilah persaingan yang tidak

---

<sup>4</sup> Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004, h. 41.

<sup>5</sup> Umer Chapra, *Islam dan Tantangan Ekonomi*, Jakarta: Gema Insani Press, 2000, h.18.

sehat diantara para pelaku bisnis.<sup>6</sup> Bentuk-bentuk transaksi diatas hendaknya menjadi perhatian serius dari para pelaku bisnis muslim.

Pada saat ini jumlah perusahaan bisnis kuliner di Indonesia semakin meningkat, terbukti banyaknya perusahaan bisnis kuliner seperti restoran, cafe, rumah makan dan sebagainya.

Tegal terkenal dengan kota bahari. Selain dikenal sebagai kota bahari, kota Tegal juga memiliki banyak tempat wisata kuliner. Hampir di setiap sudut kota Tegal terdapat warung, rumah makan/resto, maupun cafe yang menawarkan jajanan atau makanan. Di bawah ini adalah beberapa nama resto yang ada di kota Tegal.

Tabel 1: Bisnis Kuliner Di Tegal

| No. | Nama                               | Berdiri Sejak | Alamat                           |
|-----|------------------------------------|---------------|----------------------------------|
| 1   | Boombu Hot Resto                   | 2010          | Jl. Sultan Agung No. 61          |
| 2   | Mbah Gembil Ayam Goreng Sambel Ijo | 2010          | Jl. Perintis Kemerdekaan No. 126 |
| 3   | Rumah Makan Pring Cendani          | 2011          | Jl. Ujung Rusi                   |
| 4   | Bebek Goreng H. Slamet             | 2011          | Jl. Sultan Agung No. 63          |

---

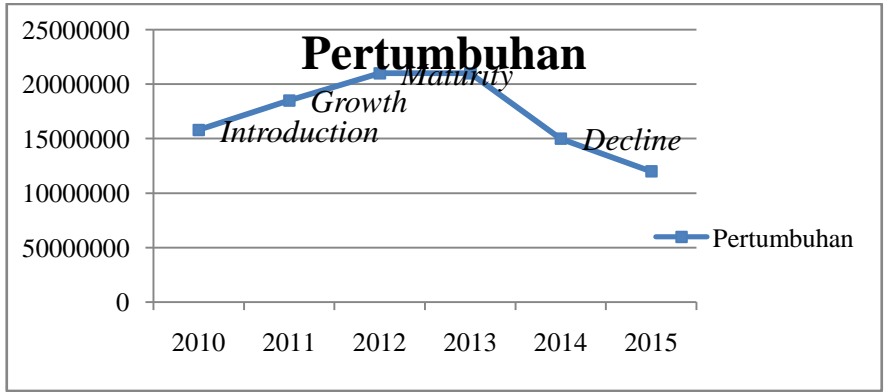
<sup>6</sup> Muhammad, *Etika ...*, h. 236.

|   |                         |      |                            |
|---|-------------------------|------|----------------------------|
| 5 | Bebek Goreng ABG        | 2012 | Jalur Pantura, Margadana   |
| 6 | Rumah Makan Lombok Idjo | 2012 | Jl. Karanganyar No. 21A    |
| 7 | Rumah Makan Pring Sewu  | 2012 | Jl. Raya Tegal, Kramat     |
| 8 | Spesial Sambel          | 2013 | Jl. Kapten Soedibyo No 220 |
| 9 | Sambel Layah            | 2014 | Jl. Raya Talang            |

Dari tabel di atas menunjukkan bisnis kuliner dari tahun ke tahun bertambah. Dari kesembilan nama bisnis kuliner tersebut merupakan tempat yang menyajikan beraneka sambal, karena wisata kuliner di Tegal terkenal dengan sambalnya.

Salah satunya “Boombu Hot Resto Tegal” didirikan oleh H. Aji Priyono, S.Th.I pada tanggal 09 Oktober 2010, di alamat Jalan Sultan Agung No.61 Kejambon Tegal, Jawa Tengah, Indonesia. Boombu Hot Resto juga memenuhi selera konsumen dengan menyajikan 20 macam sambel, 22 macam lauk, 13 macam bakaran, 7 macam sayur, 22 macam minuman, 6 paket Boombu Hot, 2 paket khusus bungkus, 2 menu baru yang diterima dengan sangat baik oleh konsumen.

Gambar 1. Grafik Pertumbuhan Boombu Hot Resto



Boombu Hot Resto mempunyai omset sekirar 160 juta per bulannya. Dari awal berdiri hingga saat ini, omset yang didapat mengalami kenaikan yang signifikan pada tahun 2010 sampai 2013 dan mengalami penurunan pada tahun 2014 dikarenakan persaingan bisnis. Namun dengan adanya persaingan bisnis tersebut Boombu Hot Resto masih bertahan dan masih banyak peminatnya.

Fenomena yang terjadi pada pelaku bisnis kuliner di Tegal terkadang menyimpang dari etika bisnis dan tidak mengindahkan hal-hal seperti kejujuran dalam mengatakan asal usul produk, tidak ramah kepada konsumen yang sekedar tanya-tanya serta

tidak menepati janji. Padahal Rasulullah telah memberikan tauladan tentang bagaimana etika dalam berbisnis yang bersumber dari al- Qur'an.

Dalam dunia bisnis memiliki keinginan untuk memperoleh keuntungan merupakan suatu hal yang wajar, akan tetapi hak pembeli harus tetap dihormati, dalam artian penjual harus bersikap toleran terhadap kepentingan pembeli.<sup>7</sup>Sementara mereka masih berasumsi secara konvensional, sehingga menganggap ukuran keberhasilan suatu bisnis terletak pada seberapa besar keuntungan dalam bentuk materil yang diperoleh serta seberapa banyak barang yang bisa terjual.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti mengadakan penelitian dengan mengambil judul skripsi yaitu: “Penerapan Etika Bisnis Islam Di Boombu Hot Resto Tegal”.

---

<sup>7</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis ...*, h. 31



## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan identifikasi permasalahannya adalah bagaimana penerapan etika bisnis Islam di Boombu Hot Resto Tegal?

## **C. Tujuan dan Manfaat**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan yang ingin dicapai peneliti dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan etika bisnis Islam di Boombu Hot Resto Tegal.

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

### **a. Bagi Penulis**

Untuk memenuhi tugas skripsi dan memberi kontribusi pemikiran bagi penulis serta memperdalam pengetahuan mengenai penerapan Etika Bisnis Islam di Boombu Hot Resto Tegal.

b. Bagi Praktisi

Dengan adanya penelitian ini dapat dipergunakan sebagai bahan referensi dan evaluasi dalam penerapan Etika Bisnis Islam di Boombu Hot Resto Tegal.

c. Bagi Akademik

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

#### **D. Tinjauan Pustaka**

1. Penelitian Siti Rohmah yang berjudul *Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam di Hotel Madani Syariah Yogyakarta* meunjukkan bahwa etika bisnis Islam sudah diterapkan di Hotel Madani Syariah Yogyakarta. Tauhid, adil, berkehendak bebas, tanggungjawab dan ihsan adalah aspek dari etika bisnis Islam. Etika bisnis Islam wajib diterapkan bagi perusahaan berbasis syariah, sama halnya pada hotel syariah. Dalam menjalankan bisnis yang berbasis syariah pihak hotel sudah

memperhitungkan resiko yang mungkin terjadi dengan menerapkan prinsip syariah. Mereka meyakini bahwa bisnis yang sesuai dengan aturan Islam akan membawa kebaikan dan mendatangkan keberkahan.<sup>8</sup>

2. Penelitian Laili Latifah, dengan judul *Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Tingkat Profitabilitas Rumah Yoghurt Berdasarkan Perspektif Karyawan (Studi kasus pada Rumah Yoghurt di Kota Batu)*, hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis Islam yang diterapkan oleh Rumah Yoghurt dinilai oleh mayoritas karyawan efektif dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan. Hal tersebut dibuktikan dari keseluruhan rata-rata skor hasil kuisioner karyawan yang tinggi, baik pada aspek etika manajemen, etika pemasaran, maupun etika lingkungan. Dalam menjalankan kegiatan usaha dan operasionalnya, Rumah Yoghurt memiliki standar pedoman etika bisnis Islam yang dijadikan landasan seluruh kegiatan usaha dan operasional perusahaan. Apabila perusahaan dapat menerapkan pedoman etika bisnis Islam tersebut dengan baik dan secara

---

<sup>8</sup> Siti Rohmah, Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam di Hotel Madani Syariah Yogyakarta, Skripsi Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014.

berkelanjutan, maka diyakini oleh sebagian besar karyawan, tingkat profitabilitas perusahaan akan meningkat.<sup>9</sup>

3. Penelitian Ly Fairuzah Aisyah yang berjudul *Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Usaha Bisnis Busana Muslim (Studi Kasus Pada CV. Azka Syahrani Collection)* yang membahas tentang konsep ekonomi Islam dalam proses produksi, konsep ekonomi Islam dalam sistem distribusi, serta konsep ekonomi islam dalam menejemen keuangan. Dalam produksi CV. Azka Syahrani Collection lebih mengutamakan pemberdayaan tenaga kerja khususnya ibu-ibu rumah tangga, remaja putus sekolah dan masyarakat sekitar yang tidak terserap oleh perusahaan-perusahaan besar. Dalam sistem distribusi menggunakan pola *direct selling* yang terbebas dari unsur *gharar dan dhalim*. Menejemen keuangan yang ada di CV.

---

<sup>9</sup> Laili Latifah Puspitasari, *Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Tingkat Profitabilitas Rumah Yoghurt Berdasarkan Perspektif Karyawan (Studi kasus pada Rumah Yoghurt di Kota Batu)*, Skripsi Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2014

Azka Syahrani Collection sesuai dengan ajaran Islam yaitu selalu membayar zakat.<sup>10</sup>

4. Penelitian Hafiz Juliansyah yang berjudul *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Ciputat*. Penulis mengungkapkan bahwa faktor yang mempengaruhi etika bisnis Islam adalah tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan ikhsan. Tauhid merupakan kepercayaan terhadap keesaan Tuhan, sehingga akan merasa diawasi dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Keseimbangan merupakan keadilan dalam melakukan kegiatan bisnis tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Kehendak bebas merupakan kebebasan untuk melakukan kontrak di pasar, sehingga terbentuklah permintaan dan penawaran. Tanggung jawab diimplementasikan paling tidak dalam tiga hal, yaitu perhitungan keuntungan, menghitung bagi hasil dan dalam sistem ijon. Sedangkan ikhsan

---

<sup>10</sup> Ly Fairuzah Aisyah, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Usaha Bisnis Busana Muslim (Studi Kasus Pada CV. Azka Syahrani Collection)*, UIN Syarif Hidayatullah, 2011.

melaksanakan perbuatan yang mendatangkan manfaat bagi orang lain tanpa mengharapkan imbalan. Variabel ihsan, keseimbangan dan tanggung jawab mampu menjelaskan 47,140 % dari keragaman item-item penelitian, kehendak bebas dan tauhid dapat menjelaskan 20,095 % dari item-item penelitian.<sup>11</sup>

Sedangkan penelitian yang saya angkat kali ini yaitu berjudul “Penerapan Etika Bisnis Islam Di Boombu Hot Resto Tegal” yang mana penulis akan membahas mengenai penerapan etika bisnis Islam di Boombu Hot Resto Tegal.

## **E. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, dalam metode kualitatif ini penelitian

---

<sup>11</sup> Hafiz Juliansyah, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Ciputat*, UIN Syarif Hidayatullah, 2011, h. 108.

dilakukan dengan penelitian lapangan. Penelitian lapangan merupakan studi mendalam mengenai unit sosial tertentu, yang hasil penelitian ini memberikan gambaran luas dan mendalam mengenai unit sosial tertentu. Penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.<sup>12</sup> Penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, dimana penelitian mendeskripsikan tentang objek dengan mencatat apa yang ada dalam objek penelitian kemudian memasukkannya dengan sumber data yang ada dalam objek penelitian.<sup>13</sup>

Maka dengan ini dituntut keterlibatan peneliti secara aktif dalam pengumpulan data penelitian. Yang dimaksudkan mengetahui informasi terkait penerapan Etika Bisnis Islam di Boombu Hot Resto Tegal.

## 2. Jenis Data

---

<sup>12</sup>Sudarwan Damin, *Menjadi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Pustaka Setia, 2002, h. 55.

<sup>13</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*, 2006, h. 12.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber asli. Dalam hal ini maka proses pengumpulan datanya perlu memperhatikan siapa sumber utama yang akan dijadikan objek penelitian.<sup>14</sup> Dalam penelitian ini yang termasuk data primer adalah data yang diperoleh dengan wawancara secara langsung terhadap pihak terkait. Yang menjadi narasumber dalam penelitian ini adalah pemilik, karyawan dan konsumen Boombu Hot Resto Tegal.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data primer yang diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pengumpul data primer atau

---

<sup>14</sup> Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008, h. 103



oleh pihak lainnya.<sup>15</sup> Data yang diperoleh peneliti diantaranya berasal dari dokumen-dokumen, catatan-catatan, laporan-laporan serta arsip-arsip yang berkaitan dengan penelitian.

### 3. Teknik Pengumpulan Data

Data yang diperoleh dalam menyusun skripsi ini menggunakan perolehan hasil dari data primer dan data sekunder. Pengumpulan data merupakan prosedur sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian. Oleh karena itu pengumpulan data merupakan langkah paling penting metode penelitian.

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang dipergunakan yaitu:

#### a. Wawancara (*interview*)

Wawancara yaitu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan menggunakan cara

---

<sup>15</sup>Husein Umar, *Research Method's in Finance and Banking*, Jakarta: Gramedia Pustaka, 2002, h. 82.

tanya jawab sambil bertatap muka antara si penanya dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang di namakan *interview guide* (paduan wawancara).<sup>16</sup> Dalam penelitian ini wawancara akan dilakukan di Boombu Hot Resto Tegal yang akan menjadi narasumber adalah pemilik, karyawan dan konsumen Boombu Hot Tegal. Wawancara dilakukan berkisar mengenai penerapan Etika Bisnis Islam di Boombu Hot Resto Tegal.

b. Pengamatan (*observasi*)

Metode penelitian (*observasi*) ini yang dimaksud untuk mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap obyek yang di teliti untuk mendapatkan hasil yang diinginkan untuk melengkapi penulisan yang dilakukan sehingga dalam hal ini lembaga terkait tidak memberikan data fiktif

---

<sup>16</sup>Husein Umar, *Research Method's in Finance and Banking*, Jakarta: Gramedia Pustaka, 2002, h. 116.

mengenai kondisi pada saat itu. Dengan cara ini diharapkan data yang di dapatkan sesuai dengan keadaan sesungguhnya dalam hal ini peneliti meninjau langsung lokasi penelitian untuk melihat secara langsung kondisi dan keadaan lapangan.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi ini adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan-catatan, dokumen-dokumen, notulen, agenda dan data lain sebagainya.<sup>17</sup>

Metode dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran serta fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian. Teknik dokumentasi berproses dan berawal dari menghimpun dokumentasi, memilih-milih

---

<sup>17</sup>Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 1996, h. 231.

dokumen sesuai dengan tujuan penelitian, mencatat dan menerangkan, menafsirkan dan menghubungkan-hubungkan dengan fenomena lain. Dokumen yang dimaksud disini adalah dokumen yang berkaitan dengan data mengenai penerapan Etika Bisnis Islam di Boombu Hot Resto Tegal.

#### 4. Metode Analisis Data

Yang digunakan dalam metode analisis data dalam penelitian yaitu menggunakan analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan adanya penyajian data-data. Yang selanjutnya akan di analisis dengan cara memberikan penjelasan agar dapat dibaca dan difahami secara mudah, agar dapat menggambarkan, menjelaskan dan menguraikan keadaan yang sebenarnya.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> Ahmad Hifni ARB, “*Implementasi Pembiayaan Mudharabah Pada Produk Penyaluran Dana*”, Skripsi Jurusan Ekonomi Islam IAIN Walisingo Semarang, 2012, h. 18

## **F. Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika penulisan penelitian ini terdiri dari lima bab yang masing-masing mempunyai titik berat yang berbeda, namun dalam satu kesatuan yang saling melengkapi. Berikut ini garis besar sistematika penulisan penelitian yang akan dilakukan yaitu:

### **Bab I. Pendahuluan**

Dalam bab ini menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitiann dan sistematika penulisannya.

### **Bab II. Landasan Teori**

Dalam bab ini menjelaskan landasan teori yang mengenai pengertian Etika Bisnis Islam, pentingnya Etika Bisnis Islam, Prinsip Etika Bisnis Islam, dan bisnis-bisnis yang dilarang dalam Islam.

### **Bab III. Gambaran Umum Objek Penelitian**

Dalam bab ini berisi mengenai deskripsi mengenai objek penelitian dalam hal ini mencakup gambaran umum Boombu Hot Resto Tegal, Sejarah pendiriannya, Visi dan misi, Lokasi, Struktur perusahaan, Fasilitas, produk-produk, *spiritual company* dan Etika Bisnis Islam di Boombu Hot Resto.

#### **Bab IV. Hasil Penelitian**

Dalam bab ini memuat tentang uraian mengenai Analisis penerapan Etika Bisnis Islam di Boombu Hot Resto Tegal.

#### **Bab V. Penutup**

Dalam bab ini berisi kesimpulan dari hasil analisis penerapan Etika Bisnis Islam di Boombu Hot Resto, Saran-saran atas permasalahan yang ada untuk penelitian selanjutnya dan penutup.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Pengertian Etika Bisnis Islam

##### 1. Pengertian Etika

Istilah etika berasal dari bahasa Yunani *ethos* yang memiliki arti adat kebiasaan. Dalam pengertian ini etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik itu berhubungan dengan diri sendiri maupun berhubungan dengan orang lain.<sup>1</sup>

Dalam KBBI, etika berarti ilmu mengenai apa yang baik dan apa yang buruk, kumpulan nilai yang berkenaan dengan akhlaq serta asas perilaku yang menjadi pedoman.<sup>2</sup> Secara terminologi, etika dapat diartikan sebagai studi sistematis mengenai konsep nilai, baik, buruk, benar, salah yang memimpin manusia dalam membuat keputusan serta bertingkah laku.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Buchari Alma dan Donni Junni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2009, h. 204.

<sup>2</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*, Jakarta: Pusat Bahasa, 2008, h. 399.

<sup>3</sup> Faisal Badroen, et al., *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Kencana, Cet. Ke-2, 2006, h. 5.

Menurut Hamzah Ya'qub, etika adalah ilmu yang menyelidiki mana yang baik dan mana yang buruk dengan memperhatikan amal perbuatan manusia sejauh yang dapat diketahui oleh akal pikiran. Sedangkan menurut Burhanudin Salam, etika adalah suatu ilmu yang membahas mengenai permasalahan tingkah laku manusia untuk mengetahui mana yang dapat dinilai baik dan mana yang dapat dinilai jahat.<sup>4</sup>

Dapat disimpulkan bahwa etika merupakan seperangkat nilai yang membimbing manusia untuk membedakan antara baik, buruk dalam berperilaku dan beraktivitas dengan tujuan mencapai kesejahteraan bersama.

## 2. Pengertian Bisnis

Kata bisnis merupakan kata serapan dari bahasa Inggris yaitu “*business*” yang memiliki arti urusan, usaha dagang dan kesibukan.<sup>5</sup> Dalam KBBI, bisnis diartikan sebagai usaha

---

<sup>4</sup> Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, Cet. Ke-1, 2009, h. 11.

<sup>5</sup> Wojowasito dan Poerwadarminta, *Kamus Lengkap Inggris-Indonesia, Indonesia-Inggris*, Bandung: Media IPTEK Bandung, 1980, h. 20.



komersial di dunia perdagangan, bidang usaha, dan usaha dagang.<sup>6</sup>

Bisnis adalah pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan dan memberi manfaat.<sup>7</sup>

Bisnis adalah aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengolahan barang.<sup>8</sup>

### 3. Pengertian Islam

Menurut bahasa Islam berasal dari bahasa Arab yang diambil dari kata *salima* yang berarti selamat. Dari kata *salima* dibentuk menjadi kata *aslama* yang berarti berserah diri, patuh dan tunduk. Kemudian jadilah kata Islam yang mengandung arti selamat, aman, damai, patuh, berserah diri dan taat.<sup>9</sup>

Menurut istilah banyak para tokoh yang memberi penjabaran mengenai pengertian Islam. Menurut Maulana

---

<sup>6</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus...*, h. 209.

<sup>7</sup> Johan Arifin, *Etika ...*, h. 20.

<sup>8</sup> Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004, h. 37

<sup>9</sup> Abuddin Nata, *Studi Islam Komprehensif*, Jakarta: Kencana, 2011, h. 11.

Muhammad Ali yang dikutip oleh Abuddin Nata, Islam adalah agama yang sebenarnya bagi umat manusia. Para nabi mengajarkan agama Islam di berberbagai zaman dan Nabi Muhammad adalah nabi yang terakhir dan paling sempurna. Sedangkan menurut Harun Nasution, Islam adalah agama yang ajaran-ajarannya diwahyukan Allah kepada manusia melalui Nabi Muhammad. Islam membawa ajaran-ajaran mengenai berbagai segi dari keidupan manusia.<sup>10</sup>

Jadi, Islam adalah agama yang didasarkan pada wahyu Allah yang disampaikan kepada Nabi Muhammad dalam bentuk ayat-ayat al-Qur'an yang menjadi pedoman bagi seluruh umat manusia.

#### 4. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika Bisnis Islam adalah seperangkat prinsip-prinsip etika yang membedakan yang baik dan yang buruk, harus, benar, salah, dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang

---

<sup>10</sup> *Ibid.*, h. 21.

membenarkan seseorang untuk mengaplikasikannya atas apa saja dalam dunia bisnis.<sup>11</sup>

Dapat disimpulkan bahwa Etika Bisnis Islam adalah seperangkat nilai, aturan maupun tata cara yang dijadikan pedoman dalam berbisnis sehingga aktivitas bisnis yang dilakukan tidak menyimpang dari ajaran Islam. Jadi, antara etika dengan bisnis merupakan dua hal yang saling berhubungan sehingga menghasilkan suatu tatanan bisnis yang saling menguntungkan diantara kedua belah pihak.

## **B. Pentingnya Etika Bisnis Islam**

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

---

<sup>11</sup> Muhammad Saifullah, *Etika Bisnis Islami dalam Praktek Bisnis Rasulullah*, Jurnal IAIN Walisongo Semarang, 2011.

dikarenakan semua orang ingin memperoleh perlakuan yang etis dalam melakukan transaksi perdagangan.

Praktek manipulasi dalam perdagangan tidak akan pernah terjadi jika dilandasi dengan etika yang tinggi. Etika memiliki kendali intern dalam hati nurani seseorang. Pelaku bisnis yang bisnisnya dilandasi dengan nilai keagamaan akan mengetahui bahwa perilaku etis dalam bisnis akan memberikan kepuasan tersendiri baik di dunia maupun di akhirat kelak.<sup>12</sup> Dalam bisnis, etika Islam memiliki beberapa kepentingan yaitu:

1. Etika Bisnis Islam dipusatkan pada upaya mencari cara untuk menyelaraskan kepentingan suatu lembaga bisnis yaitu mencari keuntungan dengan tuntutan moralitas.
2. Etika Bisnis Islam bertugas melakukan perubahan atas kesadaran masyarakat tentang bisnis dengan memberikan pemahaman bahwa bisnis tidak dapat dipisahkan dari etika.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Junni Priansa, *Manajemen...*, h. 200.

<sup>13</sup> Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004, h. 60-61.

### C. Prinsip Etika Bisnis Islam

Pada prinsipnya, ajaran Islam tentang etika dalam bisnis merupakan petunjuk bagi para pelaku bisnis untuk berbuat baik pada dirinya sendiri, sesama manusia, alam sekitar serta tidak pernah lalai untuk beribadah kepada Allah. Kecintaan terhadap bisnis tidak boleh melebihi kecintaan terhadap Allah dan Rasulullah.<sup>14</sup>

Konsep dalam berbisnis yang Rasulullah SAW praktikkan yaitu selalu berlaku adil dan jujur . Dalam hal ini, bisnis yang adil dan jujur adalah bisnis yang tidak mendhalimi dan tidak pula didhalimi.<sup>15</sup> Firman Allah dalam surah Al- Maaidah (5) : 8 yang berbunyi:

---

<sup>14</sup> Veithzal Rivai, *Islamic Marketing*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012, h. 98.

<sup>15</sup> Jusmaliani, et al., *Bisnis Berbasis Syariah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008, h. 51.

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا  
يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ ءَلَّا تَعْدِلُوا ؕ اعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ  
لِلتَّقْوَىٰ ؕ وَاتَّقُوا اللَّهَ ؕ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿٨٦﴾

Artinya:

*Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu  
Jadi orang-orang yang selalu menegakkan  
(kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan  
adil. dan janganlah sekali-kali kebencianmu  
terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk  
Berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu  
lebih dekat kepada takwa. dan bertakwalah kepada  
Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa  
yang kamu kerjakan.*<sup>16</sup>

Kunci sukses dalam hal bisnis terletak pada etika Islam yang diterapkan dalam bisnis tersebut. Dalam mengelola bisnisnya, Rasulullah memegang teguh 5 faktor yang merupakan sifat-sifat beliau sehingga membawa keberkahan dalam berbisnis. Sifat-sifat tersebut merupakan suri tauladan yang dapat diikuti oleh para pelaku bisnis agar bisnis yang digeluti tidak menyimpang dari etika Islam. Sifat-sifat tersebut adalah:

---

<sup>16</sup> Departemen Agama RI, *Al-Quran dan terjemahannya*, Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2007, h. 86

## 1. Shiddiq

*Shiddiq* meruakan salah satu sifat Nabi Muhammad yang memiliki arti benar dan jujur. Sikap benar berarti selalu melandaskan ucapan serta tindakan berdasarkan ajaran Islam. Sementara sikap jujur merupakan kesingkronan antara apa yang ada dihati dengan perbuatan. Allah memerintahkan kepada umatnya untuk berlaku jujur dan menciptakan lingkungan yang jujur. Sebagaimana firman Allah dalam QS. at-Taubah (9): 119 yang berbunyi:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوا اللّٰهَ وَكُوْنُوْا مَعَ الصّٰدِقِيْنَ ﴿١١٩﴾

Artinya:

*"Hai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kepada Allah dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar"* <sup>17</sup>

Rasulullah selalu berlaku jujur kepada siapapun, beliau meninggalkan segala unsur manipulasi, curang dan kebohongan. Bagi seorang pembisnis, sifat *shiddiq* harus tertanam dalam jiwanya sehingga dalam berperilaku dan

---

<sup>17</sup> *Ibid.*, h. 208.

berhubungan dengan pemasok, pelanggan maupun *stakeholder* selalu mengedepankan kebenaran informasi yang diketahuinya. Dalam dunia bisnis, sifat *siddiq* dapat diwujudkan dengan hal-hal sebagai berikut:

a. Tidak melipatgandakan harga dalam jual beli

Kejujuran sangat relevan dalam hal penawaran barang dan jasa dengan mutu dan harga yang sebanding. Menurut Iman Ghazali keuntungan adalah kompensasi dari kesulitan perjalan, resiko bisnis dan ancaman keselamatan pedagang. Motif berdagang adalah mencari keuntungan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Namun Imam Ghazali tidak setuju dengan keuntungan yang besar dalam arti melipatgandakan harga dalam jual beli.<sup>18</sup> Sebagaimana firman Allah dalam QS. Al- Baqarah (2): 279 yang berbunyi:

---

<sup>18</sup> Rivai, *Islamic ...*, h. 128.



فَإِنْ لَمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ <sup>ط</sup> وَإِنْ تَبُتُمْ  
فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ



Artinya:

*“Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu, kamu tidak menganiaya dan tidak pula dianiaya.”<sup>19</sup>*

Keuntungan bisnis dalam Islam tidak hanya sekedar keuntungan yang berupa pundi-pundi rupiah, akan tetapi keuntungan yang lebih kekal yakni keuntungan akhirat.<sup>20</sup>

Seorang pembisnis juga harus berlaku ihsan, maksudnya ketika pembeli menambah harga suatu barang karena senangnya akan barang tersebut maka penjual

---

<sup>19</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an...*, h. 37.

<sup>20</sup> Rivai, *Islamic ...*, h. 128.

harus mencegahnya. Terlebih jika pembeli benar-benar membutuhkan barang yang dimiliki oleh penjual.<sup>21</sup> Dalam dunia bisnis haruslah melahirkan suatu *win-win situation*, maksudnya situasi yang saling menguntungkan diantara semua pihak. Semua pelaku bisnis pasti ingin memperoleh keuntungan, begitu juga pembeli ingin memperoleh barang dan jasa yang memuaskan.<sup>22</sup>

b. Jujur dalam takaran

Salah satu cermin kejujuran adalah menyempurnakan takaran dan timbangan. Tindakan tersebut yang jarang diperhatikan oleh para pelaku bisnis, terlebih ketika dagangannya ramai oleh pembeli. Ketika menimbang meskipun kurang 1 gr belum dikatakan takaran yang sempurna. Hal itu sama artinya dengan merampas hak pembeli dan termasuk memakan harta

---

<sup>21</sup> Yusuf Qordhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 1997, h. 181.

<sup>22</sup> Sony Keraf, *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*, Yogyakarta: Kanisius, 1998, h. 79.

orang lain dengan jalan yang bathil. Sebagaimana firman Allah dalam QS. al-Isra' (17): 35 yang berbunyi:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

Artinya:

*”Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.”*<sup>23</sup>

Berdasarkan ayat di atas dapat dipahami bahwa al-Qur'an telah memberi penegasan bahwasannya hal mendasar yang digunakan untuk membangun dan mengembangkan bisnis yang beretika adalah dengan menyempurnakan segala transaksi yang berkaitan dengan media takaran dan timbangan.<sup>24</sup>

c. Mengakui kelemahan serta kelebihan produk.<sup>25</sup>

---

<sup>23</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an...*, h. 226.

<sup>24</sup> Muhammad dan Lukman Fauroni, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta: Salemba Diniyah, 2002, h. 21.

<sup>25</sup> Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006, h. 124.

Islam mengajarkan agar seorang pebisnis selalu menghidupkan mata hati untuk berlaku jujur. Sekarang ini banyak pedagang yang enggan berterus terang untuk mengakui kelemahan produknya. Sampai-sampai mereka menggunakan sumpah palsu untuk meyakinkan pembeli bahwa produk yang dijualnya memiliki kualitas yang bagus. Dalam Al- Hadis, yang berbunyi:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ  
الْحَلْفُ مَنْوِقَةٌ لِلْبُرْكَاتِ

Artinya:

*Abu Hurairah berkata: “Saya mendengar Rasulullah saw. bersabda: “Mengambil sumpah membuat barang terjual, tetapi ini membatalkan berkah.”<sup>26</sup>*

عَنْ ابْنِ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ ذَكَرَ رَجُلٌ لِلنَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَنَّهُ يُخَدِّعُ فِي الْبَيْعِ فَقَالَ إِذَا بَايَعْتَ فَقُلْ لَنَا بِهٖ (مَنْوِقَةٌ عَلَيْهِ)

Artinya:

---

<sup>26</sup> Maulana Muhammad Ali, *Kitab Hadis Pegangan*, Jakarta: CV. Kuning Mas, 1992, h. 301

*Ibnu Umar r.a berkata, “Ada seseorang yang mengadu kepada Rasulullah saw. bahwa ia tertipu dalam jual beli. Lalu beliau bersabda, ‘Jika engkau melakukan jual beli maka katakanlah jangan melakukan tipu daya yang memikat.’”* Muttafiq ‘Alaih<sup>27</sup>

Penjual yang jujur tidak pernah merasa khawatir barangnya tidak laku karena cacat barangnya diketahui oleh konsumen. Justru hal tersebut menimbulkan kepercayaan pembeli kepada pedagang.

## 2. Amanah

*Amanah* berarti dapat dipercaya. Amanah juga bisa bermakna memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban yang diberikan kepadanya. Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan. Setiap perbuatan pasti menuntut adanya tanggung jawab dibelakangnya.<sup>28</sup> Sifat *amanah* sangat diperlukan dalam dunia bisnis sebagaimana firman Allah dalam QS. an-Nisa’ (4): 58 yang berbunyi:

---

<sup>27</sup> Al Hafizh Ibnu Hajar al-Asqalani, terj. Lutfi Arif dkk, *Bulughul Maram Five in One*, Jakarta: PT. Mizan Publika, 2008, h. 488

<sup>28</sup> Fauroni, *Visi Al-Qur’an ...*, h. 26.

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ  
النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ  
سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya:

”Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum diantara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pelajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah maha mendengar lagi maha melihat”.<sup>29</sup>

Berdasarkan ayat diatas Allah telah menyuruh umat manusia untuk menyampaikan amanat kepada orang yang berhak menerimanya. Sebagaimana Rasulullah yang selalu berlaku amanah dalam berdagang sehingga mendapat gelar *al-amin* yang berarti dapat dipercaya. Sifat *amanah* dalam dunia bisnis dapat diwujudkan dalam beberapa hal, diantaranya:

---

<sup>29</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an...*, h. 69.

a) Akuntabilitas

Suatu organisasi bisnis sangat memerlukan laporan keuangan untuk mengetahui tingkat keuntungan atau kerugian serta posisi asset, hutang dan modal yang dimilikinya. Laporan keuangan merupakan hasil dari proses akuntansi. Akuntansi adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan, pelaporan, dan penganalisisan data keuangan pada suatu organisasi bisnis.<sup>30</sup>

Dalam membuat laporan keuangan pelaku bisnis harus ingat bahwa pertanggungjawaban yang sebenarnya adalah tanggung jawab kepada Allah atas apa yang telah dilakukannya. Karena pada dasarnya keuntungan yang diperoleh bukan semata-mata milik sendiri, akan tetapi ada hak orang lain misalnya fakir miskin, anak yatim dan pihak-pihak yang berkepentingan dalam suatu organisasi bisnis.

---

<sup>30</sup> Haryono Jusup, *Dasar-Dasar Akuntansi*, Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN, 2005, h. 5.

Akuntabilitas sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada beberapa pihak yaitu:

- 1) Manajer, manajer menggunakan laporan keuangan untuk menyusun rencana perusahaan,
- 2) Investor, laporan keuangan sebagai alat analisis untuk penanaman modal.
- 3) Kreditur, sebagai pertimbangan ketika suatu perusahaan akan melakukan pinjaman,
- 4) Instansi pemerintah, memerlukan laporan keuangan untuk menetapkan tarif pajak yang harus dibayarkan perusahaan,<sup>31</sup>
- 5) Zakat, tidak hanya urusan duniawi yang harus diperhatikan, tabungan akhirat lebih penting untuk dilaksanakan. Laporan keuangan dijadikan dasar untuk mengetahui seberapa besar zakat yang harus dikeluarkan.

---

<sup>31</sup> *Ibid.*, h. 6-7.



b) Memberikan pelayanan yang optimal

Pelayanan yang baik sangat dibutuhkan bagi perkembangan suatu perusahaan. Pelayanan yang diberikan oleh pelaku bisnis dapat berupa keramahan, senyum kepada pelanggan dan berbicara dengan kata-kata yang sopan. Islam melarang para pelaku bisnis untuk merekrut karyawan perempuan yang berpakaian seksi bahkan sampai menampakkan auratnya agar menarik minat pembeli.<sup>32</sup>

Organisasi bisnis yang baik tidak hanya sekedar memberikan pelayanan ketika konsumen melakukan pembelian, akan tetapi layanan setelah konsumen melakukan pembelian juga harus dilaksanakan. Layanan tersebut dapat berupa pemberian garansi atas barang yang telah dijualnya, menerima retur barang yang rusak dan sejenisnya.<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup> Johan Arifin, *Etika ...*, h. 107.

<sup>33</sup> *Ibid.*, h. 108.

c) Menepati janji

Sifat *amanah* sangat relevan dalam hal pemenuhan syarat-syarat perjanjian dan kontrak bisnis. Seorang pebisnis harus selalu menepati janjinya baik kepada pembeli, pemasok, rekan kerja, *stakeholder* dan tentunya menepati janji kepada Allah dalam bentuk melaksanakan semua perintah-Nya dan menjauhi segala larangan-Nya.

Janji adalah ikrar dan kesanggupan yang telah dinyatakan kepada seseorang. Ketika membuat suatu perjanjian tentunya didasari dengan rasa saling percaya serta tanggung jawab yang besar untuk melaksanakan janji tersebut. Ketepatan janji dapat dilihat dari segi ketepatan waktu penyerahan barang, ketepatan waktu pembayaran serta melaksanakan sesuatu sesuai dengan kontrak yang disepakati.

Pelaku bisnis yang tidak bisa memenuhi janjinya dapat dikatakan sebagai golongan orang yang munafiq. Terlebih di era informasi yang terbuka dan cepat seperti sekarang ini mengingkari janji dalam dunia bisnis sama

halnya dengan menggali kubur bagi bisnisnya sendiri. Karena dalam waktu singkat para rekan bisnis akan mencari mitra kerja yang dapat dipercaya.<sup>34</sup>

### 3. Tabligh

*Tabligh* artinya menyampaikan atau komunikatif. Komunikasi yang digunakan oleh pelaku bisnis yaitu dengan tutur kata yang sopan, bijaksana dan tepat sasaran (*bi al-hikmah*) kepada pelanggannya maupun mitra bisnisnya. lebih dari itu, pelaku bisnis harus mampu berargumentasi, berdialog dan memiliki ide-ide. Sebagaimana firman Allah dalam QS. an-Nahl (16) :126 yang berbunyi:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ  
بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya:

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik.

---

<sup>34</sup> Keraf, *Etika ...*, h. 78.

*Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mngetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia-lah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”.*<sup>35</sup>

Dalam menjalankan bisnisnya Rasulullah selalu memperoleh hidayah dari Allah karena beliau tidak pernah meninggalkan ibadah, tahajjud serta memiliki akhlaq yang baik. Dengan komunikasi yang baik Rasulullah memiliki banyak mitra bisnis. Seorang pebisnis Islami harus mampu mengimplementasikan sifat *tabligh* paling tidak dalam beberapa hal berikut:

a) Komunikasi bisnis

Dalam menjalankan bisnis, seseorang harus mampu berkomunikasi dengan baik dan sopan agar tidak menyakiti hati mitra bisnis maupun pembeli. Komunikasi bisnis adalah proses penyampaian dan pertukaran informasi bisnis baik

---

<sup>35</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an...*, h. 224.

antar individu maupun kelompok dengan menggunakan bahasa yang lazim digunakan.<sup>36</sup>

Komunikasi dalam bisnis dapat berbentuk komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal. Komunikasi verbal merupakan penyampaian pesan-pesan bisnis kepada pihak lain baik secara tertulis maupun lisan, misalnya membuat dan mengirim surat pengantar barang ke pelanggan, berdiskusi dalam suatu kerja tim, melakukan negoisasi dengan pelaku bisnis lain, melakukan *chatting* dengan pelanggan maupun mitra bisnis dan sejenisnya. Sedangkan komunikasi nonverbal adalah bentuk komunikasi dengan menggunakan bahasa tubuh atau gerakan-gerakan tubuh. Contoh dari komunikasi nonverbal diantaranya menggelengkan kepala untuk menunjukkan sikap menolak dan sebaliknya, tersenyum dan berjabat tangan dengan orang lain untuk menunjukkan rasa senang, simpati dan penghormatan.<sup>37</sup>

---

5.

<sup>36</sup> Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis, Edisi ke-4*, Jakarta: Erlangga, 2011, h.

<sup>37</sup> *Ibid.*, h. 6-9.

b) Mampu menyampaikan visi misi

Setiap organisasi bisnis pasti mempunyai impian dan cita-cita yang ingin dicapai tanpa memandang apakah itu organisasi yang sudah besar atau hanya pebisnis biasa yang baru merintis usahanya. Impian tersebut tidak mungkin dapat tercapai apabila suatu organisasi bisnis tidak memiliki visi dan misi yang jelas.

Visi adalah suatu pernyataan ringkas mengenai cita-cita yang ingin dicapai organisasi di masa depan. Untuk mewujudkan visi tersebut maka perusahaan melakukan pengembangan misi yang akan dijalankan dalam setiap aktivitas perusahaan. Misi adalah penetapan tujuan dan sasaran perusahaan yang mencakup kegiatan jangka panjang maupun jangka pendek yang akan dilakukan dalam upaya mencapai visi yang telah ditetapkan.<sup>38</sup>

---

<sup>38</sup> Moeheriono, *Perencanaan, Aplikasi dan pengembangan Indikator Kinerja Utama (IKU) Bisnis dan Publik*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012, h. 2.

Dalam menetapkan misi harus selaras dengan upaya pencapaian visi. Misi juga harus dapat menggambarkan rencana-rencana serta strategi yang digunakan untuk mencapai visi. Perumusan visi dan misi tidak boleh bertentangan dengan Etika Bisnis Islam, maksudnya dalam perumusan strategi-strategi tidak disertai dengan unsur-unsur kecurangan dan manipulasi dengan tujuan agar visi perusahaan cepat terealisasi.

- c) Menjalin hubungan baik dengan mitra bisnis (silaturahmi)<sup>39</sup>

Sebelum ilmuan barat menemukan teori bahwa menjalin hubungan baik dengan mitra bisnis merupakan hal yang penting bagi kelangsungan bisnis, ternyata hal tersebut sudah lebih dahulu dipraktikkan oleh Rasulullah. Dalam berdagang Rasulullah menggunakan konsep dagang *relationship marketing*. Konsep ini memandang bahwa pada awal barang dipasarkan, semua anggota masyarakat adalah calon pembeli yang potensial. Diantara calon pembeli

---

<sup>39</sup> Syakir Sula, *Syariah ...*, h. 132.

tersebut pasti ada yang memutuskan untuk melakukan pembelian dan ada pula yang tidak jadi membeli. Konsumen yang melakukan pembelian harus dilayani dengan baik sehingga merasa puas dan melakukan pembelian ulang hingga akhirnya menjadi pelanggan tetap. Pelanggan tetap tersebut akan dengan sendirinya membantu mempromosikan dan mengajak teman-teman mereka untuk ikut mengkonsumsi dan menjadi pelanggan tetap.<sup>40</sup>

Selain menjalin hubungan baik dengan mitra bisnis dengan sifat yang rendah hati, dermawan dan menghargai orang lain, Rasulullah mengajarkan untuk memperhatikan dan menjaga kepentingan masyarakat, lingkungan dan pelestarian alam. Menjaga kepentingan masyarakat dapat diwujudkan dengan adanya CSR (*corporate social responsibility*). Adapun menjaga lingkungan dan pelestarian alam yaitu dengan menanam pepohonan, tidak menguras sumber daya alam secara berlebihan dan sejenisnya.

---

<sup>40</sup> Junni Priansa, *Manajemen ...*, h. 306.



#### 4. Fathanah

Di dunia bisnis berlaku jujur dan bijaksana belum sempurna jika tidak diimbangi dengan kecerdasan dalam mengelola usaha tersebut. *Fathanah* merupakan salah satu sifat Rasulullah yang berarti cerdas, intelektual dan memiliki pengetahuan yang luas. Potensi yang paling berharga yang dikaruniakan Allah kepada manusia adalah akal pikiran. Dengan akal manusia dapat berfikir dan merenungi betapa hebatnya ciptaan Allah. Salah satu bentuk ketaqwaan kepada Allah adalah dengan mengoptimalkan potensi pikirannya. Sebagaimana firman Allah dalam QS. Yunus (10): 100 yang berbunyi:

وَمَا كَانَ لِنَفْسٍ أَنْ تُؤْمِنَ إِلَّا بِإِذْنِ اللَّهِ وَتَجْعَلُ الرِّجْسَ  
عَلَى الَّذِينَ لَا يَعْقِلُونَ

Artinya:

*"Dan tidak ada seorang pun akan beriman kecuali dengan izin Allah. Dan Allah menimpakan kemurkaan kepada orang-orang yang tidak mempergunakan akalnyanya".<sup>41</sup>*

---

<sup>41</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an...*, h. 175.

Sifat *fathanah* dapat dikatakan sebagai strategi khusus untuk menghadapi ketatnya persaingan di dunia bisnis. Dengan kecerdasan yang dimiliki seorang pebisnis harus mampu memprediksi situasi persaingan dimasa yang akan datang seiring dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi. Sifat *Fathonah* di dunia bisnis dapat wujudkan dengan hal-hal berikut:

a) Kecerdasan spiritual

Sebagai seorang pebisnis muslim menjalankan bisnis merupakan ibadah yang harus dimulai dengan niat yang suci. Rasulullah selalu bertaqwa kepada Allah dan tidak pernah menomorduakan ibadah. Dengan bertaqwa akan melahirkan para pelaku bisnis yang memiliki kepribadian taat beragama, selalu berbuat baik dan tidak pernah mau melakukan perbuatan tercela dalam aktivitas bisnisnya. Implikasi dari kecerdasan spiritual tersebut akan menciptakan kemajuan bisnis, mensejahterakan keluarga, bangsa dan negara.<sup>42</sup>

---

<sup>42</sup> Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syariah*, Banjarmasin: Antasari press, 2011, h. 38.

b) Profesional

Profesional merupakan kapasitas untuk menjalankan suatu usaha dengan ukuran dan kualitas terbaik. Dalam berdagang Rasulullah selalu berlaku profesional dengan menggunakan standar saat ini yang dikenal dengan istilah STP (*segmentation, targeting and positioning*).

*Segmentation* yang dilakukan oleh Rasulullah ditunjukkan dengan mengenali pasar-pasar (wilayah-wilayah) yang akan dituju dan dilalui. Rasulullah selalu berusaha mengenali karakter, pemimpin, kebutuhan serta tren yang ada disuatu wilayah. Dengan cara-cara tersebut Rasulullah mampu mengambil hati konsumennya dan mendapat banyak tawaran untuk bermitra dengan pengusaha lokal. *Positioning* ditunjukkan dengan merek dirinya yang selalu berlaku jujur sebagai pondasi utama dalam aktivitas dagang. *Targeting* dibuktikan dengan tercapainya keuntungan perusahaan yang

dikelolanya. Rasulullah telah menetapkan strategi untuk bisa mencapai hasil yang terbaik.<sup>43</sup>

c) Kemampuan untuk melakukan inovasi<sup>44</sup>

Mengingat persaingan di dunia bisnis semakin ketat, suatu organisasi bisnis dituntut untuk selalu berinovasi. Inovasi adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru yang memiliki manfaat bagi orang lain dengan menggunakan keahlian dan kemampuan akalnya.<sup>45</sup>

Dalam dunia bisnis hal mendasar yang perlu dilakukan adanya inovasi adalah terkait produk (barang yang diperdagangkan). Agar dapat memenangkan persaingan, produk harus memiliki keunggulan yang tidak dimiliki oleh produk lain yang sejenis. Kriteria produk yang unggul adalah produk yang memenuhi standar Etika Bisnis Islam, yaitu produk yang diperjualbelikan harus halal, memiliki manfaat,

---

<sup>43</sup> *Ibid.*, h. 55.

<sup>44</sup> Syakir Sula, *Syariah ...*, h. 130.

<sup>45</sup> Muhammad Abdul Jawwad, *Menjadi Manajer Sekses*, Jakarta: Gema Insani, 2004, h. 8.

dibutuhkan oleh konsumen serta memiliki resiko yang rendah.

5. Syaja'ah<sup>46</sup>

*Syaja'ah* berarti berani dan kerja keras. Berani dalam hal ini adalah berani mengambil resiko dan keputusan bisnis serta bekerja keras untuk mewujudkan apa yang telah diputuskan. Setiap usaha pasti terdapat resiko yang harus dihadapi. Seorang pebisnis hendaknya tanggap terhadap perubahan selera dan kebutuhan masyarakat serta menganalisis kejadian lapangan yang ada untuk segera diputuskan mengenai langkah kedepan perusahaan.

Setelah mengetahui langkah yang harus ditempuh, pebisnis bekerja semaksimal mungkin untuk meraih apa yang diinginkan. Dalam Islam bekerja merupakan kewajiban kedua setelah ibadah. Sebagaimana firman Allah dalam QS. al-Jumu'ah (62): 10 yang berbunyi:

---

<sup>46</sup> Junni Priansa, *Manajemen ...*, h. 309.

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ

وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠٠﴾

Artinya:

*“Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”.*<sup>47</sup>

Oleh karena itu apabila bekerja dilakukan dengan ikhlas maka bekerja bernilai ibadah. Mengingat hal tersebut bekerja tidak boleh bertentangan dengan syariat Islam, karena pada dasarnya apa yang kita lakukan pasti dimintai pertanggungjawaban oleh Allah. Pebisnis muslim memang harus memiliki etos kerja yang tinggi untuk menghidupi diri sendiri dan orang-orang yang menjadi tanggung jawabnya.<sup>48</sup>

#### **D. Bisnis-bisnis yang Dilarang dalam Islam**

Berikut adalah bisnis-bisnis yang diharamkan atau dilarang dalam Islam.

---

<sup>47</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an...*, h. 442.

<sup>48</sup> Abdullah, *Wirausaha ...*, h. 29.

## 1. Transaksi yang diharamkan agama Islam.

Seorang muslim harus berkomitmen dalam berinteraksi dengan hal-hal yang diharamkan oleh Allah Swt. Jauhi bisnis makanan tak halal, minuman keras, narkoba, atau semua yang berhubungan dengan dunia gemerlap, seperti klub malam tempat bercampurnya laki-laki dan wanita disertai lagu menghentak serta suguhan makanan dan minuman tak halal, dan lain-lain.<sup>49</sup> Sebagaimana firman Allah Swt. Dalam surat Al- A'raaf ayat 32.

قُلْ مَنْ حَرَّمَ زِينَةَ اللَّهِ الَّتِي أَخْرَجَ لِعِبَادِهِ ۖ وَالطَّيِّبَاتِ مِنَ الرِّزْقِ  
قُلْ هِيَ لِلَّذِينَ ءَامَنُوا فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا خَالِصَةً يَوْمَ الْقِيَامَةِ  
كَذَلِكَ نُفَصِّلُ الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَعْلَمُونَ

Artinya:

*Katakanlah: "Siapakah yang mengharamkan perhiasan dari Allah yang telah dikeluarkan-Nya untuk hamba-hamba-Nya dan (siapa pulakah yang mengharamkan) rezki yang baik?" Katakanlah: "Semuanya itu (disediakan) bagi orang-orang yang beriman dalam kehidupan dunia, khusus (untuk*

---

<sup>49</sup> Veithzal Rivai, *Islamic Marketing*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2012, h. 291

*mereka saja) di hari kiamat." Demikianlah Kami menjelaskan ayat-ayat itu bagi orang-orang yang mengetahui.<sup>50</sup>*

2. Memperoleh dan menggunakan harta secara tidak halal.

Transaksi spekulatif amat erat kaitannya dengan bisnis yang tidak transparan, seperti perjudian, penipuan, melanggar amanah sehingga besar kemungkinan akan merugikan dan akan mendapat ganjaran yang amat berat.<sup>51</sup> Sebagaimana firman Allah Swt., dalam surat At- Taubah ayat 34-35.

﴿ يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْأَحْبَارِ وَالرُّهْبَانِ لِيَآكُلُونَ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ وَيَصُدُّونَ عَن سَبِيلِ اللَّهِ وَالَّذِينَ يَكْنِزُونَ الذَّهَبَ وَالْفِضَّةَ وَلَا يُنْفِقُونَهَا فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَبَشِّرْهُمْ بِعَذَابٍ أَلِيمٍ ﴿٣٤﴾ يَوْمَ تَحْمَىٰ عَلَيْهَا فِي

---

<sup>50</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an...*, h. 122.

<sup>51</sup> Veithzal Rivai, ..., h. 292



نَارِ جَهَنَّمَ فَتُكْوَىٰ بِهَا جِبَاهُهُمْ وَجُنُوبُهُمْ وَظُهُورُهُمْ<sup>ط</sup>  
 هَذَا مَا كُنْتُمْ تَكْتُمُونَ ﴿٢٥٠﴾

Artinya:

34. Hai orang-orang yang beriman, Sesungguhnya sebahagian besar dari orang-orang alim Yahudi dan rahib-rahib Nasrani benar-benar memakan harta orang dengan jalan batil dan mereka menghalang-halangi (manusia) dari jalan Allah. dan orang-orang yang menyimpan emas dan perak dan tidak menafkahkannya pada jalan Allah, Maka beritahukanlah kepada mereka, (bahwa mereka akan mendapat) siksa yang pedih,

35. pada hari dipanaskan emas perak itu dalam neraka Jahannam, lalu dibakar dengannya dahi mereka, lambung dan punggung mereka (lalu dikatakan) kepada mereka: "Inilah harta bendamu yang kamu simpan untuk dirimu sendiri, Maka rasakanlah sekarang (akibat dari) apa yang kamu simpan itu."<sup>52</sup>

### 3. Pesaingan yang tidak fair.

Sebagaimana firman Allah Swt., dalam surat Al- Baqarah ayat 188.

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ  
 لِيَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿١٨٨﴾

<sup>52</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an*..., h. 153

Artinya:

*Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, Padahal kamu mengetahui.<sup>53</sup>*

Monopoli juga termasuk persaingan yang tidak fair.

Monopoli dilakukan untuk memperoleh penguasaan pasar dengan mencegah persaingan dari pelaku lain dengan berbagai cara, sering kali dengan cara-cara tidak terpuji.<sup>54</sup>

#### 4. Pemalsuan dan penipuan.

Sebagaimana firman Allah Swt., dalam surat Al-Israa' ayat 35.

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كَلَّمْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَٰلِكَ خَيْرٌ  
وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

Artinya:

*Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang*

---

<sup>53</sup> *Ibid*, h. 23

<sup>54</sup> Veithzal Rivai, ..., h. 294

*benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.*<sup>55</sup>

عَنْ ابْنِ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ ذَكَرَ رَجُلٌ لِلنَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَنَّهُ يُخَدِّعُ فِي الْبَيْعِ فَقَالَ إِذَا بَايَعْتَ فَقُلْ لَأَخِلَّا بَهُ (مُتَّفَقٌ عَلَيْهِ)

Artinya:

*Ibnu Umar r.a berkata, “Ada seseorang yang mengadu kepada Rasulullah saw. bahwa ia tertipu dalam jual beli. Lalu beliau bersabda, ‘Jika engkau melakukan jual beli maka katakanlah jangan melakukan tipu daya yang memikat.’”  
Muttafiq ‘Alaih<sup>56</sup>*

Islam sangat melarang memalsu dan menipu karena dapat menyebabkan kerugian, kezaliman, serta menimbulkan permusuhan dan percecokan.<sup>57</sup>

---

<sup>55</sup> Departemen Agama RI, *Al-Quran*, ..., h. 228

<sup>56</sup> Al Hafizh Ibnu Hajar al-Asqalani, terj. Lutfi Arif dkk, *Bulughul Maram Five in One*, Jakarta: PT. Mizan Publika, 2008, h. 488

<sup>57</sup> Veithzal Rivai, ....., h. 294

## BAB III

### GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

#### A. Sejarah Singkat Boombu Hot Resto Tegal

Boombu Hot Resto didirikan Oleh H. Aji Priyono, S.Th.I pada tanggal 09 Oktober 2010, di alamat Jalan Sultan Agung No.61 Kejambon Tegal, Jawa Tengah, Indonesia. Nomor telepon (0283) 340 657. Pemberian nama Boombu Hot Resto ini berasal dari voting oleh teman, saudara dan para sahabat H. Aji Priyono yang diadakan di media social facebook. Dari beberapa nama yang ditawarkan, nama Boombu Hot Resto menjadi pilihan terbaik.

Boombu Hot Resto memiliki slogan *Rasakan Sensasi Hotnya* melambangkan harapan Boombu Hot Resto untuk memberikan pengalaman kuliner yang tak terlupakan. Pengembangan Brand Boombu Hot Resto melalui produk baru dan produk lanjutan memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan Boombu Hot Resto dan meningkatkan diferensiasi Brand Boombu Hot Resto yang kompetitif.

## **B. Visi dan Misi Boombu Hot Resto Tegal**

### 1. Visi

Boombu Hot Resto menjadi wisata kuliner terbaik dan menjadi brand nomor 1 yang terfavorit dalam segi produk, harga, pelayanan, dan fasilitas restoran.

### 2. Misi

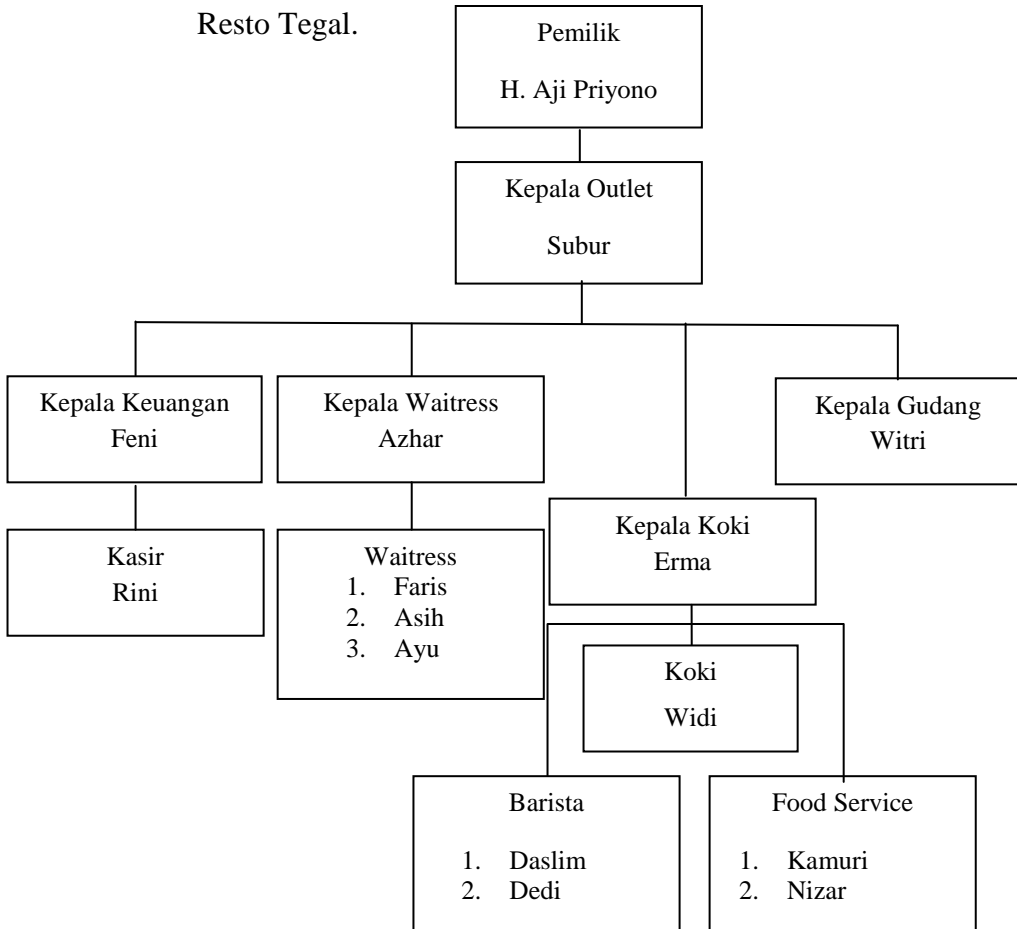
- a. Memperkokoh citra brand Boombu Hot Resto dengan strategi-strategi dan ide-ide yang inovatif.
- b. Meningkatkan suasana bersantap yang tak terlupakan dengan terus memberikan produk, pelayanan, serta fasilitas restoran yang berkualitas mengikuti kebutuhan dan selera konsumen yang terus berbuah.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Wawancara dengan Mas Edi, Karyawan Boombu Hot Resto Tegal, pada tanggal 2 Maret 2015 Jam 16:00 WIB di Boombu Hot Resto Tegal.

### C. Struktur Perusahaan Boombu Hot Resto Tegal

Berikut di bawah ini struktur perusahaan Boombu Hot Resto Tegal.



Pada setiap bagian yang ada di Boombu Hot Resto memiliki tugas dan fungsi yang berbeda-beda. Adapun tugas dari masing-masing bagian adalah sebagai berikut:

1. Pemilik : bertugas memberi arahan serta informasi penting dan mengambil keputusan penting untuk kemajuan Boombu Hot Resto.
2. Ketua Outlet : bertanggung jawab penuh atas kinerja dan karier karyawan di Boombu Hot Resto.
3. Kepala keuangan : bertugas untuk menyelenggarakan tertib administrasi dan ketatausahaan, serta membuat laporan keuangan pada setiap akhir periode.  
*Kasir* : bertugas penerima pembayaran transaksi atas konsumen.
4. Kepala waitress : bertugas memastikan pekerjaan pelayan, cleaning service dan tukang cuci piring telah dilaksanakan dengan baik.  
*Waitress* : bertugas melayanipelanggan.
5. Kepala koki : bertugas mengatur koki-koki lainnya dan bertanggung jawab menciptakan menu masakan dan minuman baru tiap periodik. Hal ini harus dikonsultasikan dengan pemiliknya terlebih dahulu.

*Koki* : bertanggung jawab memasak pesanan pelanggan.

*Barista* : bertanggung jawab menyiapkan minuman pesanan pelanggan.

*Food service* : memeriksa dan bertanggung jawab atas semua makanan dan minuman yang akan disajikan.

6. Kepala gudang :bertugas melakukan penerimaan barang dan meneliti apakah barang sesuai dengan faktur pembelian dan surat pesanan. Membuat bukti barang masuk.

#### **D. Lokasi Boombu Hot Resto Tegal**

Lokasi Boombu Hot Resto terletak di kota Tegal, tepatnya beralamat di jalan Sultan Agung No. 61 Kejambon, Tegal. Boombu Hot Resto memiliki lokasi yang strategis. Dan menariknya suasana yang disajikan.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Wawancara dengan Bapak Aji Priyono, Pemilik Boombu Hot Resto Tegal, pada tanggal 2 November 2015 Jam 20:00 WIB di Boombu Hot Resto Tegal.



## **E. Produk-produk Boombu Hot Resto Tegal**

Boombu Hot Resto memiliki beberapa daftar menu, diantaranya menu sambal, menu bakaran, menu lauk, menu sayur, menu paket BH, menu paket khusus bungkus, menu Hot'n Cool, menu baru, dan lain-lain.

1. Menu sambal, terdiri dari:
  - a. Hot terasi mateng.
  - b. Hot terasi mentah.
  - c. Hot bawang mateng.
  - d. Hot bawang mentah.
  - e. Hot tomat goreng.
  - f. Hot tomat sueger.
  - g. Hot terasi Lombok ijo.
  - h. Hot bawang Lombok ijo.
  - i. Hot bledeg.
  - j. Hot tempe/tahu
  - k. Hot teri.
  - l. Hot terong.

- m. Hot imoet.
  - n. Hot black metal.
  - o. Hot black sweet.
  - p. Hot bajak.
  - q. Hot tauge.
  - r. Hot pete.
  - s. Hot cumi.
  - t. Kecap.
2. Menu bakaran, terdiri dari:
- a. Ayam bakar dada/paha.
  - b. Bebek bakar dada/paha.
  - c. Rempela ati bakar.
  - d. Gurame bakar S.
  - e. Gurame bakar M.
  - f. Kerapuh bakar.
  - g. Pihl bakar.
  - h. Kakap merah bakar.
  - i. Bawal bakar.

- j. Lele bakar.
  - k. Cumi bakar.
  - l. Udang bakar.
3. Menu lauk, terdiri dari:
- a. Ayam goreng dada/paha.
  - b. Bebek goreng dada/paha.
  - c. Lele goreng.
  - d. Tempe/tahu goreng.
  - e. Telor isi.
  - f. Telor ceplok/dadar.
  - g. Rempela ati
  - h. Cumi goreng tepung.
  - i. Udang goreng/tepung.
  - j. Bandeng goreng.
  - k. Banyar goreng.
  - l. Gurame saus tiram/asam manis (small, medium, large).
  - m. Gurame asam pedas/teriyaki (small, medium, large).
  - n. Cumi saus tiram/asam manis/asam pedas/teriyaki.

- o. Udang saus tiram/asam manis/asam pedas/teriyaki.
  - p. Rempela ati sambel goreng/kecap.
4. Menu sayur, terdiri dari:
- a. Pecel.
  - b. Oseng kangkung.
  - c. Oseng cesim/tauge.
  - d. Sayur asem.
  - e. Sop cekeur.
  - f. Pete goreng.
5. Menu paket Boombu Hot, terdiri dari:
- a. Paket A (ayam paha, sambal, nasi, indoteh).
  - b. Paket B (bebek, samabal, nasi, indoteh).
  - c. Romantis (ayam, sambal, nasi, jus, oseng cesim).
  - d. Harmonis (ayam, sambal, nasi, jus, oseng cesim, tempe/tahu)
  - e. Pak'Le (lele, sambal, nasi, indoteh).
  - f. Pak RT (rempela ati, tempe/tahu, sambal, indoteh)
6. Menu paket khusus bungkus, terdiri dari:

- a. HEMAT (nasi, ayam, sambal, lalap + tempe).
  - b. Double komplit (nasi, ayam, sambal, lalap, tempe + oseng).
7. Menu baru, terdiri dari:
- a. Ayam penyet.
  - b. Ayam crispy teriyaki (nasi + ayam)
8. Menu Hot'n Cool, terdiri dari:
- a. The (hot/cool)
  - b. Jeruk (hot/cool).
  - c. Lemon tea (hot/cool).
  - d. Jus (jambu, melon, jeruk, mangga, fiber, strawberry, tomat, apel, sirsak, mix).
  - e. Milk shake (chocolate/vanilla).
  - f. Soda susu.
  - g. Air mineral.
  - h. The botol.
  - i. Teh tawar.
  - j. Es batu.

- k. Chocolate (hot/cool).
  - l. Es teller.
  - m. Es soup buah.
9. Menu lain-lain, terdiri dari:
- a. Nasi.
  - b. Krupuk.
  - c. Mendoan.
  - d. Tempe tepung.

Menu favorit di Boombu Hot Resto yaitu ayam, bebek dan lele. Menu sambal favoritnya ada hot trasi mateng, hot bledeg, dan hot tomat goreng.<sup>3</sup>

## **F. Fasilitas Boombu Hot Resto Tegal**

Boombu Hot Resto menawarkan berbagai fasilitas bagi para konsumennya dengan tujuan agar konsumen mendapatkan

---

<sup>3</sup> Wawancara dengan Mba Erma, Kepala koki Boombu Hot Resto Tegal, pada tanggal 2 November 2015 Jam 20:00 WIB di Boombu Hot Resto Tegal.

kenyamanan dan kepuasan untuk berkunjung di Boombu Hot Resto. Adapun fasilitas-fasilitas tersebut diantaranya:

a. Tempat parkir

Sebagai tempat parkir dengan ukuran cukup luas membuat konsumen yang membawa kendaraan menjadi nyaman.

b. Mushola

Sebagai tempat untuk melaksanakan ibadah shalat bagi konsumen yang melaksanakannya.

c. Toilet

Toilet yang cukup bersih dan nyaman untuk konsumen Boombu Hot Resto.

d. Permainan anak

Sebagai tempat untuk anak-anak bermain, sehingga anak-anak tidak merasa jenuh.

e. Musik

Musik bisa merubah suasana hati menjadi lebih baik.

f. Nonton bareng

Boombu Hot Resto menyediakan proyektor LCD yang digunakan untuk nonton film atau bola bareng.

### **G. Spiritual Company Boombu Hot Resto Tegal**

Di Boombu Hot Resto Tegal memiliki kegiatan *religious* yang dilaksanakan pada tanggal-tanggal tertentu. Diantaranya:

1. Setiap tanggal 2 Hijriyah, Boombu Hot Resto mengadakan kegiatan hotmil Qur'an. Maksud dari tanggal 2 Hijriyah adalah tanggal lahir pemilik Boombu Hot Resto Bapak Aji Priyono.
2. Setiap tanggal 11 Hijriyah, Boombu Hot Resto mengadakan kegiatan Manakiban. Maksud dari tanggal 11 Hijriyah adalah tanggal lahir dari Syekh Abdul Qodir Jaelani.
3. Setiap tanggal 12 Hijriyah, Boombu Hot Resto mengadakan kegiatan Sholawatan. Maksud dari tanggal 12 Hijriyah adalah tanggal lahir Nabi Muhammad saw.



## **H. Etika Bisnis Islam di Boombu Hot Resto Tegal**

Bisnis kuliner adalah bisnis yang tidak pernah surut dari dunia perbisnisan. Terlihat jelas dari semakin banyaknya rumah makan, cafe dan tempat-tempat *hangout* bagi kalangan remaja. Keadaan ini mengharuskan para pebisnis harus mencari inovasi serta strategi untuk meningkatkan kualitas bisnisnya lebih dari yang lain.

Hadirnya persaingan didunia bisnis kuliner yang semakin padat. Membuat beberapa pebisnis rela melakukan hal-hal yang tidak sesuai dengan etika maupun norma bisnis yang ada. Etika yang terkadang tidak sesuai adalah pembuatan produk makanan yang tidak halal, tidak higienis, dan tidak layak konsumsi, harga yang terlalu mahal dengan kualitas produk yang tidak sesuai.

Kondisi persaingan ini tidak menyurutkan niat dan semangat pemimpin Boombu Hot Resto, Bapak Aji Priyono untuk tetap menjalankan bisnis kulinernya sesuai etika bisnis Islam. Adapun Etika Bisnis Islam yang diterapkan oleh Boombu Hot Resto yaitu;

1. Kualitas produk yang selalu higienis, dan menyehatkan. Seperti yang dinyatakan bahwa kualitas produk Boombu Hot Resto tetap menggunakan bahan yang segar, higienis, *thoyyib*, dan baru.<sup>4</sup>
2. Harga yang ditawarkan oleh Boombu Hot Resto kompetitif. Harga makanan sesuai dengan kualitas dan kenikmatan sajiannya. Sehingga dari kesesuaian dan kejujuran penetapan harga membantu Boombu Hot Resto mendapatkan kepercayaan lebih dari konsumen.
3. Pelayanan maksimal dari karyawan. Keramahtamahan dan kesopanan menjadi sarana komunikasi yang baik dari Boombu Hot Resto
4. Kecepatan dan ketepatan dalam pelayanan yang menjadi salah satu perwujudan sifat amanah dari Boombu Hot Resto.
5. Promosi yang menarik. Promosi ini berasal dari sarana Boombu Hot Resto, yang menerapkan bangunan dari bamboo

---

<sup>4</sup> Wawancara dengan Bapak Aji Priyono, Pemilik Boombu Hot Resto Tegal, pada tanggal 2 November 2015 Jam 20:00 WIB di Boombu Hot Resto Tegal.

- dengan interior unik. Promosi yang secara tidak langsung, yaitu bersambungannya informasi dari satu orang ke orang lain.
6. Promosi produk. Adanya diskon serta pilihan menu dan paket lain yang lebih ekonomis.
  7. Fasilitas yang memenuhi kebutuhan konsumen. Adanya *wifi* yang memungkinkan konsumen menikmati makanan sambil melakukan aktifitas browsing ke internet.
  8. LCD Proyektor sebagai Fasilitas menonton film bareng setiap malam, menjadikan Boombu Hot Resto sebagai tempat yang sangat nyaman untuk bersantai sambil menikmati kuliner bersama teman, keluarga dan relasi kerja.

Dengan banyaknya inovasi serta penerapan Etika Bisnis Islam yang konsisten dan berkelanjutan, menjadikan strategi pemasaran Boombu Hot Resto lebih kuat dan mampu bersaing dengan pengusaha kuliner lainnya.

**BAB IV**  
**ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM**  
**DI BOOMBU HOT RESTO TEGAL**

Kunci sukses dalam berbisnis terletak pada etika yang diterapkan dalam bisnis tersebut. Dalam mengelola bisnisnya, Rasulullah memegang teguh 5 faktor yang merupakan sifat-sifat beliau sehingga membawa keberkahan dalam berbisnis. Sifat-sifat tersebut merupakan suri tauladan yang dapat diikuti oleh para pelaku bisnis agar bisnis yang digeluti tidak menyimpang dari etika Islam. Sifat-sifat ini pula yang telah diterapkan oleh Boombu Hot Resto.

**1. Shiddiq**

Sikap jujur yang ditampilkan oleh Boombu Hot Resto dalam menjalankan bisnis kulinernya meliputi hal-hal berikut:

**a. Tidak melipatgandakan harga**

Harga merupakan jumlah dari biaya ditambah dengan keuntungan. Boombu Hot Resto memiliki kisaran harga yang bervariasi dengan mengambil segmen menengah keatas.

Kisaran harga yang diambil adalah Rp. 15.000,- untuk paket makan yang lebih ekonomis.

Meski kisaran harganya untuk kalangan menengah keatas, namun rumah makan ini tidak pernah sepi oleh pengunjung. Karena banyaknya pilihan paket hemat, makanan yang ditawarkan sudah menjadi salah satu menu favorit di kota tersebut.

Konsep harga yang tidak terlalu tinggi dan juga tidak terlalu rendah sudah menjadi salah satu nilai lebih dari strategi management Boombu Hot Resto. Karena selain menu yang memiliki kisaran harga tinggi, mereka juga memberikan menu paket ekonomis yang lebih murah dengan mutu makanan yang sama. Kejujuran yang ditekankan disini adalah bahwa menu-menu tersebut sesuai dengan harga masing-masing paket, tanpa adanya pengurangan mutu makanan.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Wawancara dengan Bapak Aji Priyono, Pemilik Boombu Hot Resto Tegal, pada tanggal 20 November 2015 Jam 12:00 WIB di Boombu Hot Resto Tegal.

Sebagaimana Rasulullah yang selalu menghimbau agar dalam menetapkan harga sebuah barang harus disesuaikan dengan nilai yang terkandung di dalamnya. Disamping itu penetapan harga harus disesuaikan dengan harga yang berlaku dipasaran dan sesuai dengan kebiasaan yang berlaku di suatu wilayah.<sup>2</sup> Dengan harga yang murah belum tentu akan menurunkan pendapatan, karena konsumen akan lebih sering membeli ketika harga suatu produk lebih murah dari yang dipikirkan konsumen. Tentunya harus diimbangi dengan kualitas dari produk tersebut.

#### **b. Jujur dalam takaran**

Mengenai aspek takaran dan ukuran dikatakan bahwa kejujuran dalam hal takaran maupun ukuran mutlak harus ada. Etika bisnis Islam yang mana pebisnis dilarang mengurangi timbangan ketika menakar dan meminta

---

<sup>2</sup> Abdul Sami' Al-Mishri, *Pilar-Pilar Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka pelajar, 2006, h. 95.

dilebihkan ketika menerima takaran. Sebagaimana firman Allah dalam QS. Al-Muthaffifin (83): 1-3 yang berbunyi:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ  
وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٢﴾

Artinya:” *kecelakaan besar bagi orang-orang yang curang. (Yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi. Dan apabila menakar untuk orang lain, mereka mengurangi.*”<sup>3</sup>

Berangkat dari sikap kebenaran dan kejujuran maka akan melahirkan persaudaraan dan kemitraan antara pihak yang bertransaksi, sehingga muncullah kondisi saling menguntungkan di antara penjual dan pembeli.

### c. Mengakui kelemahan dan kelebihan produk

Dalam berbisnis Boombu Hot Resto selalu mengatakan apa adanya tanpa menutup-nutupi mengenai kualitas dari produk yang dijualnya serta mengedepankan

---

3 Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: CV Jumanatul 'Ali-Art (J-ART), 2005, h. 588.

kebenaran informasi dari produk tersebut. Kalau produk tersebut baik Boombu Hot Resto mengatakan baik, kalau produk tersebut buruk Boombu Hot mengatakan buruk.

Perilaku tersebut dianjurkan dalam Islam karena Al-Qur'an dan Rasulullah selalu menekankan adanya kejujuran dalam berbisnis. Rasulullah bukan hanya bersabda melalui hadits-haditsnya melainkan memberi tauladan secara langsung mengenai cara berdagang yang jujur yaitu dengan cara menggambarkan barang dagangan dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur kebohongan ketika menjelaskan macam, jenis, sumber maupun biayanya.<sup>4</sup> Sebagaimana dijelaskan dalam salah satu hadits yang diriwayatkan oleh Imam Muslim yang berbunyi:

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ الْمُثَنَّى. حَدَّثَنَا يَحْيَى بْنُ سَعِيدٍ عَنْ شُعْبَةَ.  
وَحَدَّثَنَا عَمْرُو بْنُ عَلِيٍّ. حَدَّثَنَا يَحْيَى بْنُ سَعِيدٍ وَعَبْدُ الرَّحْمَنِ  
بْنُ مَهْدِيٍّ قَالَ : حَدَّثَنَا شُعْبَةُ عَنْ قَتَادَةَ عَنْ أَبِي الْخَلِيلِ عَنْ عَبْدِ

---

<sup>4</sup> Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, Jilid 5, Terj. Abdul Hayyie al-Kattani, Jakarta: Gema Insani, 2011, h. 27.



اللَّهُ بْنُ الْحَارِثِ عَنْ حَكِيمِ بْنِ حِزَامٍ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى صَلَعْمٌ قَالَ :  
الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّا بُورِكَ لَهُمَا فِي  
بَيْعِهِمَا وَإِنْ كَذَبَا وَكَتَمَا مُحِثَتْ بَرَكَةُ بَيْعِهِمَا. ( رواه مسلم ).

Artinya:

*“Muhammad bin Mutsanna menceritakan kepada kami, Yahya bin Sa’id menceritakan kepada kami dari Syu’bah. Amr bin Ali juga menceritakan kepada kami, Yahya bin Sa’id dan Abdurrahman bin Mahdi menceritakan kepada kami, keduanya berkata: Syu’bah menceritakan kepada kami dari Qotadah, dari Abu Al-Khalil, dari Abdullah bin Al-Harits, dari Hakim bin Hizam, dari Nabi SAW, beliau bersabda: ‘penjual dan pembeli berhak khiyar selagi mereka belum berpisah apabila keduanya jujur dan menerangkan (barang yang diperjualbelikan) maka keduanya akan dierkahi dalam jual-belinya. Tapi jika keduanya bohong dan merahasiakan (apa yang harus diterangkan tentang barang yang diperjualbelikan) maka keberkahan jual belinya akan dihapuskan.”* (HR. Muslim).<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Imam An-Nawawi, *Syarah Shahih Muslim*, Terj. Ahmad Khatib, Jakarta: Pustaka azzam, 2011, h. 523.

## **2. Amanah**

Sikap bertanggung jawab dan dapat dipercaya yang ditampilkan Boombu Hot Resto meliputi hal-hal berikut:

### **a. Akuntabilitas**

Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa Boombu Hot Resto memiliki catatan atas transaksi keuangannya.<sup>6</sup> Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui berapa jumlah keuntungan maupun kerugian yang diterimanya dalam jangka waktu tertentu. Akuntansi merupakan salah satu bentuk pertanggungjawaban kepada beberapa pihak yaitu manajer, investor, kreditur, instansi pemerintah dan mustahiq.

Akuntabilitas sebagai perwujudan sifat amanah dari kepala bagian keuangan kepada pemilik Boombu Hot Restu. laporan pertanggungjawaban ini pun menjadi tolok ukur bagi Boombu Hot Resto, mengalami kemajuan ataukah

---

<sup>6</sup> Wawancara dengan Feni, Kepala keuangan Boombu Hot Resto Tegal, pada tanggal 2 November 2015 Jam 10:30 WIB di Boombu Hot Resto Tegal.

kemunduran. Sehingga sangat penting sifat ini diterapkan dan diaplikasikan dalam suatu bisnis.

## **b. Memberikan Pelayanan yang Optimal**

Boombu Hot Resto memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen, artinya bahwa konsumen sebagai raja dan konsumen diprioritaskan dalam terciptanya kebutuhan mereka, dengan cara memberikan pelayanan yang tepat dan cepat, murah senyum, dan pelayanan ramah.<sup>7</sup> Rasulullah sangat menganjurkan para pelaku bisnis untuk bermurah hati dalam setiap transaksi, murah senyum dan ramah tamah.<sup>8</sup> Sebagaimana hadits yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari dan Ibnu Majah yang berbunyi:

عَنْ جَابِرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: رَجِمَ اللَّهُ عَبْدًا سَمَحًا إِذَا بَاعَ, سَمَحًا إِذَا اشْتَرَى, سَمَحًا إِذَا اقْتَضَى. (رواه بخارى وابن ماجه)

---

<sup>7</sup> Wawancara dengan Mas Witri, Kepala Gudang Boombu Hot Resto Tegal, pada tanggal 2 November 2015 Jam 10:00 WIB di Boombu Hot Resto Tegal.

<sup>8</sup> Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, Cet. Ke-1, 2009, h. 161.

Artinya:

*“Dari Jabir bin Abdullah bahwa Rasulullah SAW bersabda: ‘semoga Allah merahmati seseorang hamba yang toleran bila menjual, toleran bila membeli, dan toleran bila menagih’.” (HR. Bukhari dan Ibnu Majah).<sup>9</sup>*

Apapun dan bagaimanapun bentuk pelayanan yang diberikan semuanya itu dilakukan untuk menarik minat konsumen dan membuat konsumen merasa nyaman ketika melakukan pembelian. Disamping itu, memberikan pelayanan yang optimal dapat membuat konsumen loyal dan akhirnya akan melakukan pembelian ulang.

Sebagaimana salah satu visi dan misi Boombu Hot Resto yang juga mengutamakan pelayanan. Para karyawan diberikan arahan untuk selalu ramah, sopan, tamah dan murah senyum kepada konsumen. Hal ini bertujuan sama seperti yang diungkapkan Rasulullah yaitu mendapat rahmat dan berkah dari hasil bisnisnya.

---

<sup>9</sup> Muhammad Nashiruddin al-Albani, *Shahih At-Tarhib Wa At-Tarhib*, Terj. Izzudin karimi, Jakarta: Pustaka Sahifa, 2008, h. 39.

### c. Menepati Janji

Menepati janji dalam hal apapun merupakan salah satu moral keimanan, jadi setiap pelaku bisnis harus memiliki komitmen yang kuat dalam hal pemenuhan janji. Hal tersebut dikarenakan Allah memerintahkan kepada orang Muslim untuk menepati janji dan Allah telah menyebutkan orang mukmin yang beruntung adalah orang yang dapat menepati janji-janjinya. Sebagaimana firman Allah dalam QS. Al-Maidah (5):1 yang berbunyi:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اَوْفُوْا بِالْعُقُوْدِ .....<sup>ج</sup>

Artinya:

*“Hai orang-orang yang beriman penuhilah akad-akad itu....”<sup>10</sup>*

Berdasarkan data yang didapatkan dapat diketahui bahwa Boombu Hot Resto menepati janji. Hal ini terlihat dari adanya promo mengenai kupon sebesar Rp.3.000,- apabila

---

<sup>10</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an ....*, h. 107.

melakukan pembelian dengan total harga kelipatan Rp.30.000,-. Kupon ini dapat dikumpulkan untuk kemudian ditukarkan dengan produk makanan yang sesuai dengan besaran harga kupon yang didapatkan. Sehingga konsumen dengan sendirinya akan menaruh kepercayaan kepada penjual dan tidak akan ragu lagi untuk membuat perjanjian-perjanjian berikutnya. Disamping itu konsumen akan merasa puas dan merasa selalu diutamakan.

Sifat menepati janji juga terlaksana ketika konsumen yang memesan hanya harus menunggu waktu cukup singkat yaitu maksimal 15 menit. Serta untuk pesanan antar yang sangat mengedepankan ketepatan dan kecepatan pengiriman. Beberapa hal inilah yang tetap menjadikan para pelanggan selalu setia datang ke Boombu Hot Resto.

### **3. Tabligh**

Komunikatif dan argumentatif yang ditampilkan oleh Boombu Hot Resto meliputi hal-hal berikut:

### **a. Komunikasi Bisnis**

Dari hasil wawancara peneliti dapat menyimpulkan bahwa dalam berkomunikasi dengan konsumen maupun mitra bisnis Boombu Hot Resto menggunakan bahasa yang sopan, halus, mengucapkan terima kasih, serta mengedepankan sopan santun.

Rasulullah SAW memberikan contoh kepada manusia khususnya para pelaku bisnis untuk menahan lidah. Rasulullah hanya berbicara ketika dibutuhkan, tidak suka mengumbar cerita, apalagi sampai menggunjingkan orang lain. Ada tiga hal yang ditinggalkan oleh Rasulullah yang harus diikuti oleh pelaku bisnis yaitu riya', banyak bicara dan membicarakan sesuatu yang tidak perlu. Selain menahan lisan, Rasulullah juga memelihara lisan untuk tidak berbicara buruk, kasar dan menggunakan nada tinggi.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Yucki Prihadi, *Sukses Bisnis Melalui Manajemen Rasulullah SAW*, Jakarta: Gramedia, 2012, h. 22-23.

Komunikasi yang digunakan baik itu verbal maupun non verbal hal terpenting yang harus diingat oleh pelaku bisnis adalah komunikasi dengan menggunakan bahasa yang sopan dan tidak menyakiti hati konsumen. Disamping itu berbicara dengan bahasa yang mudah dipahami dan dapat diterima oleh akal juga harus menjadi perhatian bagi para pelaku bisnis.

**b. Mampu menyampaikan visi dan misi**

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa Boombu Hot Resto telah memiliki visi dan misi yang jelas dan terarah. Visi yang dimiliki oleh Boombu Hot Resto adalah mampu menjadi wisata kuliner terbaik dan menjadi brand nomor 1 yang terfavorit dalam segi produk, harga, pelayanan dan fasilitas. Misinya yaitu Memperkokoh citra brand Boombu Hot Resto dengan strategi-strategi dan ide-ide yang inovatif. Meningkatkan suasana bersantap yang tak terlupakan dengan terus memberikan produk, pelayanan,



serta fasilitas restoran yang berkualitas mengikuti kebutuhan dan selera konsumen yang terus berubah.

Dalam rangka pencapaian visi pemilik Boombu Hot Resto tidak menghalalkan semua cara, namun tetap memperhatikan kaidah-kaidah dan aturan Islami. Hal tersebut dapat dilihat dari kerja keras yang diiringi dengan berdo'a kepada Allah. Disamping itu Boombu Hot Resto selalu melakukan inovasi-inovasi baik dari segi produk, promo maupun pelayanan.

**c. Menjalin hubungan baik dengan mitra bisnis (silaturahmi)**

Boombu Hot Resto selalu menjaga hubungan baik dengan para konsumen. Beraneka ragam cara yang mereka gunakan mulai dari selalu mengajak berkomunikasi, memberikan diskon sampai dengan memberi bonus pada konsumen yang sering melakukan pembelian. Bentuk-bentuk silaturahmi yang dilakukan oleh Boombu Hot Resto tersebut tidak bertentangan dengan etika bisnis Islam, karena apa

yang dilakukan tersebut sebagai wujud dari ungkapan rasa terima kasih kepada konsumen. Sementara itu menjalin hubungan baik dengan karyawan dilakukan dengan menghargai apa yang dilakukan sesama rekan kerja, saling menghormati pendapat dan selalu mendiskusikan tentang upaya untuk memajukan suatu bisnis.

Perilaku yang dilakukan oleh pemilik Boombu Hot Resto diatas jelas ditekankan dalam Islam. Sebagaimana Rasulullah yang selalu memahami tugas masing-masing, berkomitmen terhadap tugas yang telah dibagi serta membantu mitra bisnis ketika membutuhkan. Cara Rasulullah untuk menjalin hubungan baik dengan anak buah yaitu dengan cara memanusiakan anak buah, menghargai, serta tidak pernah enggan berteman dengan anak buah.<sup>12</sup>

#### **4. Fathanah**

Kecerdasan yang ditunjukkan oleh Boombu Hot Resto meliputi hal-hal berikut:

---

<sup>12</sup> *Ibid.*, h. 118.

### **a. Kecerdasan spiritual**

Kecerdasan spiritual yang dilakukan yaitu dalam bentuk menjalankan sholat wajib, berdoa kepada Allah dan melaksanakan sholat sunnah dhuha. Bagi pemilik serta karyawan Boombu Hot Resto, sholat tidak hanya sekedar kewajiban yang jika tidak dijalankan akan mendapat dosa, namun sholat merupakan kebutuhan. Ketika telah melaksanakan sholat akan merasa lebih tenang untuk melanjutkan kegiatan bisnisnya.

Aktifitas spiritual juga tampak pada agenda rutin di Boombu Hot Resto. Setiap tanggal 2 Hijriyah, Boombu Hot Resto mengadakan kegiatan hotmil Qur'an. Maksud dari tanggal 2 Hijriyah adalah tanggal lahir pemilik Boombu Hot Resto Bapak Aji Priyono. Setiap tanggal 11 Hijriyah, Boombu Hot Resto mengadakan kegiatan Manakiban. Maksud dari tanggal 11 Hijriyah adalah tanggal lahir dari Syekh Abdul Qodir Jaelani. Agenda terakhir yaitu setiap tanggal 12 Hijriyah, Boombu Hot Resto mengadakan

kegiatan Sholawatan. Maksud dari tanggal 12 Hijriyah adalah tanggal lahir Nabi Muhammad saw.

Dalam menjalankan bisnis berfikir secara logika saja tidak cukup. Seorang pebisnis Muslim harus menerapkan amalan ibadah dalam setiap langkah perjalanan bisnisnya. Hal tersebut dikarenakan aktivitas bisnis tidak boleh mengganggu kegiatan ibadah kepada Allah.<sup>13</sup> Pebisnis muslim harus yakin bahwa manusia dituntut untuk bekerja keras, namun hasil akhirnya hanya Allah yang berhak menentukan. Dengan kecerdasan spiritual pebisnis Muslim tidak akan merasa resah dengan hal-hal yang sering melanda dunia bisnis, misalnya kerugian, inflasi, persaingan yang ketat serta modal yang kecil.

Pebisnis Muslim harusnya mampu mencontoh kecerdasan spiritual yang dimiliki oleh Rasulullah. Spiritualisasi ala Nabi Muhammad yaitu mengawali bisnis dengan basmallah dan mengakhiri dengan hamdalah,

---

<sup>13</sup> Veithzal Rivai, *Islamic Marketing...*, h. 191.

bersedekah, mengerjakan sholat wajib tepat waktu, melaksanakan sholat sunnah, mengerjakan puasa sunnah dan selalu berdoa kepada Allah.<sup>14</sup>

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh staff Boombu Hot Resto telah memiliki kecerdasan spiritual meskipun tidak sesempurna Rasulullah. Dengan kecerdasan spiritual yang dimiliki, maka staff Boombu Hot Resto akan merasakan ketenangan hati dan setiap tingkah lakunya akan terjaga dari hal-hal yang menyimpang dari ajaran Islam.

#### **b. Professional**

Bentuk professional yang dilakukan Boombu Hot Resto yaitu telah memiliki segmen pasar tertentu serta target yang harus dipenuhi dalam bisnisnya. Disamping itu Boombu Hot Resto sangat pandai dalam mencermati setiap perubahan trend yang ada di masyarakat. Boombu Hot Resto juga selalu tanggap terhadap perkembangan teknologi informasi dan

---

<sup>14</sup> Yucki Prihadi, *Sukses Bisnis Melalui Manajemen Rasulullah SAW ...*, h. 148-156.

komunikasi serta memanfaatkan teknologi tersebut untuk hal-hal yang positif yaitu dengan mengaplikasikan dalam bisnis yang dijalankannya.

Dengan demikian dapat diketahui bahwa profesionalitas Boombu Hot Resto terlihat. Boombu Hot Resto tidak hanya asal bisnis. Mereka menganalisis peluang dan mengetahui segmen pasarnya.

Profesionalitas juga diterapkan dalam penentuan dan identifikasi pesaing. Tanpa memiliki niat untuk meremehkan kemampuan pesaing lain, Boombu Hot Resto memiliki Hal-hal yang perlu diperhatikan untuk mengidentifikasi pesaing, yaitu:<sup>15</sup>

a. Jenis produk yang ditawarkan

Boombo Hot Resto harus bisa mengidentifikasi produk unggulan dari pesaing.

b. Melihat *market share* pesaing (besarnya pasar yang dikuasai)

---

<sup>15</sup> Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006, h. 261.

Identifikasi ini dilakukan untuk mengetahui besarnya pasar yang dikuasai dan segmen pasar yang akan dimasuki.

c. Identifikasi peluang dan ancaman

Identifikasi peluang dan ancaman bisa dilihat setelah dilakukan identifikasi *market share* pesaing.

d. Identifikasi keunggulan dan kelemahan

Memetakan atau mencari tahu keunggulan dan kelemahan yang dimiliki pesaing.

**c. Kemampuan untuk melakukan inovasi**

Berbagai macam bentuk inovasi yang telah dilakukan diantaranya memperbanyak produk, memodifikasi produk lama serta menciptakan produk baru yang masih berhubungan. Inovasi yang dilakukan terhadap produk barunya tersebut tidak tergolong produk yang dilarang oleh Islam.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa inovasi produk yang dilakukan Boombu Hot Resto tidak bertentangan dengan syariat Islam. hal itu dikarenakan

produk hasil inovasi merupakan produk yang memiliki manfaat, dapat diserahterimakan dan tidak tergolong barang yang haram.

## **5. Syaja'ah**

Pemilik dan karyawan Boombu Hot Resto selalu memiliki etos kerja tinggi dan bekerja keras dalam menjalankan bisnisnya. Menurut Aji Priyono, ibadah harus dijalani dengan rasa ikhlas dan jujur. Bekerja adalah kebutuhan dan dapat mendidik seseorang untuk mandiri. Bekerja merupakan usaha untuk memberikan manfaat dan mengatasi masalah-masalah orang lain.

Boombu Hot Resto pernah mengalami penurunan dikarenakan persaingan bisnis. Hal tersebut merupakan resiko besar yang pernah dialaminya. Namun Aji Priyono tidak langsung terpukul. Berdoa kepada Allah yang diiringi dengan sholat dhuha dan shodaqah, mencari link sebanyak mungkin serta memperbaiki pelayanan merupakan usaha Boombu Hot Resto untuk bangun dari kebangkrutan. Dari hasil kerja kerasnya



tersebut Boombu Hot Resto masih bertahan, masih banyak peminatnya dan bertambah eksis.

Boombu Hot Resto telah bekerja keras untuk tetap bisa menjalankan bisnisnya selama  $\pm$  5 tahun. Dengan berbagai tantangan yang dihadapi, mulai dari munculnya pesaing baru dengan produk yang serupa, serta persaingan strategi dalam pemasarannya. Dari sinilah terlihat usaha serta kerja keras Boombu Hot Resto.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan rumusan masalah dapat diketahui bahwa etika bisnis yang dilakukan oleh Boombu Hot Resto pada umumnya telah sesuai dengan etika bisnis yang diajarkan dalam Islam yang meliputi tidak melipatgandakan harga dalam jual beli, jujur dalam takaran, berkomunikasi dengan ramah, memiliki visi misi yang tidak bertentangan dengan syariat Islam, menjalin silaturahmi, tidak melupakan ibadah, bekerja keras serta produk yang dijual tidak termasuk produk yang dilarang dalam Islam.

#### **B. Saran**

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

1. Selalu melakukan inovasi produk sebagai upaya meningkatkan daya saing serta meningkatkan kualitas layanan menjadi lebih baik.
2. Meningkatkan motivasi, kesungguhan serta penerapan dalam bisnis berbasis syariah dengan memperhatikan nilai-nilai yang terkandung dalam Islam, seperti mengedepankan nilai kejujuran, professional dan transparansi dalam berbisnis.
3. Untuk menambah kepercayaan konsumen terhadap kehalalan produk maka perlu ditambahkan sertifikat kehalalan dari MUI.

### **C. Penutup**

Dengan kebesaran serta kekuasaan Allah SWT, akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi. Tetapi skripsi ini tidak dapat dikatakan sebagai hasil karya penulis sendiri. Karena tanpa bimbingan dan terkabulnya do'a, skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan. Penulis yakin, Allah SWT mendengar semua do'a dan Maha Menyayangi semua makhluk-Nya. Jadi minimalitas pengetahuan yang dimiliki penulis adalah sebuah anugerah dan

ciptaan Allah SWT, yang jauh lebih besar dan agung. Akhirnya penulis mengharapkan semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya. Amin...

## DAFTAR PUSTAKA

- Abuddin Nata, *Studi Islam Komprehensif*, Jakarta: Kencana, 2011
- Al Hafizh Ibnu Hajar al-Asqalani, terj. LutfiArifdkk, *Bulughul Maram Five in One*, Jakarta: PT. Mizan Publika, 2008
- Arifin Johan, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, 2008
- Buchari Alma dan DonniJunniPriansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2009,
- Chapra Umer, *Islam dan Tantangan Ekonomi*, Jakarta: Gema Insani Press, 2000
- Departemen Agama RI, *Al-Quran dan terjemahannya*, Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2007.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*, Jakarta: Pusat Bahasa, 2008

- Djakfar Muhammad, *Agama, Etika dan Ekonomi*, Malang :  
UIN-Malang Press, Cet. Ke-1, 2007
- Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis*, Edisi ke-4, Jakarta:  
Erlangga, 2011
- Faisal Badroen, et al., *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta:  
Kencana, Cet. Ke-2, 2006
- Hafiz Juliansyah, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Etika  
Bisnis Islam Pedagang Pasar Ciputat*, UIN Syarif  
Hidayatullah, 2011
- Haryono Jusup, *Dasar-Dasar Akuntansi*, Yogyakarta: Sekolah  
Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN, 2005
- Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah  
Marketing*, Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006
- Hifni, Ahmad ARB, *Implementasi Pembiayaan Mudharabah  
Pada Produk Penyaluran Dana*, Skripsi Jurusan  
Ekonomi Islam IAIN Walisingo Semarang, 2012.
- Husein, Umar, *Research Method's in Finance and Banking*,  
Jakarta: GramediaPustaka, 2002.

- Jusmaliani, et al., *Bisnis Berbasis Syariah*, Jakarta: BumiAksara, 2008,
- Laili Latifah Puspitasari, *Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Tingkat Profitabilitas Rumah Yoghurt Berdasarkan Perspektif Karyawan (Studi kasus pada Rumah Yoghurt di Kota Batu)*, Skripsi Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2014
- Ly Fairuzah Aisyah, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Usaha Bisnis Busana Muslim (Studi Kasus Pada CV. Azka Syahrani Collection)*, UIN Syarif Hidayatullah, 2011.
- Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syariah*, Banjarmasin: Antasari press, 2011
- Maulana Muhammad Ali, *Kitab Hadis Pegangan*, Jakarta: CV. Kuning Mas, 1992
- Moeheriono, *Perencanaan, Aplikasi dan pengembangan Indikator Kinerja Utama (IKU) Bisnis dan Publik*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012

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

Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta:  
PT. Raja Grafindo Persada, 2008.

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

Muhammad Abdul Jawwad, *Menjadi Manajer Sekses*, Jakarta:  
Gema Insani, 2004

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

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

Sony Keraf, *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*,  
Yogyakarta: Kanisius, 1998

Sudarwan Damin, *Menjadi Penelitian Kualitatif*, Bandung:  
Pustaka Setia, 2002



Suharsimi, Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*, 2006.

Veithzal Rivai, *Islamic Marketing*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012

Wojowasito dan Poerwadarminta, *Kamus Lengkap Inggris-Indonesia, Indonesia-Inggris*, Bandung: Media IPTEK Bandung, 1980

Yusuf Qordhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 1997



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG  
FAKULTASEKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Prof. Dr. Hamka Km. 02 NgaliyanTelp. (024)  
7601291Semarang 50185

**BERITA ACARA KOMPREHENSIF**

FakultasEkonomi dan Bisnis IslamWalisongo Semarang pada :

Hari : Jum'at  
Tanggal : 16 Oktober 2015  
Jam : 10.00 – 11.00 WIB

Telah mengadakan Ujian Komprehensif dengan judul :

**“ Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada Boombu Hot Resto Tegal ”**


Atas Nama : Sidqi Amalia Izzati  
NIM : 112411135  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Keterangan : UTAMA/ULANG

**LULUS/TIDAK LULUS**


Semarang, 16 Oktober 2015

Mengetahui

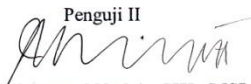
Penguji I

  
H. Khoirul Ansyar, M.Ag  
NIP. 196904201996031002

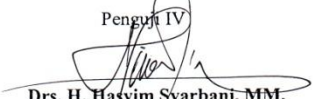
Penguji III

  
H. Ahmad Furqon, L.C., MA.  
NIP. 19751218 200501 1002

Penguji II

  
Mohammad Nadzir, SHI., MSI.  
NIP. 19730923 200312 1002

Penguji IV

  
Drs. H. Hasyim Svarbani, MM.  
NIP. 19570913 198203 1002



KEMENTERIAN AGAMA RI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. DR. HAMKA (Kampus II) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang, Kode Pos 50185

Nomor : In.06.6/D.1/PP.00.9 /2436 / 2015

Semarang, 03 September 2015

Lamp. : -

Hal : Penunjukan menjadi Dosen  
Pembimbing Skripsi

Kepada Yth. :  
H. Khoiril Anwar, M.Ag.  
Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
UIN Walisongo  
Di Semarang

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan pengajuan proposal skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Sidqi Amalia Izzati  
NIM : 112411135  
Program Studi : Ekonomi Islam  
Judul Skripsi : Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen pada Boombu Resto Tegal

Maka, kami berharap kesediaan Saudara untuk menjadi Pembimbing I penulisan skripsi mahasiswa tersebut, dengan harapan :

1. Topik yang kami setuju masih perlu mendapat pengarahannya Saudara terhadap judul, kerangka pembahasan dan penulisan.
2. Pembimbingan dilakukan secara menyeluruh sampai selesainya penulisan skripsi.

Untuk membantu tugas Saudara, maka bersama ini kami tunjuk sebagai Pembimbing II Saudara Mohammad Nadzir, SHI.,MSI.

Demikian, atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

An Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik.



DESA Syurtadho, M.Ag.  
1108301998031003

*Tembusan :*

1. Pembimbing II
2. Mahasiswa yang bersangkutan



KEMENTERIAN AGAMA RI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp. (024) 7608454 Semarang 50185  
Website : febi.walisongo.ac.id – Email : febiwalisongo@gmail.com

Nomor : In.06.6/D1/TL.00/3045/2015  
Lampiran : --  
Hal : Surat Pengantar Izin Riset  
A.n. Sidqi Amalia Izzati

Semarang, 17 Nopember 2015

Kepada Yth.  
Pimpinan Boombu Hot Resto Tegal  
Jl. Sultan Agung Kejambon Tegal  
Di Tempat.

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dengan hormat, kami sampaikan bahwa dalam rangka penyusunan Skripsi untuk mencapai gelar kesarjanaan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang, dengan ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset kepada :

Nama : Sidqi Amalia Izzati  
NIM/Program/Smt : 112411135/S.1/IX  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Alamat : Dk. Kauman Rt.01 Rw.03  
Kec. Pangkah Kab. Tegal  
Tujuan Penelitian : Mencari data untuk penyusunan Skripsi dalam Ilmu  
Ekonomi Islam Program S.1  
Judul Skripsi : Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Strategi Pemasaran  
Waktu Riset : 19 Nopember 2015 sampai selesai  
Lokasi : Boombu Hot Resto Tegal.

Bersama ini kami lampirkan proposal penelitian dan instrumen pengumpulan data yang bersangkutan.

Demikian atas perhatian dan terkabulnya permohonan ini kami ucapkan banyak terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*



Tembusan:  
- Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



## BOOMBU HOT RESTO

Jl. Sultan Agung No. 61 Tegal

Telp. (0283) 340657

---

### SURAT KETERANGAN

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Sidqi Amalia Izzati  
NIM : 112411135  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Perguruan Tinggi : UIN Walisongo Semarang

Telah melakukan penelitian untuk keperluan skripsi di Boombu Hot Resto Tegal pada bulan November 2015 tentang "Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Strategi Pemasaran".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Tegal, 20 November 2015

Boombu Hot Resto Tegal



H. Aji Priyono, S.Th.I

Owner



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN  
KEPADA MASYARAKAT (LP2M)

Jl. Walisongo No. 3-5 Semarang 50185 telp/fax. (024) 7615923 email: lppm.walisongo@yahoo.com

# PIAGAM

Nomor : In.06.0/L.1/PP.06/480/2015

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang, menerangkan bahwa:

Nama : **SIDQI AMALIA IZZATI**


NIM : **112411135**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**

Telah melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan ke-64 tahun 2015 di Kabupaten Temanggung, dengan nilai :

.....82..... ( .....4,0 /A..... )

Semarang, 12 Juni 2015  
Ketua,

  
Dr. H. Sholihan, M. Ag.  
NIP. 19600604 199403 1 004



KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
WALISONGO  
II. Walisongo No. 3 - 5 Telp. (024) 7624334, 7604554 Fax. 76072935 Semarang 50185

## SERTIFIKAT

Nomor : In.06.0/R.3/PP.03.1/3177A/2011

Diberikan kepada :

Nama : **SIDQA AMALIA IZZATI**

NIM : **112411135**

Fak./Jur./Prodi : **FEBA / EKONOMI ISLAM**

telah mengikuti Orientasi Pengenalan Akademik (OPAK) Tahun Akademik 2011/2012 dengan tema  
" **MENEGUHKAN KOMITMEN MAHASISWA DALAM MENGEKSEMBAH AMANAT RAKYAT** "  
yang diselenggarakan oleh

LAIN Walisongo Semarang pada tanggal 08 - 12 Agustus 2011 sebagai, "PESERTA" dan dinyatakan :

**LULUS**

Demikian sertifikat ini dibuat, untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 12 Agustus 2011

An. Rektor  
Bantuan Rektor III



Prof. Dr. H. Moh. Ertan Soebahar, MA  
NIP. 19560624 198703 1002

Ketua Panitia

H. Hasyiqin Muhammad, M.Ag  
NIP. 19720315 199703 1002

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Sidqi Amalia Izzati  
Tempat Tanggal Lahir : Tegal, 09 November 1991  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Status : Belum Kawin  
Alamat : Desa Pangkah RT/RW 001/005  
Kec. Pangkah Kab. Tegal

Jenjang Pendidikan :

- |  |                  |
|--|------------------|
| 1. SDN 1 Pangkah   | Lulus Tahun 2004 |
| 2. SMPN 1 Pangkah  | Lulus Tahun 2007 |
| 3. MAN Kota Tegal  | Lulus Tahun 2010 |
| 4. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam<br>UIN Walisongo Semarang | Lulus Tahun 2015 |

Dengan daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 30 November 2015

Penulis



**Sidqi Amalia Izzati**

**NIM: 112411135**