

**ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA PRAKTIK RITEL
BERBASIS SYARIAH**

(Studi Kasus Pada Muslim Mart Di Gunung Pati Semarang)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Dalam Jurusan Ekonomi
Islam Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang



Disusun oleh :

Putri Rizki Angreani (1705026204)

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

2021

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh orang lain atau pernah diterbitkan oleh pihak manapun. Skripsi ini tidak berisi pemikiran orang lain, kecuali pemikiran para ahli yang ada di dalam buku untuk dijadikan sebagai bahan referensi penulis.

Semarang, 29 April 2021

Deklarator,

PUTRI RIZKI ANGREANI

1705026204

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 4 (empat) bendel

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

An. Putri Rizki Angreani

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo

Di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing menyatakan bahwa naskah skripsi saudara :

Nama : Putri Rizki Angreani

NIM :1705026204

Fakultas/Jurusan :Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Islam

Judul Skripsi : ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA PRAKTIK RITEL BERBASIS SYARIAH (Studi Kasus Pada Muslim Mart Di Gunung Pati Semarang)

Dengan ini kami mengharap agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan, atas perhatiannya kamiucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 27 Mei 2021

Pembimbing II

Pembimbing I



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



Nurudin. SE, MM
NIP. 19900523 201503 1 004



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

Jl. Prof. Hamka Km.02 Semarang Telp/Fax. (024)7 601291

PENGESAHAN

Nama : Putri Rizki Angreani
NIM : 1705026204
Jurusan : Ekonomi Islam
Judul Skripsi : ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA
PRAKTIK RITEL BERBASIS SYARIAH (Studi Kasus Pada Muslim Mart Di
Gunung Pati Semarang)

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: 22 Juni 2021
dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun
akademik 2021/2022

Semarang, 22 Juni 2021

Mengetahui

Ketua Sidang

Warno, SE., M.Si
NIP. 19830721 201503 1 002

Sekretaris Sidang

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

Penguji I

Dr. H. Musahadi, M.Ag
NIP. 19690709 199403 1 003



Penguji II

Setvo Budi Hartono, S.AB, M.Si
NIP. 19851106 201503 1 007

Pembimbing I

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

Pembimbing II

Nurudin, SE, MM
NIP. 19900523 201503 1 004

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيمًا

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”. (QS. An-Nisa:29)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan teruntuk :

Kedua orang tua penulis

Papah Fachridin dan Mamah Dewi korina

Mereka adalah harta yang tidak bisa diukur dengan segala macam ukuran motivator terbesar dalam menyelesaikan pendidikan S1 ini.

Tanpa doa yang selalu mereka panjatkan dan dukungan yang tiada henti-hentinya dari mereka skripsi ini tak pernah akan selesai.

Kakak, adikku tersayang, lukem dan teman-teman, serta yanu ahimsa.

Mereka adalah pelipur lara penulis yang selalu menyemangati untuk menyelesaikan skripsi ini dan menjadi alasan penulis untuk menjadi teladan yang baik.

Para dosen-dosen penulis

Mereka yang telah membimbing dan mencurahkan segala ilmunya kepada penulis, tanpa mereka penulis tak akan pernah bisa menyelesaikan skripsi ini.

ABSTRAK

Etika bisnis Islam merupakan norma etika yang didasarkan pada Alquran dan Hadist yang harus menjadi pedoman hidup para pelaku bisnis. Namun kenyataannya banyak orang atau pebisnis yang melakukan kecurangan sehingga keluar dari norma etika bisnis yang sesuai dengan Alquran. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis secara komprehensif tentang penerapan etika bisnis pada sektor ritel berbasis syariah yaitu Muslim Mart Gunungpati Semarang. Dalam penelitian ini, faktor-faktor yang digunakan untuk menganalisis penerapan etika bisnis Islam pada praktik bisnis ritel berbasis syariah adalah produk, pelayanan dan pemasaran, dengan menggunakan indikator praktik ritel yaitu modal, pendapatan, volume penjualan dan tenaga kerja. Kemudian faktor-faktor tersebut digunakan untuk menganalisis indikator etika bisnis Islam yaitu kesatuan, keseimbangan, tidak monopoli, bertanggung jawab dan kebajikan.

Penyusun menggunakan metode penyusunan deskriptif kualitatif. Subjek persiapannya adalah Muslim Mart Gunung Pati Semarang. Pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi, pencatatan dokumen, dan wawancara. Instrumen kompilasi ini berfungsi sebagai pedoman wawancara, lembar pencatatan dan alat pendokumentasian.

Hasil kompilasi ini menjelaskan bahwa Muslim Mart Gunungpati Semarang merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang usaha retail yang dijalankan dengan konsep Islami. Dapat disimpulkan bahwa Muslim Mart Gunungpati Semarang telah mengintegrasikan kelima aksioma etika bisnis Islam terhadap beberapa aspek parameter kemajuan bisnis yang penulis gunakan yaitu permodalan, pendapatan, volume penjualan dan tenaga kerja.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Ritel Syariah, Muslim Mart

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Departemen Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, pada tanggal 22 Januari 1988 Nomor: 157/1987 dan 0593b/1987.

I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba"	B	Be
ت	ta"	T	Te
ث	sa"	Š	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	H	h	ha (dengan titik dibawah)
خ	kha"	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	Ze
ر	ra"	R	Er
ز	Za	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	š	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	Ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	ta"	Ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	za"	Ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	,,ain	,,	koma terbalik diatas
غ	Ghain	G	Ge
ف	fa"	F	Ef
ق	Qaf	Q	Oi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	,,el
م	Mim	M	,,em
ن	Nun	N	,,en
و	Waw	W	W
ه	ha"	H	Ha

ء	Hamzah	,	Apostrof
ي	ya''	Y	Ye

II. Konsonan Rangkap Karena *Syaddah* ditulis Rangkap

هددعتم	Ditulis	<i>muta'addidah</i>
هدع	Ditulis	<i>'iddah</i>

III. Ta' *Marbutah* di Akhir

Kata a. Bila dimatikan

ditulis *h*

تمكح	Ditulis	<i>Hikmah</i>
تيزج	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak tampak terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafat aslinya).

b. Bila diikuti dengan kata sandang “*al*” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*

ءابلولاأ قمارك	Ditulis	<i>karomah al-auliya</i>
----------------	---------	--------------------------

c. Bila *ta' marbûtah* hidup maupun dengan harakat, fathah, kasrah, dan dammah ditulis *t*

رطفلا ناكز	Ditulis	<i>zakat al-fitr</i>
------------	---------	----------------------

IV. Vokal Pendek

	Fathah	Ditulis	A
	Kasrah	Ditulis	I
	Dammah	Ditulis	U

V. Vokal Panjang

Fathah + alif	Ditulis	Ā
تيلج	Ditulis	<i>Jāhiliyah</i>

Fathah + ya"mati سنت	Ditulis	Ā
	Ditulis	<i>Tansā</i>
Kasrah + ya"mati يمرك	Ditulis	ī
	Ditulis	<i>Karīm</i>
Dammah + wawu mati ضورف	Ditulis	Ū
	Ditulis	<i>Furūd</i>

VI. Vokal Rangkap

Fathah + ya"mati مكئيب	ditulis	Ai
	ditulis	<i>Bainakum</i>
Fathah + wawu mati لوق	ditulis	Au
	ditulis	<i>Qaul</i>

VII. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan aposrof

متنا	Ditulis	<i>a'antum</i>
تدعا	Ditulis	<i>u'iddat</i>
تمرکش نئل	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

VIII. Kata Sandang Alif + Lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

نأرقلا	Ditulis	<i>al-Qur'an</i>
سايقللا	Ditulis	<i>al-Qiyas</i>

b. Bila diikuti huruf *syamsiyah* ditulis dengan menyebabkan *syamsiyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l* (el)nya

ءامسلا	Ditulis	<i>As-Samā'</i>
سمشلا	Ditulis	<i>Asy-Syams</i>

IX. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut penulisannya.

ضورفلا بوز	Ditulis	<i>Zawi al-furūd</i>
قنسللا لنا	Ditulis	<i>Ahl as-Sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Puji syukur selalu dihaturkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan kenikmatan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Praktik Ritel Berbasis Syariah (Studi Kasus Pada Muslim Mart Di Gunung Pati Semarang)**”. Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Baginda Agung Nabi Muhammad SAW.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak arahan, saran, bimbingan dan bantuan yang sangat besar dari berbagai pihak sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak H. Khoirul Anwar, M.Ag selaku Dosen Pembimbing I yang penuh dengan ketelitian serta kesabaran dalam mengarahkan skripsi penulis hingga skripsi ini selesai;
2. Bapak Nurudin, SE., MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah tulus meluangkan waktu dan memberikan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai;
3. Bapak Prof. Dr. Imam Taufik, M.Ag. selaku Rektor UIN Walisongo;
4. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag. selaku dekan fakultas ekonomi dan bisnis Islam UIN Walisongo Semarang dan selaku dosen wali yang tiada henti membinmbing selama penulis berada dalam bangku perkuliahan;
5. Bapak H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag. selaku ketua jurusan Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang;
6. Para Dosen di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang telah membekali berbagai ilmu pengetahuan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini;
7. Segenap karyawan dan karyawan di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang telah membantu dan mendukung dalam penyelesaian skripsi ini;
8. Karyawan Muslim Mart yang telah memberikan informasi kepada penulis yang diperlukan dalam penyusunan skripsi;
9. Kedua Orang tua penulis yang telah mendidik penulis dan memberikan dorongan dalam segala hal sampai saat ini;

10. Untuk kakakku Ahmad Reza dan Reni Wahyuni serta adikku Adita Febriani yang selalu memberikan semangat penulis dalam menyelesaikan skripsi ini;
11. Untuk Yanu Ahimsa yang telah menemani dan selalu memberi motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini;
12. Sahabat-sahabatku, Keluarga Besar Ekonomi Islam terutama EI Transfer 17.
13. Kepada semua orang yang mendoakan, mendukung, dan menyemangati, serta memberi cinta kasih kepada penulis yang tak bisa penulis sebutkan satu persatu.
14. *Last but not least, i wanna thank me, i wanna thank me for believing in me, i wanna thank me for doing all this hard work, i wanna thank me for having no days off, i wanna thank me for never quitting, for just being me at all times.*

Teruntuk mereka semua, penulis ucapkan “*jazakumullah khairan katsiran*”, semoga Allah SWT membalas kebaikan dan keikhlasan berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Penulis menyadari dengan sepenuh hati bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca umumnya. Aamiin.

Semarang, 29 April 2021

Penulis

Putri Rizki Angreani
NIM. 1705026204

DAFTAR ISI

DEKLARASI	1
PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	ii
PERSEMBAHAN	iii
ABSTRAK	iv
TRANSLITERASI ARAB-LATIN	v
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
BAB I	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	7
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	7
D. Tinjauan Pustaka.....	8
E. Metodologi Penelitian.....	13
1. Jenis Penelitian	13
2. Sumber Data Penelitian	14
3. Metode Pengumpulan Data	15
4. Metode Analisis Data	16
F. Sistematika Penulisan	18
BAB II	20
A. Bisnis ritel	20
B. Bisnis Berbasis Syariah	22
1. Definisi Bisnis Berbasis Syariah	22
2. Orientasi Bisnis Wirausaha Muslim.....	30
C. Etika Bisnis Islam	33
1. Kesatuan (Tauhid)	35
2. Keseimbangan (keadilan).....	37
3. Tidak Melakukan Monopoli.....	38
5. Jujur.....	40
6. Produk Yang Dijual Halal	40

7. Tidak Melakukan Praktik Mal Bisnis.....	41
BAB III	44
A. Profil Ritel Syariah Muslim Mart	44
1. Pendirian Muslim Mart Gunung Pati Semarang	44
2. Struktur Organisasi.....	46
B. Konsep Bisnis Berbasis Syariah	48
C. Perilaku Bisnis Muslim.....	49
BAB IV	50
A. Praktik Bisnis di Muslim Mart Gunung Pati Semarang.....	50
1. Modal	50
2. Pendapatan	53
3. Volume Penjualan	53
4. Tenaga Kerja	55
B. Kesesuaian Penerapan Praktik Ritel Syariah dengan Etika Bisnis Islam di Muslim Mart Gunung Pati Semarang.....	56
1. Penerapan Kesatuan (Tauhid)	57
2. Penerapan Keseimbangan (Keadilan)	59
3. Penerapan Tidak Melakukan Monopoli (<i>free will</i>)	60
4. Penerapan Bertanggung Jawab	62
5. Penerapan Kejujuran	63
BAB V	65
A. Kesimpulan.....	65
B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	68
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	72
LAMPIRAN	73

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis Retail di Indonesia berkembang sangat pesat sehingga memudahkan calon pembeli mendapatkan produk yang diinginkannya. Transformasi dan pertumbuhan model dalam beberapa tahun terakhir telah menyebabkan perkembangan bisnis yang pesat. Sehingga banyak pengusaha yang memulai usahanya dalam skala kecil, menengah dan besar. Khususnya dalam perdagangan yang bergerak di bidang perdagangan retail berupa ritel outlet, *department store*, mini market, supermarket, dan lain sebagainya. Kondisi ini diikuti dengan perubahan perilaku masyarakat yang menginginkan praktis, sederhana, cepat dan dengan fasilitas yang memadai, begitu pula dengan bisnis retail yang ada di kota Semarang yang sangat cepat berkembang. Bisnis dilakukan secara terus menerus, dan muncul pemikiran bahwa bisnis adalah kegiatan yang bertujuan hanya untuk mencari keuntungan material, tanpa mengkhawatirkan bagaimana keuntungan tersebut diperoleh. Hukum ekonomi klasik menunjukkan bahwa suatu bisnis dapat dijalankan dengan berbagai cara untuk memperoleh keuntungan, dan semua cara yang dilakukan adalah legal, bahkan negara-negara barat menyatakan bahwa orang-orang itu *homo economicus* atau orang yang hanya mengikuti hal tersebut.¹

Kesadaran masyarakat di dalam mengaplikasikan tuntunan agama, khususnya agama Islam, merupakan peluang bisnis menarik. Kondisi ini tentunya menjadi harapan penduduk muslim di daerah Semarang. Namun sistem perdagangan Islam di Indonesia belum mempunyai pedoman syariah secara lebih rinci dalam melaksanakan kegiatan operasional. Menurut pedoman syariah secara umum, kegiatan bisnis harus dilandasi semangat beribadah kepada Allah Swt, berusaha untuk memberikan kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan ataupun diri sendiri. Rasulullah SAW telah mengajarkan kepada umatnya untuk berdagang dengan menjunjung tinggi etika Islam. Dasar yang dapat digunakan antara lain QS An Nisa':29.

¹ Sholahuddin, *Asas-Asas Ekonomi Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007, h. 11.

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu.

Islam juga mengandung aturan etika yang harus dipatuhi oleh para pebisnis saat menjalankan bisnis. Etika yang membahas perilaku manusia yang baik dan buruk. Landasan etika bisnis Islam sendiri adalah menjaga perilaku wirausahawan muslim dengan tetap menjaga akuntabilitas karena percaya kepada Allah SWT.² Aktivitas perdagangan yang dilakukan harus sesuai dengan ketentuan di dalam Al-Qur'an agar bernilai ibadah. Dengan demikian, diperoleh keuntungan material dan berusaha untuk mendapatkan ridho Allah SWT. Menurut etika bisnis Islam, perilaku seorang pengusaha muslim diatur oleh hukum atau undang-undang dan tidak boleh dilanggar. Sebagai pebisnis muslim, kita harus berpegang pada aturan atau regulasi Islam dan tidak melanggar aturan yang diatur dalam hukum Islam saat menjalankan bisnis atau operasional. Hal ini membuktikan bahwa bisnis tidak dapat dipisahkan dari masalah etika. Pentingnya bisnis syariah telah menjadi tren di masyarakat Indonesia beberapa tahun terakhir ini.

Islam memberikan kebebasan kepada pengikutnya untuk melakukan bisnis, namun dalam Islam terdapat beberapa prinsip dasar yang menjadi standar akhlak yang harus dipatuhi ketika seorang muslim bertemu dan berbisnis, diantaranya :

1. Melakukan usaha mencari rezeki dengan cara yang baik dan halal merupakan kewajiban bagi seorang muslim.
2. Bersikap jujur dalam mencari rezeki.
3. Usaha yang dilakukan dalam mencari rezeki didasari dengan niat untuk mendekatkan diri kepada Allah Swt.
4. Menjaga keselarasan antar sesama makhluk dan lingkungan (tidak merusak lingkungan).
5. Persaingan dalam mencari rezeki didasari dengan niat untuk berlomba dalam berbuat kebaikan (*fastabiqul al-khairat*).
6. Menyerahkan amanah kepada ahlinya.

² Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, Malang: UIN-Malang Press, 2007, h. 10.

Dalam usaha untuk menerapkan etika bisnis Islam dalam, terdapat beberapa prinsip yang harus dipenuhi diantara, saling ridha (*'an taradhin*), bebas dari manipulasi (*gharar*), tidak membahayakan/ merusak (*mudharat*), tidak berspekulasi (*maysir*), tidak bermonopoli/menimbun barang (*ihthikar*), bebas riba dan halal³. Saat ini banyak orang yang paham bahwa bisnis adalah bisnis yang tujuan utamanya adalah mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Hukum ekonomi klasik tentang pengurangan kendali atas modal dan memaksimalkan keuntungan telah memaksa pengusaha untuk menghalalkan segala cara untuk memperoleh keuntungan, mulai dari cara memperoleh bahan baku, bahan yang digunakan, tempat produksi, pekerjaan, pengelolaan dan pemasaran, yang dilakukan dengan cara yang paling efisien dan efektif. Tak heran, jika para pebisnis jarang memperhatikan tanggung jawab sosial dan etika kerja⁴.

Dengan berkembangnya era modern, dunia bisnis cenderung mengabaikan etika dalam praktiknya. Meskipun banyak kontroversi, gagasan tentang perdagangan bebas dan persaingan bebas yang terus berkembang sebagai hasil dari pertumbuhan gairah dalam bisnis global dan organisasi perdagangan dunia. Faktanya, persaingan yang semakin ketat mengarah pada praktik persaingan ilegal yang menghalalkan segala cara. Seperti permainan dengan pecundang dan pemenang. Karena dalam berbisnis, pebisnis harus berani mengambil resiko. Dalam dunia bisnis dengan modal kecil, harapannya suatu saat nanti bisnisnya menjadi besar dan mendapatkan keuntungan yang besar. Sehingga para pebisnis berusaha melakukan segala hal agar usahanya cepat berkembang⁵.

Timbulnya pemikiran yang mengabaikan etika dan norma dikalangan pebisnis, maka bisnis yang dijalankannya juga akan menyalahi aturan yang telah ditetapkan, baik peraturan yang ditetapkan oleh pemerintah maupun norma atau norma etika yang ada dalam masyarakat secara keseluruhan. Pemilik bisnis menjalankan usahanya atas kemauan sendiri untuk eksistensinya di dunia bisnis. Sikap pebisnis yang demikian

³ Fitria Amalia, *Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang di Bazaar Madibah Depok*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2012), h. 119.

⁴ M. Saifullah, *Etika Bisnis Islami Dalam Praktik Bisnis Rasulullah*, E-Journal Walisongo Vol. 19 No. 1 (2011).

⁵ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah Kaya di Dunia Terhormat di Akhirat*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), h. 84.

membuat banyak pihak merasa dirugikan, pemilik toko kelontong semakin berteriak, dan nasibnya dipertaruhkan.

Untuk mengatasi fenomena tersebut, agar para pebisnis besar tidak lagi bertindak semena-mena terhadap pengusaha kecil dan tetap memperhatikan etika yang ada di masyarakat, maka pemerintah melakukan berbagai kajian dan evaluasi, sehingga melahirkan undang-undang yang mengatur tentang larangan tersebut. Sehingga terbitlah Undang Undang yang mengatur tentang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat yaitu Undang Undang No. 5 Tahun 1999 dan Undang Undang tentang pedoman penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan, dan pasar modern yaitu Undang Undang No. 53/M-Dag/PER/12/2008. Pemerintah telah mengambil langkah untuk menghidupkan kembali pasar tradisional dan usaha kecil dan menengah ⁶.

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 menjelaskan bahwa setiap orang yang memulai usaha di Indonesia harus berada dalam situasi persaingan yang sehat dan wajar sehingga tidak menimbulkan pemusatan kekuatan ekonomi pada badan usaha tertentu yang tidak terlepas dari perjanjian kesepakatan yang telah dilaksanakan oleh negara kesatuan Republik Indonesia berdasarkan perjanjian Internasional⁷. Sedangkan Undang-Undang Nomor 53/M-Dag/PER/12/2008 memuat persyaratan untuk mendirikan pasar tradisional, pasar modern, minimarket dan pusat perbelanjaan, serta biaya administrasi pendaftaran barang untuk produk baru ⁸. Selain itu, pemerintah juga telah membentuk lembaga independen KPPU (Komisi Pengawasan Persaingan Usaha) untuk mengawasi jaringan usaha di Indonesia sesuai dengan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.

Namun, meski sudah ada Undang Undang yang mengatur persaingan usaha tidak sehat dan pembentukan KPPU disertai dengan Undang Undang baru terkait pendirian pasar modern, masih banyak para pebisnis yang mempraktikkan bisnis tidak sehat dan mengabaikan aturan tersebut. Contohnya adalah kasus *Mie Samyang* yang

⁶ Luthfi Mahda Handayani, Penerapan Etika Bisnis Islam Pada De Halal Mart Yogyakarta, *Skripsi*, (Yogyakarta : UIN Sunan Kalijaga, 2018), h. 4.

⁷ Undang Undang No. 5 Tentang Larangan Praktik Monopoli Persaingan Usaha Tidak Sehat Tahun 1999.

⁸ Peraturan Menteri Perdagangan No. 53/M-Dag/PER/12/2013 Tentang Syarat Pendirian Pasar Tradisional, Pasar Modern, Minimarket, dan Pusat Perbelanjaan.

pernah menggemparkan pasar ritel di Indonesia karena diduga mengandung minyak babi, dan berdasarkan surat edaran yang diterbitkan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan No. IN.08.04.532.06.17.2432 BPOM akan mencabut izin edar *Mie Samyang* tersebut di Indonesia⁹. Selanjutnya, fenomena tentang persaingan tidak sehat antar perusahaan ritel di Indonesia, yaitu Alfamart dan Indomaret yang jika dibiarkan akan membuat pedagang kecil semakin tergusur dan peluangnya kecil untuk mengembangkan usahanya. Menurut kajian AC Nielsen (2005), pasar modern Indonesia tumbuh 31,4% per tahun, sedangkan pasar tradisional berkontraksi 8% per tahun¹⁰. Dengan banyaknya perusahaan retail yang berkembang di Indonesia, pemilik perusahaan ritel besar di Indonesia, termasuk Indomaret dan Alfamart, adalah pengusaha non-Muslim dan kapitalis, sedangkan Muslim hanya sebagai konsumen. Hal ini membuat beberapa pengusaha Muslim mempertimbangkan untuk memulai bisnis ritel di Indonesia, bukan hanya sebagai konsumen saja. Dari total populasi di Indonesia, 87,2% penduduk Indonesia beragama Islam, dan fakta tersebut merupakan peluang yang sangat besar apabila pengusaha muslim mendirikan bisnis ritel berbasis syariah dengan segmen pasarnya adalah masyarakat muslim¹¹.

Kemampuan wirausahawan lokal untuk menjalankan bisnis keuangan dan bersaing dalam banyak kompetisi merupakan hal yang terpenting. Apalagi jika dikaitkan dengan peran institusi Islam di negara-negara Islam yang sedang merosot, terutama dari segi ekonomi. Organisasi Islam yang sukses telah melangkah lebih jauh dalam menarik lebih banyak lagi organisasi Islam lainnya untuk mendorong mereka untuk terus berkembang. Setidaknya mereka bisa menjadi panutan dalam organisasi (komersial dan non komersial). Semangat mereka menunjukkan standar moral yang akan diteruskan kepada Muslim lainnya¹².

Pendirian Muslim Mart selaku mini market berbasis syariah bertujuan untuk mengajak masyarakat belanja ke ”*warung*” tetangga. Muslim Mart yang berada di Jl. Jagalan baru IV no. 1 Gunung Pati, Semarang didirikan pada september 2018 oleh bapak Budhi Setyawan. Muslim Mart yang sudah berdiri 1 tahun ini berkembang

⁹ Luthfi Mahda Handayani, Penerapan Etika Bisnis Islam Pada De Halal Mart Yogyakarta, *Skripsi*, (Yogyakarta : UIN Sunan Kalijaga, 2018), h. 6.

¹⁰ *Ibid.*,

¹¹ *Ibid*, hal, 8.

¹² Choirul Huda, *Etos Kerja Pengusaha Muslim (Studi Kasus Pada Pengusaha Muslim Alumni UIN Walisongo Semarang)*, *Jurnal Economica* Vol. 7 Edisi 2 Oktober 2016, h. 79-80.

cukup pesat bahkan diantara mini market lainnya yang juga berdiri di gunung pati. Berawal dari keinginan mewujudkan dan memenuhi kebutuhan masyarakat yang ingin mendapatkan keperluannya dengan harga yang relatif lebih murah, dengan tempat yang strategis dan banyaknya produk yang dijual didalam mini market ini membuat banyaknya masyarakat yang tertarik membeli barang disana. Sedangkan, target pasar yang dituju ritel syariah adalah masyarakat muslim yang merupakan masyarakat mayoritas di Indonesia. Praktik yang dijalankan oleh pelaku bisnis ritel berbasis syariah seharusnya didasari dengan prinsip syariat Islam dalam berbisnis.

Etika bisnis Islam yang diperkenalkan oleh Yusuf Qhardhawi meliputi produksi, konsumsi, pelayanan dan pemasaran, yang seharusnya diterapkan oleh pelaku bisnis ritel berbasis syariah. Penerapan etika bisnis Islam yang dijalankan oleh bisnis ritel yang berbasis syariah adalah hal yang menarik untuk ditelusuri baik dari produksi, konsumennya, pelayanan dan pemasarannya. Praktik bisnis yang sesuai dengan etika bisnis Islam dalam bidang produksi adalah memproduksi/menjual barang yang halal dan tidak menimbulkan *mudharat* kepada konsumennya. Dalam bidang konsumsi, barang yang dijual bukan barang yang haram dan tidak menimbulkan sikap kemewahan dan boros bagi konsumen. Dalam bidang pelayanan, melayani konsumen dengan ramah dan jujur. Begitu juga dalam bidang distribusi dan pemasaran, pendistribusian barang yang dijual harus dilandasi dengan syariah Islam dan pemasaran terhindar dari praktik monopoli¹³. Dari prapenelitian yang penulis lakukan di Muslim Mart masih terdapat beberapa kasus yang masih belum sesuai dengan etika bisnis Islam diantaranya :

1. Sistem operasional Muslim Mart yang masih belum terstandarisasi. Contohnya, kasir di Muslim mart masih sering lalai dalam mengembalikan uang kembalian nasabah atau pun kesalahan dalam menghitung total belanja konsumen, kelalaian dalam memberikan struk/nota belanja.
2. Manajemen produksi yang masih belum tertata rapi. Contohnya, masih ditemukan barang rusak (tidak layak dijual) atau kadaluwarsa di etalase toko Muslim Mart.

¹³ Sentot Imam Wahjono, *Bisnis dan Wirausaha Dalam Pandangan Islam*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010, h. 18.

3. Tingkat pelayanan yang masih belum sesuai dengan prinsip Islam. Contohnya, pegawai/pramuniaga di Muslim mart jarang mengucapkan salam/ucapan selamat datang kepada calon konsumen yang datang (dibandingkan dengan Alfamart dan Indomaret, Pramuniaga diwajibkan mengucapkan selamat datang kepada calon konsumen dari awal masuk pintu). Hal tersebut mengindikasikan tingkat pelayanan yang ramah dari suatu ritel ¹⁴.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: **Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Praktik Ritel Berbasis Syariah (Studi kasus pada Muslim Mart di Gunung Pati Semarang).**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis dapat merumuskan permasalahan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah praktik bisnis yang dijalankan Muslim Mart sebagai minimarket berbasis syariah?
2. Bagaimana kesesuaian penerapan etika bisnis Islam yang dijalankan Muslim Mart sebagai ritel berbasis syariah ?

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui mekanisme praktik ritel yang dijalankan Muslim Mart sebagai minimarket berbasis syariah.
2. Mengetahui kesesuaian penerapan etika bisnis Islam yang dijalankan Muslim Mart sebagai ritel berbasis syariah Islam.

Adapun manfaat dalam penyusunan dari penelitian ini yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan menjadi manfaat teoritis dalam ilmu ekonomi dan juga sebagai sumbangan pikiran bagi ilmu ekonomi dan bisnis Islam.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi lembaga institusi

¹⁴ Sabilla, Wawancara via online (melalui aplikasi Whatsapp), Minggu 7 Februari 2021.

Sebagai acuan untuk mengetahui etika bisnis Islam yang diterapkan di Muslim Mart sebagai bisnis ritel yang berbasis syariah.

b. Bagi ilmu pengetahuan

- 1) Menambah wawasan keilmuan tentang ekonomi dan bisnis Islam.
- 2) Dapat menjadi bahan referensi bagi ilmu pengetahuan, sehingga dapat menambah dan memperkaya wawasan.

D. Tinjauan Pustaka

Sejauh peninggalan *literature review* yang dilakukan oleh penulis, penulis menemukan beberapa penelitian dan karya ilmiah yang membahas terkait topik yang penulis teliti, walaupun beberapa penelitian menunjukkan tidak hanya terhadap pelayanan dan pemasaran melainkan pada objek lainnya, seperti mekanisme bisnis berbasis syariah, promosi yang ditawarkan, dan sebagainya. Untuk mendukung persoalan yang lebih mendalam terhadap masalah yang disebutkan sebelumnya, penyusun berusaha melakukan terhadap literatur yang relevan terhadap masalah yang terjadi pada objek penelitian. Penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, diantaranya adalah :

1. Jurnal Optima vol 1 no 1. Ilmu ekonomi dan bisnis Islam (2017) oleh Siswahyudianto dengan judul Menatap Bisnis Ritel Syariah, dalam penelitiannya beliau menyatakan bahwa menjamurnya ritel sudah lumrah karena negara ini merupakan negara berkembang yang memiliki penduduk yang membeli barang dalam bentuk eceran. Contoh ritel di Indonesia misalnya Alfamart dan Indomaret. Manajemen retail mulai mendapatkan perhatian dari pelamar kerja, berbagai bentuk baru dari format retail, cara-cara pengelolaan yang semakin modern membuat profesi ini menuntut orang yang profesional. Profesional di bisnis ini, meskipun mempunyai spesialisasi per departemen, semakin lama arahnya ke general manajer.¹⁵
2. Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia vol 1, no 2 (2015) oleh Feti Fatimah dengan judul Strategi Pemasaran Berbasis Syariah Bagi Ritel Tradisional Agar Mampu Bersaing Dengan Ritel Modern. Hasil identifikasi kemampuan bersaing ritel tradisional adalah ritel tradisional belum mampu bersaing dengan ritel modern.

¹⁵ Siswahyudianto, *Menatap Bisnis Ritel Syariah*, Jurnal Optima vol 1 no 1, 2017.

Bukti bahwa ritel tradisional belum mampu bersaing, dilihat dari nilai rata-rata pelaksanaan yang lebih rendah daripada nilai rata-rata harapan. Nilai rata-rata pelaksanaan adalah 2,8. Nilai rata-rata harapan adalah 3,9. Variabel-variabel yang dipertimbangkan untuk melihat tingkat kemampuan bersaing ritel tradisional adalah Keandalan, ketanggapan, Keyakinan, Empati, dan Wujud fisik ritel tradisional. Strategi yang digunakan untuk meningkatkan kemampuan bersaing ritel tradisional adalah: pertama, Strategi S-O terdiri dari Perbaikan kualitas pelayanan secara syariah dan Research and development secara syariah. Kedua, Strategi W-O terdiri dari Penggalan modal secara syariah, Promosi secara syariah, Pengembangan mutu SDM secara syariah dan Meningkatkan semangat kerja SDM secara syariah. Ketiga, Strategi S-T terdiri dari Optimalisasi pelayanan secara syariah. Keempat, Strategi W-T terdiri dari Community development secara syariah dan Kerjasama dengan ritel tradisional lainnya dan ritel modern secara syariah. Alternatif strategi diatas harus dilaksanakan untuk meningkatkan kemampuan bersaing ritel tradisional.¹⁶

3. Jurnal Ilmu Hukum Ekonomi Syari'ah (2017) oleh Widyarini dan Puji Pramudya Wardani dengan judul Evaluasi Pemasaran pada Mini Market Syari'ah (Tinjauan Perspektif Hukum Islam pada Mini Market Syar'e Mart), dalam penelitiannya beliau menyatakan, Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa komponen produk yang ditawarkan sudah memenuhi standar Syari'ah yaitu berlabel halal dari LP-POM MUI, komponen harga yang diterapkan sesuai tuntunan *syar'î* dengan menggunakan sistem *murâbahah*, komponen promosi sudah diterapkan sesuai Syari'ah dengan tidak melakukan promosi secara berlebihan dan mengandung unsur penipuan, komponen display cukupmenarik dan kebersihan selalu terjaga sudah menerapkan secara *syar'î*. Sedangkan komponen pelayanan belum Syari'ah karena keramahan dan ucapan salam yang merupakan ciri khas kaum muslim belum dilakukan secara maksimal. Atas dasar penelitian, Minimarket Syar'e Mart secara umum sudah memenuhi persyaratan minimarket yang menerapkan pemasaran Syari'ah. Berdasarkan tinjauan Syari'ah, pemasaran dapat diwujudkan dengan kriteria: Produk yang dijual adalah halal (mendapatkan sertifikasi halal dari LP-POM MUI); penawaran barang dagangan sudah terhindar dari unsur H-

¹⁶ Feti Fatimah, *Strategi Pemasaran Berbasis Syariah Bagi Ritel Tradisional Agar Mampu Bersaing Dengan Ritel Modern*, Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia vol 1, no 2, 2015.

MAGRIB (haram, *maisîr*, *garar* dan *riba*); harga murah; barang rusak atau jelek tidak disembunyikan.¹⁷

4. Skripsi Dyas Nur Fajrina (Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang 2015) dengan judul Analisis Penerapan Bisnis Berbasis Syariah pada Wirausaha Muslim (Study Pada Wirausaha Muslim di Perumahan Kaliwungu Indah-Kendal) penelitian yang beliau riset adalah dengan tujuan untuk mengetahui apakah para wirausahawan di Perumahan Kaliwungu Indah telah menerapkan bisnis berbasis syariah dalam kegiatan bisnisnya. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa hampir semua wirausahawan telah menerapkan bisnis yang sesuai dengan aturan Islam. Wirausaha muslim di Perumahan Kaliwungu Indah telah menerapkan etika bisnis Islam dengan tidak melakukan praktik mal bisnis dan tetap melakukan ibadah wajib saat mereka berbisnis. Bagi mereka kewajiban akan menjadi prioritas. Sedangkan dalam penggunaan hasil usaha dapat dilihat dari kemauan mereka menyisihkan hasil usaha yang diperoleh untuk membantu orang lain dalam bentuk infaq dan sodaqah. Hasil yang disisihkan untuk beramal mereka berikan kepada anak yatim piatu, masjid, dan yayasan atau organisasi yang mengelola dana untuk kepentingan umat.¹⁸
5. Skripsi Puji Pramudya Wardani (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2017) dengan judul Evaluasi Penerapan Pemasaran Pada Ritel Ditinjau Dari Perspektif Hukum Islam (Studi Pada Minimarket : Syar'e Mart di Kampus Universitas Islam Indonesia), hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa komponen produk yang ditawarkan sudah memenuhi standar syari'ah yaitu berlabel halal dari LP-pom Mui, komponen harga yang diterapkan sesuai tuntunan syar'i dengan menggunakan sistem murabahah, komponen tempat (distribusi) diterapkan secara syari'ah dengan tempat yang strategis, komponen promosi sudah diterapkan sesuai syari'ah dengan tidak melakukan promosi yang berlebihan dan mengandung unsur penipuan, komponen display yang menarik dan komponen kebersihan yang selalu terjaga adalah sudah diterapkan secara syar'i. Sedangkan

¹⁷ Widyarini dan Puji Pramudya Wardani, *Evaluasi Pemasaran pada Mini Market Syari'ah* (Tinjauan Perspektif Hukum Islam pada Mini Market Syar'e Mart), Ilmu Hukum Ekonomi Syari'ah, 2017.

¹⁸ Dyah Nur Fajrina, *Analisis Penerapan Bisnis Berbasis Syari'ah Pada Wirausaha Muslim* (Studi Pada Wirausaha Muslim di Perumahan perumahan Indah-Kendal) : UIN Walisongo, 2015.

komponen pelayanan belum syari'ah karena keramahan dan ucapan salam belum dilakukan secara maksimal.¹⁹

6. Skripsi Adimas Fahmi Firmansyah (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2013) dengan judul Praktik etika bisnis islam (Studi kasus pada toko santri syariah Surakarta). Hasil skripsi ini menjelaskan bahwa toko santri syariah telah menerapkan hukum-hukum islam dalam bisnisnya. Hukum islam yang telah diterapkan adalah niatnya dalam berbisnis, cara memperoleh laba dan permodalannya tidak mengandung riba', dan tanggung jawab untuk ikut menyebarkan nilai-nilai islam sehingga tercipta kemaslahatan hidup di dunia dan akherat, serta dampak sosial untuk masyarakat dengan menggunakan hartanya dijalan Allah (membayar zakat, bersadaqah, dan berinfaq).²⁰

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Nama	Judul	Variabel	Metode Analisis	Hasil
Dyas Nur Fajrina UIN Walisongo 2015	Analisis Praktik Bisnis Syariah Bagi Pengusaha Muslim (<i>Pengusaha Muslim di Perumahan Kaliungu Indah Kendal</i>)	Bisnis berbasis syariah, wirausaha muslim	Deskriptif, Kualitatif	Hampir semua wirausahawan telah menerapkan bisnis sesuai aturan Islam.
Feti Fatimah (2015)	<i>evaluasi Penerapan Pemasaran Pada Ritel Ditinjau Dari Perspektif Hukum Islam (Studi Pada</i>	Pemasaran syariah, produk, harga, pelayanan	Deskriptif, Kualitatif	Berdasarkan komponen pemasaran, produk, dan harga sudah sesuai dengan tuntunan syariah

¹⁹ Puji Pramudya Wardani, *Evaluasi Penerapan Pemasaran Pada Ritel Ditinjau Dari Perspektif Hukum Islam*, (studi pada minimarket : syar'e mart di kampus UII), Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2017.

²⁰ Adimas Fahmi Firmansyah, *Praktik Etika Bisnis Islam (Studi kasus pada toko santri syariah Surakarta)*, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2013.

	<i>Minimarket: Syar'e Mart di Kampus Universitas Islam Indonesia)</i>			dengan sistem murabahah
Adimas Fahmi Firmansyah h UIN Sunan Kalijaga 2013	Kepatuhan Terhadap Etika Bisnis Syariah (<i>Toko Mahasiswa Syariah di Surakarta</i>)	Etika Bisnis dalam Perspektif Hukum Islam	Deskriptif, Kualitatif	Toko santri sudah sesuai dengan analisa hukum Islam, namun kurangnya pembinaan pekerjanya dalam memahami etika bisnis Islam

Tabel 2.2 Penelitian Saat Ini

Nama	Judul	Variabel	Metode Analisis	Hasil Analisis
Putri Rizki Angreani UIN Walisongo 2021	Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam pada Praktik Ritel Berbasis Syariah (<i>Muslim Mart di Gunung Pati Semarang</i>)	Etika Bisnis Islam, Bisnis Ritel	Deskriptif, Kualitatif	Faktor yang digunakan, <i>utinity</i> , <i>equilibrium</i> , <i>free will</i> , responsibilitas, kebajikan, muslim mart telah mengintegrasikan kelima aksioma etika bisnis Islam ini.

Tabel 2.3 Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Saat Ini

Penelitian (Terdahulu)		Penelitian (Sekarang)	
Dyas Nur Fajrina UIN Walisongo 2015	Menganalisis pemahaman wirausahaan akan bisnis berbasis syariah	Putri Rizki Angreani UIN Walisongo 2021	Mengetahui mekanisme penerapan muslim mart sebagai ritel berbasis syariah
Puji Pramudya Wardani UIN Sunan Kalijaga 2017	Mengetahui kegiatan pemasaran di Syar'e mart		Mengetahui kegiatan pemasaran dan pelayanan serta distribusi produk di muslim mart
Adimas Fahmi Firmansyah UIN Sunan Kalijaga 2013	Mendeskripsikan pandangan hukum Islam pada pelaksanaan etika bisnis di toko santri		Menganalisa kesesuaian etika bisnis Islam yang diterapkan muslim mart

E. Metodologi Penelitian

Metode penelitian adalah urutan kegiatan yang dilakukan penelitian untuk mencari jawaban atas pertanyaan yang diajukan oleh seorang peneliti. Dalam metode penelitian menjelaskan tentang jenis penelitian, sumber data yang diperoleh peneliti, metode yang digunakan untuk mengumpulkan data, dan metode analisis data yang digunakan.

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian studi lapangan (*field research*) yang dilakukan dalam penelitian kualitatif menghasilkan data yang diartikan sebagai fakta atau informasi dari aktor (subjek penelitian, informasi,

pelaku) aktivitas dan tempat menjadi subjek penelitiannya.²¹ Sedangkan penelitian kualitatif sendiri adalah jenis penelitian yang dilakukan pada kondisi objek penelitian yang alami sesuai dengan keadaan yang nyata, peneliti sebagai instrumen kunci, dan teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan.²²

Dapat juga disebut dengan deskriptif yang nantinya akan menjelaskan kata-kata sehingga menghasilkan gambaran objek penelitian dalam kondisi yang sesuai dengan kenyataan yang ada. Sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.²³ Metode penelitian kualitatif dipilih karena penulis ingin mendapatkan deskriptif tentang perbedaan pada pelayanan juga pemasaran pada Muslim Mart yang menyangkut bisnis berbasis syariah.

2. Sumber Data Penelitian

a. Data primer

Sumber data penelitian menggunakan data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari pihak pertama. Data didapatkan dari hasil wawancara, observasi, dan lainnya. Untuk mendapatkan data primer peneliti mendapatkan data dari pelaku bisnis yang bertempat tinggal di daerah gunung pati yang berada di sekitar Muslim Mart itu berada. Pengambilan data diperoleh dengan menggunakan teknik *purposif sampling*. *Purposive sampling* digunakan untuk pengambilan subjek penelitian untuk tujuan tertentu dengan syarat-syarat yang telah ditentukan oleh peneliti, bukan berdasarkan strata atau random.²⁴ Dalam penelitian kualitatif, ciri-ciri kusus sampel purposive menurut Lincoln dan Guba adalah sebagai berikut:²⁵

- 1) *Emergency sampling design* / sementara.
- 2) *Serial selection of sampling units* / menggelinding seperti bola salju.

²¹ Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, Yogyakarta: Erlangga, 2009, edisi 2, h. 61.

²² Sedarmayanti & Syarifudin Hidayat, *Metode Penelitian*, Bandung: Mandar Maju, 2002, h. 33.

²³ Lex. S. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009, h. 157.

²⁴ Suharsimi Ari Kunto, *Prosedur Penelian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010, h. 183.

²⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, Bandung: Alfabeta, 2010, h. 93

- 3) *Continous adjustment or 'focusing' of the sample* / disesuaikan kebutuhan.
- 4) *Selection to the point of redundancy* / dipilih sampai jenuh.

Jadi dalam penelitian, peneliti mencari informan yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan untuk menjadi narasumber penelitian. Narasumber yang tepat dalam penelitian ini adalah pelaku bisnis di muslim mart yang beragama Islam. Wirausaha muslim dijadikan narasumber karena mereka tau tentang hukum Islam atau syariah.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang didapatkan tidak langsung tetapi diperoleh melalui orang atau pihak lain, misalnya dokumen laporan-laporan, buku-buku, jurnal penelitian, artikel dan majalah ilmiah yang isinya masih berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini data sekunder didapatkan dari buku, jurnal, dan hasil penelitian lainnya yang ada kaitannya dengan pembahasan dalam penelitian ini, serta data dari grafik perkiraan banyaknya pelanggan yang datang dan barang yang lebih sering *sold out*.

3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara untuk memperoleh data-data yang dipergunakan untuk penelitian. Peneliti menggunakan metode-metode sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan seorang yang mewawancarai dengan bertanya dan dijawab oleh narasumber atau pihak yang diwawancarai. Pewawancara akan melakukan wawancara semi terstruktur. Dengan membawa daftar pertanyaan tentang garis besar hal-hal yang ditanyakan.

Penulis mewawancarai sekitar 3 wirausaha muslim bertempat tinggal di Muslim Mart Gunung Pati dan di pilih secara acak. Pertanyaan yang diajukan tentang profil usaha dan hal yang berkaitan pemahaman dan penerapan tentang bisnis berbasis syariah pada bisnis wirausaha muslim. Wawancara dilakukan

ditempat usaha narasumber dengan waktu yang di sepakati antara peneliti dengan narasumber.

b. Observasi

Observasi adalah metode pengamatan dan pencatatan gejala-gejala atau fenomena yang diteliti . peneliti menggunakan teknik observasi partisipan dan non partisipan. Dengan metode ini peneliti mengamati perilaku wirausaha muslim baik secara langsung dengan mengikuti kegiatannya maupun secara tidak langsung dengan melakukan pengamatan dari jarak jauh. Pengamatan dari jauh dilakukan dengan mencari informasi tentang narasumber yang menjadi pembeli setia di tempat tersebut.

c. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan cara pengumpulan beberapa informasi pengetahuan , fakta dan data. Data yang diperoleh berupa catatan, foto kegiatan penelitian, dan tulisan ilmiah yang berhubungan dengan penelitian. Foto yang diambil berupa kegiatan narasumber saat bekerja atau foto tempat usaha tersebut dilakukan. Sedangkan catatan diaperoleh dari salinan transkrip wawancara peneliti dan narasumber.

4. Metode Analisis Data

Analisis data adalah proses pengorganisasian dan pengurutan data ke dalam pola, kategori, dan unit dasar deskripsi sehingga dapat ditemukan tema dan hipotesis kerja dapat dirumuskan seperti yang disarankan oleh data. Pengelolaan data atau analisis data merupakan tahapan yang penting dan menentukan. Karena pada tahap ini data diolah dan dimanfaatkan sedemikian rupa sehingga berhasil menyimpulkan kebenaran yang diinginkan dalam penelitian.

Berdasarkan masalah yang akan diuji, peneliti menggunakan metode analisis deskriptif. Dimana model penelitian ini dimasukkan dalam penelitian kualitatif. Deskriptif adalah penelitian yang menggambarkan sifat atau keadaan yang dijadikan obyek dalam penelitian. Penelitian dengan teknik ini digunakan untuk melakukan penelitian lapangan seperti lembaga keuangan syari'ah atau organisasi sosial keagamaan. Menurut Sugiyono, proses analisis data kualitatif adalah sebagai berikut:

1. Mencatat sesuatu yang dihasilkan dari temuan di lapangan yang kemudian diberikan kode agar sumber datanya tetap dapat disusun dan ditelusuri.
2. Mengumpulkan, mengklasikasikan, mensintesis, membuat ikhtisar dan membuat indeksinya.
3. Membuat kategori data memiliki makna, pola dan hubungan-hubungan dari temuan umum.²⁶

Adapun sistematika yang penulis gunakan dalam penelitian ini untuk menganalisa data yang telah diperoleh dari berbagai sumber tidak jauh berbeda dengan sistematika analisis data diatas, antara lain:

1. Mencatat dan menelaah seluruh hasil data yang sudah diperoleh dari berbagai sumber, yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi.
2. Mengumpulkan, mengklasikasikan, mensintesis, membuat ikhtisar dan membuat indeksinya untuk menjawab rumusan masalah penelitian ini.
3. Darai data yang sudah didapatkan dan dilakukan analisis. Membuat kategori data memiliki makna, pola dan hubungan-hubungan dari temuan umum yang menjawab rumusan masalah di dalam penelitian ini.

Dalam menganalisis data, peneliti juga harus menguji keabsahan data agar diperoleh data yang valid. Untuk memperoleh data yang valid, penelitian ini menggunakan lima teknik pengecekan dari sembilan teknik yang dikemukakan oleh Moleong. Kelima teknik tersebut adalah: 1) Observasi yang dilakukan secara terus menerus (*persistent observation*), 2) Triangulasi (*triangulation*) sumber data, metode, dan penelitian lainnya, 3) Pengecekan anggota (*member check*), 4) Diskusi sejawat (*reviewing*).), dan 5) Memeriksa kecukupan referensi (*referential adequacy check*). Penjelasan detailnya adalah sebagai berikut:

1. Pengamatan terus menerus

Langkah ini dilakukan dengan melakukan pengamatan secara terus menerus terhadap subjek yang diteliti, guna memahami gejalanya lebih dalam, sehingga dapat mengetahui aspek-aspek penting sesuai dengan fokus penelitian.

2. Triangulasi

Yang dimaksud dengan triangulasi adalah “suatu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain, selain data itu untuk

²⁶ Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta. 2010.

keperluan pengecekan atau sebagai pembanding data, teknik pemeriksaan dengan sumber lain”. Hamidi menjelaskan “ada lima teknik triangulasi, yaitu: 1) triangulasi metode, 2) triangulasi peneliti, 3) triangulasi sumber, 4) triangulasi situasi, dan 5) triangulasi teori²⁷.”

3. Pengecekan anggota

Langkah ini dilakukan dengan melibatkan informan untuk meninjau data, untuk mengkonfirmasi antara data dari interpretasi peneliti dan pandangan subjek yang diteliti. Member check ini tidak berlaku untuk semua informan, tetapi hanya untuk mereka yang dianggap representatif.

4. Diskusi sejawat

Dilakukan dengan cara mendiskusikan data yang telah dikumpulkan dengan pihak-pihak yang memiliki pengetahuan dan keahlian yang relevan, seperti pembimbing, ahli penelitian atau pihak-pihak yang dianggap kompeten dalam konteks penelitian, termasuk rekan sejawat.

5. Kecukupan referensi

Untuk memudahkan upaya pengecekan kesesuaian antara kesimpulan penelitian dan data yang diperoleh dari berbagai alat, dilakukan pencatatan dan penyimpanan data dan informasi yang terkumpul, serta pencatatan dan penyimpanan metode yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data selama pembelajaran.

F. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penulis dalam menganalisa dan menulis penelitian ini, maka penulis menjelaskan sistematika penulisan dalam proposal penelitian secara garis besar.

Secara garis besar penelitian ini terdiri dari lima Bab yang dibagi dalam Bab-Bab, dimana setiap Bab mempunyai batasan masing-masing dan saling berkaitan antara Bab yang satu dengan Bab yang lainnya. Adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan dan Latar Belakang Masalah

²⁷ Hamidi, *Metode Penelitian Kualitatif, Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal dan Laporan Penelitian* (Malang: UMM Press, 2004), hal.83.

Dalam bab ini, penulis menguraikan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian, disertai dengan sistematika pembahasan.

BAB II Pembahasan Umum tentang Topik Penelitian

Bab ini akan menguraikan tentang pembahasan umum tentang pokok penelitian yang akan penulis bagi menjadi 2 Sub-bab yaitu Bisnis Berbasis Syariah dan Etika Bisnis Islam.

BAB III Gambaran Umum Objek Penelitian

Dalam bab ini penulis menguraikan mengenai metode pengumpulan data dalam penelitian yang dilakukan dalam bab ini juga membahas tentang pengumpulan data, batasan penelitian dan lokasi penelitian.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini penulis memaparkan hasil yang didapatkan melalui berbagai sumber untuk kemudian dianalisis menggunakan teori-teori yang selaras dari penelitian-penelitian sebelumnya. Hasil dari analisis kemudian dideskripsikan berupa narasi sehingga mudah untuk dimengerti oleh setiap orang yang membaca penelitian ini. Pada Bab ini juga akan dibahas hasil dari penelitian yang ada dengan cara memkomparasikan hasil yang diperoleh dengan penelitian lain yang serupa.

BAB V Penutup

Bab ini berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan dapat dihasilkan dari pembahasan yang telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya.

BAB II

BISNIS SYARIAH DALAM PANDANGAN ISLAM

A. Bisnis ritel

Bisnis ritel merupakan aktifitas pemasaran yang meliputi semua kegiatan penjualan hingga pendistribusian langsung kepada konsumen akhir untuk dikonsumsi secara pribadi dan bukan untuk diperjualbelikan kembali. Pebisnis yang menjalankan kegiatan usaha ini biasa disebut pengecer. Umumnya para pengecer membeli barang kepada produsen atau supplier dalam jumlah besar untuk mendapat harga yang lebih murah. Kemudian memprosesnya dan menjualnya kembali ke konsumen akhir dalam jumlah yang lebih sedikit.

Shofiah (2000) menyatakan: “*Retaling* atau sistem perdagangan eceran merupakan tahapan terakhir dalam proses penyaluran barang yang membentuk bisnis dan orang-orang yang terlibat dalam praktik bisnis tersebut, meliputi penjual dan pembeli”. *Retaling* merupakan kegiatan yang melibatkan penjualan secara langsung kepada pelanggan untuk penggunaan yang bersifat pribadi, atau tidak untuk diperjualbelikan kembali untuk mendapatkan keuntungan. Dalam kegiatannya peritel berperan sebagai yang membeli barang dan jasa, juga menjual, menyimpan barang, *display* barang, mempromosikan, menentukan harga, memberikan pelayanan, dan kegiatan-kegiatan lain yang dilakukan dalam upaya meningkatkan pelayanan dan pemasaran di dalam toko tersebut. Sedangkan Kotler (2002:593) menyatakan bahwa perusahaan ritel adalah jenis usaha yang melibatkan kegiatannya dalam penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen untuk kebutuhan pribadi dan bukan bisnis. Pengecer atau toko eceran adalah suatu usaha bisnis yang penjualannya memang tertuju kepada konsumen akhir, dimana produknya tersebut digunakan konsumen untuk memenuhi kebutuhan pribadi yang dikonsumsi sendiri. Usaha ritel membeli suatu produk dalam jumlah besar untuk dijual kembali dalam jumlah kecil kepada konsumen. Berdasarkan definisi tersebut maka bisnis ritel yang juga dikenal bisnis eceran tidak menjual barang

atau jasa dengan tujuan untuk dijual kembali oleh konsumen, namun untuk digunakan dalam memenuhi kebutuhan konsumen itu sendiri.²⁸

Dalam kegiatannya bisnis ritel memiliki beberapa jenis dalam skala penjualan, kepemilikan, dan teknik pemasarannya, tentunya pebisnis dalam menyesuaikan dengan target pelanggan, konsep penjualan produk, dan sumber daya yang dimiliki oleh pebisnis tersebut. Berdasarkan Skala Penjualan bisnis ritel terbagi menjadi:

a. Skala Besar

Pengecer yang menyediakan barang yang dijual dalam jumlah besar. Contoh dari klasifikasi jenis ritel ini seperti hypermarket, supermarket, dan department store. Banyak orang menyebut contoh dari klasifikasi ini sebagai modern trade, selain karena memiliki skala yang besar tetapi juga bernuansa modern dari lokasi dan layanannya.

b. Skala Kecil

Merupakan pengecer yang menjual barang dalam jumlah satuan lebih kecil. Biasa disebut juga *general trade* atau tradisional ritel karena umumnya dilakukan secara konvensional oleh perorangan. Contoh dari jenis ritel ini adalah kios, butik, dan toko kecil.

Berdasarkan kepemilikan, bisnis ritel terbagi menjadi:

a. Ritel Mandiri

Pada jenis ini, bisnis ritel dimiliki oleh individu atau perorangan. Umumnya berskala kecil dan dikerjakan secara mandiri oleh sang pemilik. Seiring dengan berkembangnya usaha, barulah sang pemilik menambah jumlah karyawan, menambah modal usaha dan menggunakan sistem dan manajemen yang lebih baik.

b. Franchise/Waralaba

Merupakan jenis bisnis ritel dengan membeli atau menyewa hak untuk menggunakan konsep hingga produk dari brand tertentu. Dengan model seperti ini, pebisnis yang mendapatkan hak tersebut bisa menjual produk yang sudah dikenal di masyarakat.

c. Corporate Chain/ Rantai Perusahaan

²⁸ <http://journal.wima.ac.id/index.php/KAMMA/article/download/462/433> diakses juni 2021

Kepemilikan dari jenis ritel ini ialah gabungan dari beberapa individu pemegang saham dari perusahaan. Jenis ini dilakukan oleh korporasi dan umumnya berskala besar.

Berdasarkan Teknik Pemasaran bisnis ritel terbagi menjadi:

a. Ritel Offline

Proses transaksi pada jenis ini bisa terlaksana tanpa adanya jaringan internet. Mengharuskan kehadiran konsumen didalam toko untuk proses pembelian. Biasanya pemilik ritel offline ini menggunakan strategi pemasaran in-store promotion seperti pasang banner, spanduk atau property fisik untuk mengaktivasi konsumen untuk bertransaksi.

b. Ritel Online

Sering berkembangnya teknologi semakin beragam cara melakukan pemasaran. Salah satunya yakni jenis ritel online, dimana tidak menggunakan toko fisik untuk pemasarannya. Melainkan melalui media digital seperti membuat akun toko di berbagai marketplace, berjualan di media social, atau bahkan memiliki website toko online pribadi.

B. Bisnis Berbasis Syariah

1. Definisi Bisnis Berbasis Syariah

Definisi dari bisnis sendiri adalah kegiatan yang terorganisir dimulai dengan input berupa mengelola barang lalu diproses setelah itu menghasilkan output berupa barang setengah jadi atau barang jadi, distribusikan kepada masyarakat dan dari distritribusi ini akan diperoleh *profit* atau keuntungan. Al-Qur'an menjelaskan tentang konsep bisnis dengan beberapa kata yang diantaranya adalah kata : *al Tijarah* (berdagang, berniaga), *al-bai'u* (menjual), dan *tadayantum* (muamalah).²⁹

Al-Tijarah dari kata dasar *t-j-r*, *tajara*, *tajaratan wal tajiratan* yang memiliki makna dagang, berniaga.³⁰ Kata *tijarah* dalam Al-Qur'an dapat ditemui di

²⁹ Akhmad Nur Zaroni, *Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Aspek Keagamaan dalam Kehidupan Ekonomi)*, Mazahib Vol. IV, No. 2, Desember 2007, h. 177-179.

³⁰ Muhammad, Fauroni, R, Luqman, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta : Salemba Diniyyah, 2002, h. 29.

surat al-Baqarah ayat 282, an-Nisa ayat 29, at-Taubah ayat 24, an-Nur ayat 37, Fatir ayat 29, as-Shaff ayat 10, dan al-Jumu'ah ayat 11. Beberapa ayat tersebut menjelaskan tentang perniagaan dalam konteks material dan non material. Surat at-Taubah ayat 24, an-Nur ayat 37, dan al-Jumu'ah ayat 11 menjelaskan tentang jual-beli dalam konteks material. Sedangkan ayat yang menjelaskan tentang konteks material dan nonmaterial ada di al-Baqarah ayat 282, an-Nisa ayat 29, Fatir ayat 29, dan as-Shaff ayat 10. Perdagangan yang dimaksud adalah perdagangan yang baik sesuai yang diatur dalam Al-Qur'an dan hadist. Sedangkan Jual-beli yang dilakukan harus menguntungkan dan bermanfaat bagi banyak orang sekitar.³¹ Jual beli yang dilakukan didasari dengan kerelaan diantara kedua belah pihak dan dilakukan dengan keterbukaan atau jujur pada kondisi barang dan jasa agar orang lain tidak merasa kecewa. Menggunakan harta yang diperoleh dari usahanya dengan baik dan tidak berfoya-foya, membantu orang lain dengan harta yang dia miliki. *Al-ba'i* adalah lawan kata dari *al-syira'* (beli). *Al-ba'i* secara etimologi berarti menjual. Secara terminologi, salah satu ulama fiqh yakni Sayyid Sabiq mendefinisikan : "Jual beli ialah pertukaran harta dengan harta atas dasar saling merelakan atau "memindahkan milik dengan ganti yang dapat dibenarkan".³²

Kata *al-bai'* dalam surat al-Baqarah ayat 254 yang artinya " Hai orang-orang yang beriman, belanjakanlah (di jalan Allah) sebagian dari rezki yang telah Kami berikan kepadamu sebelum datang hari yang pada hari itu tidak ada lagi jual beli dan tidak ada lagi syafa'at. Dan orang-orang kafir itulah orang-orang yang zalim".

Pembelanjaan harta yang diperoleh dari proses jual beli harus digunakan dengan baik agar menjadi bekal saat hari kiamat nanti. Selanjutnya ada disurat al-Baqarah ayat 275 yang menjelaskan tentang jual beli yang diharamkan dan tidak diperbolehkan mengambil keuntungan yang berlebihan atau disebut dengan riba. Selain *al-bai'* dan *tijarah*, dalam al-Qur'an bisnis juga disebut dengan kata *tadayantum* yang disebut satu kali pada surat al-Baqarah ayat 282, "Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu

³¹ *Ibid.*, h. 32.

³² Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010, h.

yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar.”. Mua’alah Yang dimaksud adalah

kegiatan ekonomi, seperti: jual-beli, sewa menyewa, dan hutang piutang, dan lainnya.³³ Al-qur'an seringkali menyebut bisnis dengan menggunakan kata-kata jual-beli, untung-rugi dan lainnya.³⁴ Dalam Al-qur'an menjelaskan:

إِنَّ اللَّهَ اشْتَرَى مِنَ الْمُؤْمِنِينَ أَنْفُسَهُمْ وَأَمْوَالَهُمْ بِأَنْ لَهُمُ الْجَنَّةَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَيَقْتُلُونَ وَيُقْتَلُونَ وَعْدًا عَلَيْهِ حَقًّا فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ وَالْفُرْقَانِ وَمَنْ أَوْفَى بِعَهْدِهِ مِنَ اللَّهِ فَاسْتَبْشِرُوا بِبَيْعِكُمُ الَّذِي بَايَعْتُمْ بِهِ وَذَلِكَ هُوَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ

Artinya: "Sesungguhnya Allah telah membeli dari orang-orang mukmin diri dan harta mereka dengan memberikan surga untuk mereka. Mereka berperang pada jalan Allah; lalu mereka membunuh atau terbunuh. (Itu telah menjadi) janji yang benar dari Allah di dalam Taurat, Injil dan Al Quran. Dan siapakah yang lebih menepati janjinya (selain) daripada Allah? Maka bergembiralah dengan jual beli yang telah kamu lakukan itu, dan itulah kemenangan yang besar."³⁵ (At-Taubah : 111).

Dalam surat At-taubah ayat 111 Allah memberitahukan kepada hamba-hamba-Nya yang beriman bahwa Allah akan menggantikan diri dan harta hamba-hamba-Nya yang beriman jika mereka menyerahkan segalanya di jalan Allah Swt dengan pengganti surga.³⁶ Setiap hamba yang ikhlas menyerahkan semuanya kepada Allah maka Allah akan mengganti keikhlasan tersebut dengan imbalan yang lebih baik dari apa yang hamba-Nya berikan. Bisnis dalam Al-Qur'an baik yang terambil dari terma *tijarah*, *al-bai*, *isy tara*, *tadayantum*, tidak hanya menjelaskan bisnis dalam sifat *material*, tetapi juga *immaterial*. Wirausaha muslim sebagai pelaku bisnis harus bekerja sesuai profesionalitas dan tetap menjalankan perintah Allah Swt. Dalam konteks inilah Al-Qur'an menawarkan keuntungan dengan suatu bursa yang tidak pernah mengenal kerugian, yaitu *tijarah lan tabura*.³⁷

Agama Islam mengenal kata syari'ah atau hukum Islam atau *Islamic Law* yang mengatur tentang ibadah dan muamalah. Syariah memiliki landasan yang kuat dalam bentuk kebijaksanaan dan kebahagiaan manusia untuk kehidupan didunia dan di akhirat.³⁸ Menurut bahasa, syari'ah artinya adalah jalan yang lurus atau jalan

³³ Muhammad, Fauroni, R, Luqman, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta : Salemba Diniyyah, 2002, h. 36

³⁴ *Ibid.*, h. 25.

³⁵ Muhammad Nasib ar-Rifa'i, *Taisiru al-Aliyyul Qadir li Iktishari Tafsir Ibnu Katsir*, Terj. Syihabuddin, Jakarta: Gema Insani Press, 1999, h. 665.

³⁶ *Ibid.*, h. 666.

³⁷ Akhmad Nur Zaroni, *Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Aspek Keagamaan dalam Kehidupan Ekonomi)*, Mazahib Vol. IV, No. 2, Desember 2007, h. 179.

³⁸ Ali Hasan, *Menejemen Bisnis Syariah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009, h. 4.

yang menuju mata air yang mengalir yang ingin diminum.³⁹ Syaikh Al-Qardhawi mendefinisikan kata syariah memiliki pengertian yang cukup luas dan komprehensif. Didalamnya mengandung pengertian aspek ibadah, muamalah, ekonomi, dan keluarga.⁴⁰

Hermawan Kartajaya dan Syakir Sula memberi pengertian bahwa bisnis syariah adalah bisnis yang santun, bisnis yang penuh kebersamaan dan penghormatan atas hak masing-masing baik penjual maupun pembeli.⁴¹ Syafi'I Antonio, syariah mempunyai keunikan tersendiri, Syariah tidak saja komprehensif, tetapi juga universal. Universal bermakna bahwa syariah dapat diterapkan dalam setiap waktu dan tempat oleh setiap manusia. Keuniversalan ini terutama pada bidang sosial (ekonomi) yang tidak membedakan antara kalangan muslim dan non-Muslim.⁴² Untuk menjawab masalah-masalah ini Allah telah menurunkan kitab suci Al-Qur'an sebagai pedoman umat Islam.

Dari pengertian tersebut, bisnis berbasis syariah adalah kegiatan bisnis yang dilakukan oleh seseorang dengan berlandaskan syariat agama Islam, dimana setiap cara memperoleh dan menggunakan harta yang mereka dapatkan harus sesuai dengan aturan agama Islam (halal dan haram). Dalam bisnis Islam seseorang harus selalu mengingat dan menyerahkan semua hasil usaha yang telah dilakukan kepada Allah SWT, dengan berserah diri kepada Allah dan menganggap kerja sebagai ibadah seseorang akan selalu ikhlas dalam bekerja inilah yang dimaksud dengan *tauhid uluhiyah*.⁴³

Muhammad Ismail Yusanto Dan Muhammad Karebet Widjajakusuma menyebutkan ciri-ciri dari bisnis islam dan bisnis non-islam dalam sebuah ilustrasi sebagai berikut:

³⁹ Siti Mujibatun, *Pengantar Fiqh Muamalah*, Semarang: Lembaga Studi Sosial Dan Agama (Elsa), 2012, h. 2.

⁴⁰ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan, 2006, h. 25

⁴¹ *Ibid.* h. 45.

⁴² Andri Triandana, https://www.academia.edu/5846794/Definisi_bisnis_berbasis_syariah, diakses pada 13 oktober 2020

⁴³ *Tauhid Uluhiyah* adalah mengesakan Allah Swt dalam beribadah dengan tujuan agar manusia tahu hanya kepada Allah seluruh manusia harus menyembah.

Tabel 2.1
Ciri-Ciri Bisnis Islam Dan Bisnis Non-Islami

Islam	Ruang Lingkup	Non-Islami
Aqidah Islam	Asas	Sekularisme
Dunia-akhirat	Motivasi	Dunia
Profit dan benefit, keberlangsungan, pertumbuhan, keberkahan	Orientasi	Profit, pertumbuhan, keberlangsungan
Maju dan produktif, konsekuensi dan manifestasi kemusliman	Sikap mental	Maju dan produktif sekaligus konsumtif, konsekuensi aktualisasi diri
Bisnis bagian dari ibadah	Etos kerja	Bisnis adalah kebutuhan duniawi
Terpercaya dan amanah	Amanah	Tergantung kemauan individu, tujuan menghalalkan segala cara
Cakap dan ahli dibidangnya. Konsekuensi dari kewajiban seorang muslim	Keahlian	Cakap dan ahli dibidangnya, konsekuensi dari motivasi reward dan punishment
Halal	Modal	Halal dan haram
Halal	Sumber daya	Halal dan haram
Sesuai akad kerja	SDM	Sesuai akad kerja atau sesuai keinginan pemilik modal
Visi dan misi terkait erat dengan misi penciptaan manusia di dunia	Manajemen strategi	Visi dan misi ditetapkan berdasarkan pada kepentingan material
Jaminan halal setiap input, proses dan output, produktivitas Islami	Manajemen operasi	Tidak ada jaminan halal bagi setiap input, proses dan output, mengedepankan

		produktivitas dalam koridor manfaat.
Jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan keluaran keuangan	Manajemen keuangan	Tidak ada jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan keluaran keuangan
Pemasaran dalam koridor jaminan halal	Manajemen pemasaran	Pemasarab menghalalkan segala cara
Profesionalisme dan berkepribadian Islami, SDM adalah pengelola bisnis, bertanggung jawab pada diri, majikan dan Allah SWT	Manajemen SDM	SDM profesional, SDM adalah faktor produksi, SDM bertanggung jawab pada diri dan majikan.

Sumber data: buku karangan Ismail Yusanto Dan Muhammad Karebet dengan judul "*Mengagas Bisnis Islam*" h. 22.

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa ciri-ciri dari bisnis islam sangatlah berbeda dengan bisnis konvensional yang hanya mengejar keuntungan saja. Sedangkan dalam bisnis yang berdasarkan syariah, pelaku bisnisnya sangat berhati-hati dalam melakukan kegiatan bisnisnya. Dari asas sampai manajemen SDM yang digunakan, bisnis berbasis syariah selalu menjalankan kewajiban dan haknya antar sesama manusia dan kepada Allah Swt.

Pengaturan kegiatan ekonomi Islam dalam hal berbisnis, menggunakan Instrumen hukum menurut agama Islam agar kegiatan usaha berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip yang ada dalam agama Islam. Larangan dalam persaingan usaha dapat dilihat dari instrumen fiqh muamalah, larangan- larang tersebut yaitu:

- a. Larangan menimbun harta. Seorang pedagang tidak boleh menimbun barang dagangannya untuk dijual kembali dengan harga yang jauh lebih tinggi.
- b. Larangan menetapkan harga. Menurut agama Islam harga yang ada dipasar ditentukan oleh pasar sendiri bukan oleh penjual barang tersebut.

- c. Tidak boleh menetapkan harga barang dagangan dibawah harga yang ada dipasar.
- d. Jual beli yang bersyarat (*ta'alluq*).⁴⁴

Islam menghalalkan kegiatan usaha perdagangan, perniagaan atau jual beli. Seorang muslim dalam menjalankan usahanya dituntut untuk menggunakan cara yang khusus, ada aturan yang mengatur bagaimana seharusnya seorang muslim menjalankan kegiatan bisnisnya agar mendapatkan berkah dan ridha Allah SWT di dunia dan akhirat. Aturan bisnis Islam, menjelaskan macam-macam etika yang harus dilakukan oleh para wirausaha muslim dalam melaksanakan bisnis. Di harapkan dengan menggunakan dan patuh pada etika bisnis Islam, seorang wirausaha muslim dapat menjaga usahanya lantaran selalu mendapat berkah Allah SWT baik di dunia dan di akhirat. Etika bisnis Islam memberikan jaminan, baik kepada pelaku bisnis tersebut maupun pembeli atau pelanggan, masing-masing akan mendapat keuntungan sesuai dengan yang diinginkan dan dibutuhkan.

Dalam ajaran agama Islam terdapat jual beli yang dilarang. Ada empat alasan yang menjadikan suatu jual beli termasuk kedalam jual beli yang dilarang oleh agama Islam, diantaranya: 1. Barang yang diperjualbelikan merupakan barang yang haram. 2. Jual beli mengandung *riba*. 3. Jual beli mengandung sifat *Gharar*. 4. Dan Jual beli yang mengindikasikan kepada *riba* dan *gharar*. Larangan itu berlaku untuk kesepakatan internal. Ada alasan lain untuk melarang jual beli kontrak, seperti *ghasy* (penipuan), *dharar* (bahaya), waktu yang tidak tepat dan jual beli yang diharamkan. Ada dua bagian dari jual beli yang dilarang, yaitu: barang yang najis dan yang tidak najis. Sebagian besar Ulama' bersepakat melarang barang najis yang akan menimbulkan bahaya untuk diperjual belikan seperti *khamr* (minuman keras), mayat, dan babi.⁴⁵

Perlu ada cara yang lebih luas dan adil untuk mendorong dan membina pemilik usaha kecil dan menengah, sejalan dengan praktik tradisional. Pendekatan ini mengakui pentingnya memahami budaya di mana bisnis beroperasi. Misalnya, masyarakat memiliki tanggung jawab untuk mengubah budaya pertanian, tetapi

⁴⁴ Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012, h. 47.

⁴⁵ Nur Fathoni, *Konsep Jual Beli dalam Fatwa DSN-MUI*, Jurnal Economica Vol. 4 Edisi 1 Mei 2013, h. 60-61.

tantangan yang dihadapi industri membutuhkan lingkungan yang baru, tepat waktu, sesuai dan berkelanjutan, respons terhadap persaingan, perubahan, ruang, dan persaingan yang semakin tinggi. Perbedaan budaya ini tercermin dalam cara kita memandang uang, waktu, dan pengetahuan⁴⁶.

2. Orientasi Bisnis Wirausaha Muslim

Islam sangat menghargai kerja keras seseorang, kerja keras yang dilakukan akan mendapat pahala dari Allah SWT. Seorang manusia yang unggul adalah manusia yang taqwa kepada Allah. Ketaqwaannya diukur dengan tingkat keimanan, intensitas dan kualitas amal solehnya. Dalam berbisnis pelaku bisnis muslim selalu patuh dengan syariat agama Islam, dalam menjalankannya diharapkan membuat keseimbangan dalam hidupnya, imbang dalam hal dunia dan akhirat. Menilik dari cara Rasulullah mengajarkan umatnya berbisnis dimulai dengan etika dalam berbisnis sampai penggunaan harta yang diperoleh. Dengan berpegang pada syariat Islam, bisnis mempunyai tujuan dalam empat hal, yaitu:

a. Profit (Keuntungan)

Profit berupa materi dan benefit berupa nonmateri. Profit berupa materi diperoleh dengan melakukan bisnis dengan cara yang halal dengan tidak menghalalkan segala cara. Tujuan profit berupa nonmateri yang dimaksud adalah *qimah insaniyah*, *qimah khuluqiyah*, dan *qimah ruhiyah*. *Qimah insaniyah* adalah manfaat dari seorang pengelola bisnis kepada orang lain dalam bentuk sedekah, kesempatan kerja, dan lain-lain. *Qimah insaniyah* lebih kepada memberikan manfaat kemanusiaan bagi orang disekitarnya. *Qimah khuluqiyah* yang dimaksud adalah setiap perbuatan atau perilaku seorang wirausaha muslim haruslah memiliki akhlak yang baik. Sifat ini akan terlihat pada seseorang jika dia rajin dalam ibadahnya, muamalah, dan kegiatan makan dan minumannya sesuai dengan perintah Allah Swt.⁴⁷

Qimah ruhiyah mempunyai pengertian jika seseorang harus selalu melibatkan Allah Swt dalam setiap kegiatannya untuk mendekatkan diri kepada Allah Swt. Jadi semua amal perbuatan yang dilakukan bersifat materi dan kesadaran akan hubungannya dengan Allah Swt saat melakukan suatu perbuatan disebut dengan ruh. Maka penyatuan ruh dan materi inilah yang disebut sebagai setiap perbuatan

⁴⁶ Ali Murtadho, *Strategi Pembangunan Ekonomi Yang Islami Menurut Fahim Khan*, Jurnal Ekonomika Vo. 7 Edisi 2 Oktober 2016, h. 12.

⁴⁷ Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Be The Best Not Be Asa*, Jakarta: Prestasi, 2007, h. 18

adalah ibadah. Perilaku bisnis yang sebenarnya tidak hanya perbuatan yang semata-mata hanya berhubungan dengan kemanusiaan tetapi juga memiliki sifat *Illahiyah*. Sikap kerelaan membantu orang lain yang dilakukan dengan terbuka adalah hal yang harus dilakukan dalam bisnis untuk mendapatkan keuntungan dan manfaat. Inilah yang dimaksud jika dalam bisnis Islam akan membawa keuntungan meterial dan non-material.

b. Pertumbuhan

Setelah target berupa materi dan nonmateri sudah didapatkan sebuah usaha harus dijaga agar tetap tumbuh dan mengalami kenaikan terus. Pertumbuhan yang berjalan harus sesuai dengan syariat agama Islam yang sudah ada. Untuk menjaga agar bisnis tumbuh dari tahun ketahun maka pelaku bisnis harus meningkatkan kualitas produksi dan pelayanan agar konsumen tetap senang membeli atau memakai jasa yang disediakan oleh produsen. Selain itu investasi syariah juga diperlukan untuk tetap menjaga pertumbuhan bisnis. Investasi syariah yang dilakukan seperti mengeluarkan zakat, infaq, sadaqah, dan tidak berfoya-foya. Harta harus digunakan sebagik mungkin karena dalam mencarinya butuh usaha dan jerih payah.

c. Keberlangsungan

Setiap usaha diharapkan selalu mengalami pertumbuhan. Pertumbuhan ini haruslah dijaga keberlangsungan agar usaha yang dilakukan dapat berlangsung dalam kurun waktu yang lama. Untuk menjaga keberlangsungan usaha harus dibuat suatu perencanaan dan tidak lupa dengan tetap berlandaskan syariat Islam.⁴⁸

d. Ridha Allah SWT

Semua yang dilakukan oleh seorang muslim harus memiliki tujuan akhir keberkahan dari Allah Swt. Keberkahan yang diperoleh dari ridha Allah diperoleh dengan menjalankan semua syariat Islam dan menjalankan semua kegiatan bisnisnya dengan ikhlas. Jika mereka menyatukan mencari rezeki dan beribadah kepada Allah, dengan berjual beli pada waktunya dan mendirikan

⁴⁸ Malahayati, *Rahasia Sukses Bisnis Rasulullah*, Yogyakarta: Jogja Great Publisher, 2010, h.

shalat pada waktunya, maka mereka telah mengumpulkan kebaikan di dunia dan kebaikan di akhirat.⁴⁹

Islam mengajarkan kepada penganutnya bahwa harta yang telah didapatkan bukanlah tujuan akhir dari hidup, tetapi dengan fasilitas berupa harta kekayaan seseorang dapat membantu sesamanya dengan lebih baik. Ajaran Islam yang luhur dan indah senantiasa menggalakkan manusia agar terus berbuat amal sosial kepada sesama manusia.⁵⁰

Menurut Aa Gym, bisnis dikatakan untung manakala bisnis tersebut jadi amal, membangun citra atau nama baik, kita bisa lebih matang/lebih dewasa/lebih baik, banyak saudara, dan paling banyak memberi manfaat kepada orang lain.⁵¹ Sebagai seorang muslim, seorang entrepreneur haruslah bersikap arif dalam menyikapi harta yang diberikan Allah Swt padanya. Sebagai seorang entrepreneur atau wirausahawan muslim harus mengerti jika semua harta yang dia peroleh adalah harta Allah yang dititipkan padanya. Maka selayaknya sebagai umat muslim yang baik, mereka harus menafkahkan sebagian hartanya di jalan Allah Swt, guna menegakkan kalimat-Nya, membantu sesama manusia, dan menolong sesama hamba-Allah Swt.⁵² Firman Allah dalam surat Adz- Zariyaat ayat 19 *“Dan pada harta-harta mereka ada hak untuk orang miskin yang meminta dan orang miskin yang tidak mendapat bagian”*.

Kesederhanaan yang diajarkan oleh agama Islam membuat seorang muslim akan selalu merasa bersyukur dengan keadaannya. Sederhana yang dimaksud bukan berarti hidup dalam kemiskinan dengan serba kekurangan dan bersifat kikir terhadap orang lain, tetapi hidup dengan rasa yang cukup dan menggunakan hartanya sesuai dengan kebutuhannya. Bersyukur dengan cara beramal, membantu orang lain yang membutuhkan, berinfak, sadaqah, dan mengeluarkan zakat setiap tahunnya.

⁴⁹ Shalih bin Fauzan Al-Fauzan, *Jual Beli yang Dilarang dalam Islam*, <http://raudhatulmuhibbin.blogspot.com>, diakses Desember, 2020.

⁵⁰ Hamzah Ya'qub, *Etos Kerja Islami*, Jakarta: CV Pedoman Ilmu Jaya, 1992, h. 21.

⁵¹ Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, Jakarta : Bumi Aksara, 2008, h. 87.

⁵² Yusuf Qarhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani, 1997, h.43.

C. Etika Bisnis Islam

Kata etika berasal dari bahasa Yunani yaitu ethos yang artinya adalah norma, nilai, kaidah, ukuran bagi tingkah laku yang baik.⁵³ Sedangkan artinya dalam bentuk jamak adalah ta etha atau adat istiadat. Banyak sekali pengertian tentang kata etika, dalam kamus bahasa Indonesia kata etika berarti kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak atau asas perilaku yang menjadi pedoman atau patokan perilaku tersebut.⁵⁴ Menurut David P. Baron, etika adalah suatu pendekatan yang sistematis atas penilaian moral yang didasarkan pada penalaran, analisis, sintesis, dan reflektif.⁵⁵ Lawrence, Weber, dan Post berpendapat bahwa etika adalah suatu konsepsi tentang tingkah laku yang benar dan salah.⁵⁶

Manusia adalah ciptaan Tuhan yang paling sempurna karena dilengkapi dengan akal pikiran. Dengan akal pikiran ini manusia dapat menerima ilmu tentang hal yang benar dan yang salah. Etika sering kali dihubungkan dengan adat istiadat dan juga agama. Semua agama dalam kitab sucinya mengajarkan tentang tiga pokok ajaran yaitu, Ketuhanan, etika dan tata susila, serta, ritual atau tata cara beribadat. Etika sangat dibutuhkan bagi keberlangsungan hidup baik individu maupun kelompok. fungsi adanya etika atau akhlak tugas manusia sebagai khalifah di bumi untuk membuat keseimbangan dalam hidupnya.

Etika Islam sendiri didasarkan pada hak manusia atas kemerdekaan. Pada prinsipnya kemerdekaan dalam hak manusia untuk hidup yang harus terus dijaga dan dilindungi dengan kebaikan dan kebenaran⁵⁷. Islam juga memiliki aturan tentang etika yang harus dilakukan oleh pelaku bisnis dalam berbisnis. Etika dipandang sama dengan akhlak yang membahas tentang perilaku baik buruknya seseorang. Titik sentral dari etika bisnis Islam sendiri adalah untuk menjaga perilaku wirausaha muslim dengan tetap bertanggungjawab karena percaya kepada Allah Swt.⁵⁸ Etika bisnis Islam

⁵³ Sentot Imam Wahjono, *Bisnis dan Wirausaha Dalam Pandangan Islam*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010, h. 13.

⁵⁴ Tim Redaksi Kamus Bahasa Indonesia, *Kamus Bahasa Indonesia*, Jakarta: Pusat Bahasa, 2008, h. 402.

⁵⁵ Sukrisno Agoes dan I Cenik Ardana, *Etika Bisnis dan Profesi Tantangan Membangun Manusia Seutuhnya*, Jakarta: Salemba Empat, 2014, h. 27.

⁵⁶ Ibid., h. 26.

⁵⁷ Ali Hasan, *Menejemen Bisnis Syariah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009, h.177.

⁵⁸ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, Malang: UIN-Malang Press, 2007, h. 10.

bersumber pada Al-Qur'an sebagai pedoman. Al-Qur'an adalah sumber segala ajaran bagi seluruh umat muslim yang menjelaskan tentang norma, aturan atau hukum, dan nilai-nilai yang mengatur segala aktifitas manusia termasuk dalam kegiatan bisnis.⁵⁹

Setiap pelaku bisnis Islam memiliki aturan-aturan atau etika yang harus dilakukan. Hal ini dilakukan karena manusia tidak hanya hidup sendiri melainkan sebagai makhluk sosial yang membutuhkan orang lain dan memiliki pertanggung jawaban yang akan dia ajukan kepada Allah Swt. Prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang berasal dari Al-Qur'an dan Hadist yang telah diterapkan oleh Rasulullah saat menjalankan bisnisnya. Menurut Yusuf Qardhawi etika diterapkan pada kegiatan ekonomi yang dilakukan. Qardhawi berpendapat jika ekonomi (bisnis) dan akhlak (etika) saling berkaitan karena akhlak adalah daging dan urat nadi kehidupan yang Islami.⁶⁰ Tanpa adanya akhlak dalam bisnis, manusia akan semena-mena dalam menjalankan bisnis tanpa melihat halal dan haram. Berikut adalah etika bisnis menurut Qardhawi sesuai dengan bidang ekonomi.

Tabel 2.2

Etika Bisnis Qardhawi⁶¹

Bidang	Etika
Produksi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bekerja adalah hal utama dalam produksi 2. Produksi yang halal 3. Perlindungan terhadap kekayaan alam 4. Mewujudkan swadaya 5. merealisasikan swasembada
Konsumsi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menafkahkan harta dalam kebaikan 2. Tidak berfoya-foya 3. Sederhana
Keuangan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengakuan hak pribadi 2. Pengakuan warisan 3. Kebutuhan Al-Qur'an dan neraca

⁵⁹ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, 2009, h. 127.

⁶⁰ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis*, Malang: UIN Maliki Press, 2007, h. 21.

⁶¹ Sentot Imam Wahjono, *Bisnis dan Wirausaha Dalam Pandangan Islam*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010, h. 18.

	4. Imbang dalam rizki dan kerja 5. Memenuhi hak para pekerja
Distribusi	1. Tidak berdagang barang haram 2. <i>Sidq</i> , amanah, jujur 3. Adil dan menjauhi <i>riba</i> 4. Kasih sayang dan tidak monopoli 5. Toleransi, persaudaraan dan sedekah

Dalam buku *Bisnis Modern*, penulis Sentot Imam Wahjono halaman 18.

Prinsip etika bisnis menurut Qardhawi adalah salah satu prinsip yang dapat menjadi rujukan bagi pelaku bisnis dalam menjalankan usahanya. Selain Qardhawi masih banyak lagi prinsip etika bisnis yang dijelaskan oleh para ahli ekonomi Islam. Dengan begitu banyak prinsip etika bisnis Islam yang ada dapat di peroleh secara umum. Secara umum prinsip etika bisnis Islam dapat dilihat dari kesatuan (tauhid), Keseimbangan (keadilan), Tidak melakukan monopoli, Amanah (terpercaya), Jujur, Produk yang dijual halal, Tidak melakukan praktik mal bisnis. Etika bisnis Islam ini bertujuan agar setiap kegiatan ekonomi yang dijalankan dapat menyelamatkan sumber daya alam dari penggunaan yang dieksploitasi. Secara umum prinsip etika bisnis Islam dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Kesatuan (Tauhid)

Tauhid berasal dari kata *wahhada-yuwahhidu-tawhiddan* secara harfiah artinya menyatukan, mengesakan, atau mengakui bahwa sesuatu itu satu.⁶² Ada tiga macam tauhid yakni Tauhid Rubbubiyah (percaya segala sesuatu yang ada didunia, qadha dan qadhar merupakan keesaan Allah Swt), Tauhid al-Asma' wa al-Sifat (pengakuan tentang nama-nama Allah dan sifatnya), Tauhid Uluhiyah (memusatkan segala yang dilakukan dalam ibadah dan ketaatannya hanya pada Allah Swt).⁶³

Tauhid adalah prinsip utama dalam agama Islam dengan ditandainya pembacaan kalimat syahadat bagi seorang muslim yang beriman. Hubungan antara

⁶² Sudarno Shobron, et al. *Studi Islam*, jilid 1, Surakarta: LPID Universitas Muhammadiyah Surakarta, h 13.

⁶³ *Ibid.* h. 29.

manusia dengan Tuhan pencipta alam semesta. Hubungan ini muncul sebuah konsekuensi penyerahan (Islamisasi) dari manusia kepada Tuhan yang disembahnya, penyerahan yang dimaksud berupa penyerahan kalbu, wajah, akal pikiran, ucapan, dan amal.⁶⁴ Dengan penyerahan yang dilakukan oleh seorang manusia kepada tuhan, maka setiap kebebasan yang dia lakukan akan selalu tetap pada hal yang benar sesuai dengan syari'ah. Tauhid dapat menggabungkan konsep ekonomi, sosial, dan politik, serta keagamaan yang dilandaskan pada keagamaan.

Dalam kegiatan ekonomi Islam, tauhid adalah alat bagi manusia untuk menjaga perilakunya dalam berbisnis. Dengan adanya penyerahan diri kepada Tuhan maka pelaku bisnis akan selalu menjaga perbuatannya dari hal-hal yang dilarang oleh agama. Sebab perilaku yang menyimpang akan membawa kemudharatan bagi individu dan orang lain. Dari hal ini muncullah tiga asas pokok yang dipegang oleh individu muslim :⁶⁵

- a. Allah adalah pemilik dunia dan seluruh isinya dan hanya Allah yang dapat mengatur semuanya menurut apa yang Dia kehendaki. Dalam hal harta, manusia adalah pemegang amanah dari Allah atas harta yang sepenuhnya dimiliki oleh Allah.
- b. Allah adalah pencipta seluruh makhluk hidup dan semua makhluk hanya tunduk kepada-Nya.
- c. Iman kepada hari kiamat. Keimanan akan datangnya hari kiamat akan membuat perilaku ekonomi orang muslim berjalan sesuai dengan syariat karena hal yang dilakukan didunia akan dipertanggung jawabkan di hari akhir nanti.

Hal yang mencerminkan dari kepercayaan manusia dengan agamanya adalah akhlak. Dengan adanya keyakinan kepada Tuhan, manusia akan lebih memperhatikan perilakunya kepada sesama juga kepada alam semesta yang Tuhan ciptakan. Kepada sesamanya manusia tidak akan merugikan pihak lain dengan

⁶⁴ Daud Rasyid, *Islam Dalam Berbagai Dimensi*, Jakarta : Gema Insani Press, 1998, h. 17.

⁶⁵ M. Nur Rianto Al Arif dan Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional*, Jakarta: Kencana, 2010, h. 31.

melakukan gharar, maysir dan riba'. Baik buruknya perilaku dan akhlak bisnis seorang wirausaha akan berpengaruh dengan usahanya yang sukses atau gagal.

2. Keseimbangan (keadilan)

Keadilan adalah yang sangat penting, bahkan dalam kitab Al-Qur'an kata keadilan disebutkan lebih dari 1000 kali.⁶⁶ Dengan adanya kata keadilan dalam Al-Qur'an menjelaskan bahwa keadilan sangatlah penting bagi kehidupan manusia. Keseimbangan atau keadilan ini merupakan penjelasan yang sangat lengkap tentang hukum, politik dan ekonomi.⁶⁷ Dalam hal ekonomi kesejajaran atau keadilan dilakukan dalam hal distribusi, produksi dan konsumsi yang baik. Pemahaman ini berkaitan pendayagunaan dan pengembangan harta yang dimiliki oleh seseorang. Pendayagunaan harta yang dimaksud adalah dengan membantu masyarakat miskin yang menjadi kewajiban bagi orang-orang yang lebih beruntung dalam segi harta. Allah Swt menyebut umat islam sebagai ummatan wasathan, artinya bahwa umat Islam adalah umat yang mempunyai kebersamaan, kedinamisan, arah dan tujuan yang jelas serta mempunyai aturan-aturan yang membantu mereka dalam menentukan perilaku sebagai penengah dan pembenar.⁶⁸

Dalam konsep keadilan hak milik suatu benda yang tidak terbatas juga tidak dibenarkan. Semua benda yang tidak terbatas diciptakan Allah Swt untuk hambanya agar dapat memenuhi kebutuhan hidup seluruh manusia di muka bumi. Semua yang ada dalam konsep keadilan mengenai pendayagunaan harta dan penggunaan benda tidak terbatas dimaksudkan agar setiap manusia sadar jika semua yang ada di dunia adalah milik Tuhan. Dengan kesadaran tersebut manusia akan terhindar dari kebinasaan karena harta yang dia miliki. Karena tugas manusia di bumi tidak hanya mencari harta untuk kebutuhan pribadinya dan keluarga yang menjadi tanggung jawabnya, melainkan ada tugas lain yakni sebagai khalifatullah fil ardh. Sebagai seorang khalifah di bumi Allah, manusia dituntut untuk bisa mendistribusikan seluruh rahmat kepada semua umat dengan menggunakan cara

⁶⁶ Anis Wulandari, *Menyingkap Nilai Keadilan (Dalam Perspektif Syari'ah Islam) Yang Terkandung di Dalam Good Corporate Governance*, Jurnal Investasi Vol. 6 No. 2 Desember 2010, h. 105.

⁶⁷ Muhammad Ismail Yusanto, *Mengagas Bisnis Islami*, Cet ke-VII, Jakarta: Gema Insani Press, 2008, h.39.

⁶⁸ Muhammad, Fauroni, R, Luqman, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta : Salemba Diniyyah, 2002, h.13.

yang adil berdasarkan akal dan hati nurani yang dia miliki dan secara Amar Ma'ruf Nahi Munkar.⁶⁹

Pihak-pihak yang harus diperhatikan dalam keadilan distributif ini adalah anak yatim, fakir miskin, anak terlantar, dan lainnya. Pembagian distributif yang dilakukan secara adil akan membawa perubahan menjadi lebih baik. Kepekaan sosial yang dilakukan wirausahawan dilakukan dengan menjalin hubungan yang baik kepada sesama manusia (Habluminnannas) dan kepada tuhan (Habluminallah).

3. Tidak Melakukan Monopoli

Kebebasan berlaku bagi semua manusia di bumi ini baik secara individu maupun kolektif.⁷⁰ Manusia adalah khalifah di bumi, dengan tugasnya ini seorang manusia memiliki kebebasan dalam menentukan hal yang baik dan hal buruk dalam hidupnya. Kebebasan dalam Islam tentu saja tetap terikat dengan Allah Swt sebagai Tuhan yang memiliki kebebasan secara mutlak. Sedangkan kebebasan manusia yang dimaksud adalah kehendak yang dilakukan untuk memutuskan suatu hal yang berdampak pada manfaat dan resiko yang akan dia dapatkan setelah memutuskan suatu hal. Manfaat dan resiko yang didapatkan dalam agama Islam akan menentukan pahala dan dosa.⁷¹

Dalam bisnis Islam kegiatan ekonomi dengan menggunakan konsep kebebasan yang dimaksud terletak pada lancarnya keluar-masuk barang. Dengan adanya kebebasan yang proporsional bisnis islam melarang adanya praktik-praktik monopoli, riba', dan kecurangan.⁷² Salah satu keburukan sistem ekonomi kapitalis ialah melegitimasi monopoli dan oligopoli.⁷³ Monopoli sendiri tidak diperbolehkan dalam ajaran Islam, semua orang boleh berbisnis. Kegiatan bisnis dengan satu-satunya penjual (monopoli) tidak masalah selama penjual tidak melakukan iktikar

⁶⁹ Anis Wulandari, *Menyingkap Nilai Keadilan (Dalam Perspektif Syari'ah Islam) Yang Terkandung di Dalam Good Corporate Governance*, Jurnal Investasi Vol. 6 No. 2 Desember 2010, h. 101.

⁷⁰ Muhammad Kamal Zubair, *Aksioma Etika dalam Ilmu Ekonomi Islam*, Ekbisi, Vol VII, No. 1, Desember 2012, h. 96.

⁷¹ Akhmad Nur Zaroni, *Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Aspek Keagamaan dalam Kehidupan Ekonomi)*, Mazahib Vol. IV, No. 2, Desember 2007, h.181.

⁷² Hafiz Juliansayah, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Ciputat*, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2011, h.28.

⁷³ Veithzal Rivai, *Islamic Marketing*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka, 2012, h.191.

(menimbun) barang untuk mendapatkan keuntungan yang lebih atau istilah ekonominya *monopoly's rent*.⁷⁴

Praktik yang dilarang dalam Islam dilakukan agar manusia tetap pada jalan yang baik dengan selalu mengamalkan ajaran agama dalam setiap kegiatannya. Kehendak bebas yang dilakukan sesuai dengan ajaran islam akan membawa pada kesejahteraan.

4. Tanggungjawab

Wirausahawan muslim haruslah memiliki sifat amanah atau terpercaya dan bertanggung jawab. Dengan sifat amanah wirausahawan muslim akan bertanggungjawab atas segala yang dia lakukan dalam hal muamalahnya. Bertanggungjawab dengan selalu menjaga hak-hak manusia dan hak-hak Allah dengan tidak melupakan kewajiban sebagai manusia sosial dan makhluk ciptaan Allah SWT.⁷⁵

Konsep tanggung jawab adalah konsep yang berkaitan dengan konsep kebebasan. Kebebasan yang dilakukan seseorang akan dimintai pertanggung jawaban, semakin luas kehendak bebas yang dilakukan maka semakin luas pula tanggung jawab moral yang akan dia jalani. Tanggung jawab mempunyai kekuatan yang dinamis dalam kehidupan sosial masyarakat. Dengan adanya konsep tanggung jawab manusia akan sangat berhati-hati dengan apa yang dia lakukan karena segala perbuatan mengandung konsekuensi yang harus dijalankan. Islam juga memberikan kebebasan pada pemeluk agamanya dengan konsekuensi yang harus dia lakukan sendiri.

Tanggung jawab di agama Islam memiliki aspek fundamentalis yakni, pertama status khalifah manusia dimuka bumi menyatu dengan tanggung jawab.⁷⁶ Seorang khalifah yang baik selalu melakukan perbuatan baik kepada sesamanya. Berbuat baik dilakukan dengan membantu orang miskin dengan merelakan sebagian harta yang dia cintai. Membantu orang miskin dengan memberikan sebagian harta adalah tanggung jawab khalifah yang baik.

⁷⁴ Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, Jakarta : Bumi Aksara, 2008, h. 41.

⁷⁵ Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syariah*, Banjarmasin: Antasari Press, 2011, h. 20.

⁷⁶ Muhammad Ismail Yusanto, *Mengagas Bisnis Islami*, Cet ke-VII, Jakarta: Gema Insani Press, 2008, h. 47.

Kedua, Tanggung jawab seorang khalifah dilakukan dengan sukarela tanpa adanya pemaksaan.⁷⁷ Jika konsep ini dilakukan dalam bisnis, maka manusia khususnya wirausaha muslim akan berbisnis dengan cara yang halal, dimana cara pengelolaan dilakukan dengan cara-cara yang benar, adil dan mendatangkan manfaat optimal bagi semua komponen masyarakat yang secara kontributif ikut mendukung dan terlibat dalam kegiatan bisnis yang dilakukan.⁷⁸ Penerapan perilaku ini tidak akan membawa bencana dan kerugian pada pihak lain karena pelaku usaha dengan menjunjung tinggi moral akan senantiasa mengerti akan keharusannya menghormati orang lain.

5. Jujur

Jujur adalah kesamaan antara berita yang disampaikan dengan fakta atau fenomena yang ada. Sebelum menjadi rasul Allah, Nabi Muhammad adalah seorang guru Entrepreneur sukses dan profesional yang selalu mengutamakan kejujuran dalam hubungan transaksinya dengan semua pelanggannya.⁷⁹ Syaikh Al-Qardhawi berpendapat bahwa jujur adalah nilai terpenting dalam transaksi sebuah bisnis.⁸⁰ Seorang wirausaha yang jujur akan menjagaimbangannya, mengatakan baik dan buruknya barang yang dia jual. Dari hubungan jual beli yang didasari oleh kejujuran atau adil kepercayaan akan muncul dengan sendirinya diantara penjual dan pembeli atau antara penyedia jasa dan pengguna jasa. Kepercayaan yang dihasilkan dari ketulusan hati seseorang adalah hal paling mendasar dari semua hubungan dan termasuk dalam hal kegiatan bisnis.⁸¹

6. Produk Yang Dijual Halal

Barang yang dijual belikan haruslah halal lagi bermanfaat bagi orang lain. Barang yang boleh diperjual belikan adalah suci dari najis, berguna, dan halal. Selain itu bisnis dalam bidang jasa diperbolehkan jika dalam jasa yang diberikan tidak merugikan orang lain dan sifatnya membantu dalam hal kebaikan. Misalnya

⁷⁷ *Ibid.*

⁷⁸ Akhmad Nur Zaroni, *Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Aspek Keagamaan dalam Kehidupan Ekonomi)*, Mazahib Vol. IV, No. 2, Desember 2007, h. 182.

⁷⁹ Ali Hasan, *Menejemen Bisnis Syariah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009, h. 269.

⁸⁰ Hermawan Kertajaya, *Syariah Marketing*, Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006, h. 107.

⁸¹ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, Malang: UIN-Malang Press, 2007, h. 25.

saja seorang penjahit yang membantu membuatkan baju untuk orang lain yang membutuhkan.

7. Tidak Melakukan Praktik Mal Bisnis

Praktik mal bisnis adalah praktik - praktik bisnis yang tidak terpuji karena merugikan pihak lain dan melanggar hukum yang ada. Perilaku yang ada dalam praktik bisnis mal sangat bertentangan dengan nilai-nilai yang ada dalam Al-Qur'an. Jenis praktik mal bisnis antara lain:

a. *Gharar*

Jual beli *gharar* adalah jual beli barang yang masih samar-samar. *Gharar* adalah salah satu jual beli yang mengandung unsur penipuan karena dalam akadnya transaksi yang dilakukan belum jelas. Benda yang dijual-belikan belum jelas wujudnya, misalnya menjual anak kambing yang masih dalam perut induknya.

b. Tidak menipu (*al-Gabn* dan *Tadlis*)

Gabn adalah harga yang ditetapkan jauh dari rata-rata yang ada baik lebih rendah atau lebih tinggi. Sedangkan *Tadlis* adalah penipuan dengan menutupi kecacatan sebuah barang yang akan dijual saat transaksi terjadi.⁸² Penipuan yang dilakukan seorang penjual dapat merugikan dirinya sendiri dan juga orang lain. Jika penipuan dilakukan oleh seorang wirausaha muslim maka dia belum paham tentang bagaimana cara berbisnis yang baik dan sesuai dengan syari'at Islam. Karena dalam hal bisnis kejujuran seorang wirausahawan muslim sangatlah diutamakan.

c. *Riba*

Riba jual beli yaitu *riba fadlal* yaitu kelebihan yang diperoleh dalam tukar-menukar barang.⁸³ *Riba* berkaitan juga dengan penetapan harga barang, jika harga yang ditetapkan pembeli sangat besar maka penjual tidak akan rela untuk membayar barang tersebut. Jadi dalam penentuan harga harus ada kesepakatan antar penjual dan pembeli yang dilakukan secara baik dan atas dasar suka sama

⁸² Muhammad, Fauroni, R, Luqman, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta : Salemba Diniyyah, 2002, h. 158.

⁸³ Hamzah Ya'qub, *Kode Etik Dagang Menurut Islam (Pola Pembinaan Hidup dalam Berekonomi)*, Bandung: Cv. Diponegoro, 1992, H.177.

suka. Penentuan harga seorang penjual harus tetap menghormati pembeli dengan memberikan sikap toleran.⁸⁴

d. *Ihtikar*

Ihtikar atau menimbun barang untuk mendapatkan harga yang tinggi dikemudian hari. *Ihtikar* tidak diperbolehkan karena akan mengakibatkan kerugian bagi banyak orang. Penimbunan, membekukan, menahan, dan menjatuhkannya dari peredaran akan menyebabkan susahnya pengendalian pasar. Seseorang yang menimbun harta benda adalah orang yang tidak mengetahui tujuan untuk apa mencari harta.⁸⁵

Agama Islam telah mengatur cara tentang mendapatkan harta dengan cara yang halal. Mencari harta yang halal dilakukan dengan niat, proses, dan sarana yang sesuai dengan syariat. Islam tidak menganjurkan seseorang untuk menumpuk harta kekayaan dengan tidak memanfaatkan fungsinya. Harta akan berfungsi dengan baik jika digunakan dengan benar. Misalnya orang tersebut memiliki sebidang tanah, dengan memanfaatkan tanah tersebut untuk bercocok tanam maka fungsi dari tanah digunakan dengan baik. Sedangkan menumpuk harta dengan berharap suatu saat dapat dia jual dengan harga lebih tinggi tidak diperbolehkan. Menjual barang dengan harga lebih tinggi saat barang tersebut mengalami kelangkaan sama saja dengan menyusahkan orang lain dengan menahan barang yang dibutuhkan orang tersebut.

Kesadaran seseorang dengan tidak menumpuk hartanya di dunia saat di hidup dengan memberikan sebagian hartanya dengan zakat, sodaqoh, dan infaq membuktikan bahwa dia yakin dan percaya bahwa segala yang dia miliki hanyalah titipan Allah Swt saja. Ketika dia meninggal semua harta benda yang dia miliki tidak akan menemaninya di kuburnya. Jadi manusia dapat mengelola dan menggunakan hartanya sesuai dengan syariat islam.

e. Mengurangi Timbangan Atau Takaran

Perdagangan identik dengan timbangan atau takaran sebagai alat penjualan. Kecurangan dalam hal timbangan dan takaran dilakukan untuk mendapatkan keuntungan dengan cara cepat. Perilaku mengurangi timbangan ini termasuk dalam

⁸⁴ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, Malang: UIN-Malang Press, 2007, h. 31.

⁸⁵ Muhammad, Fauroni, R, Luqman, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta : Salemba Diniyyah, 2002, h. 161.

penipuan karena mengurangi hak orang lain. Kecurangan yang dilakukan dengan mengurangi timbangan adalah hal yang tidak terpuji dalam praktik bisnis.

Bisnis dengan melakukan jual beli adalah perdagangan yang dilakukan di dunia, sedangkan bisnis akhirat dilakukan dengan melaksanakan kewajiban Syariat Islam yang ada. Keuntungan yang akan diperoleh di akhirat akan lebih utama dari pada keuntungan yang diperoleh di dunia. Wirausaha Muslim yang baik harusnya tetap melakukan ibadah wajibnya pada saat menjalankan usahanya. Tidak ada alasan untuk meninggalkan ibadah wajib bagi umat muslim bagaimanapun keadaannya.

BAB III

GAMBARAN UMUM PENELITIAN

A. Profil Ritel Syariah Muslim Mart

1. Pendirian Muslim Mart Gunung Pati Semarang

Muslim Mart merupakan nama salah satu toko swalayan yang terletak di gunung pati tepatnya beralamat di jl. Jagalan baru iv no. 1, Gunung Pati, kota Semarang, Jawa Tengah. Muslim Mart berdiri pada bulan september 2018, dan yang mendirikannya adalah bapak budi setyawan, beliau dikenal sebagai sosok yang ramah adalah sosok pendiri Muslim Mart sekaligus merupakan salah satu imam pada masjid at-taqwa yang terletak tepat di sebelah Muslim Mart tersebut.

Nama Muslim Mart yang diberikan oleh bapak budi bertujuan untuk tidak mengkotak-kotakan kubu dan membuat siapa saja merasa memiliki Muslim Mart ini. Dalam pembangunannya, bapak budi setyawan mendapatkan dana pinjaman tanpa jaminan dan tambahan saat pengembaliannya dari salah satu jamaah masjid, dalam konteks pinjam meminjam ini memacu kepada tolong menolong yang tertulis dalam potongan surat al-maidah ayat 2.

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.⁸⁶

Muslim Mart buka pada hari senin-ahad pada pukul 06:00-21:00, namun akan tutup sementara pada jam-jam sholat 5 waktu untuk sholat berjamaah. Untuk dapat menjadi karyawan/karyawati disana tidak terlalu banyak persyaratan, yaitu : beragama muslim, jujur, minimal pendidikan adalah SMA/SMK, bagi laki-laki menggunakan pakaian rapi, sopan, dan perempuan menggunakan pakaian *syar'i*. Muslim Mart memiliki jadwal *shift* dalam waktu bekerjanya, terbagi menjadi dua *shift* yaitu pukul 06:00-14:00 dan 13:00-21:00. Dalam waktu bekerja ini karyawan memiliki *jobdesk* yang cukup fleksibel yaitu menjadi kasir dan menata *display* toko.

⁸⁶ <https://tafsirweb.com/1886-quran-surat-al-maidah-ayat-2.html> diakses desember 2020

Dalam praktiknya, Muslim Mart memang memiliki tempat yang sangat strategis selain berdekatan dengan masjid, letaknya pun tepat dipinggir jalan dan memiliki halaman parkir yang cukup untuk menampung kendaraan roda empat juga dua, dan dari setiap hasil penjualan yang didapat oleh muslim mart sebagiannya akan diberikan untuk membantu orang-orang muslim yang lain, juga bisa digunakan untuk membantu pembangunan masjid, membayar uang sekolah anak-anak yang kurang mampu, juga membantu membayar orang-orang yang terlilit hutang dan tidak mampu dalam melunasi hutangnya tersebut.

Muslim Mart memiliki produk-produk sembako andalan yang tidak perlu menunggu harga promo saat membelinya, karna muslim mart menyediakan kebutuhan-kebutuhan pokok dimasyarakat dengan harga murah setiap hari untuk produk-produk ini, beras, gula, telur, minyak, popok bayi, dan makanan ringan, produk tersebut yang menjadikan daya tarik pada Muslim Mart ini. Pelayanan yang sopan dan keramahan yang ditawarkan Muslim Mart pun menjadi daya tarik konsumen untuk memilih Muslim Mart menjadi salah satu tempat belanja favorit, dan banyaknya ragam cemilan makanan ringan juga tidak membuat ibu/bapak khawatir jika membawa serta anaknya ikut berbelanja, untuk pemasaran yang dilakukan minimarket ini tidak lah sulit, karena citra baik yang dibangun oleh masyarakat itu sendiri yang menjadikan Muslim Mart cukup populer dikalangan masyarakat.

Dalam pembangunannya dana yang digunakan adalah dana pinjaman dari salah satu jamaah masjid at-taqwa yang sudah berdiri sebelum muslim mart ini, pinjaman ini dibayar dengan angsuran tanpa bunga dengan jangka waktu yang sudah ditentukan. Pinjaman ini bertujuan untuk menarik dana tabungan yang ada di bank untuk meninggalkan riba dari bunga bank dan menyalurkan dananya untuk memberikan loyalitas pada masyarakat muslim. Nama Muslim Mart tercetus karena definisi muslim yang tidak mengkotak-kotakan, dengan tujuan rasa memiliki dari masyarakat. Muslim Mart memiliki daya tarik dari produk-produk yang dijualnya. Produk andalan yang dimiliki Muslim Mart adalah gula, telur, minyak dan popok bayi karena produk-produk ini adalah produk kebutuhan sehari-hari maka Muslim Mart menjual kebutuhan ini dengan harga murah setiap hari tidak ada promo mingguan/tanggal tertentu. Namun, tidak hanya produk yang disebutkan tapi semua barang yang dijual di Muslim Mart

memiliki harga produk yang relatif murah dibanding mini market lain di sekitar Muslim Mart ini.

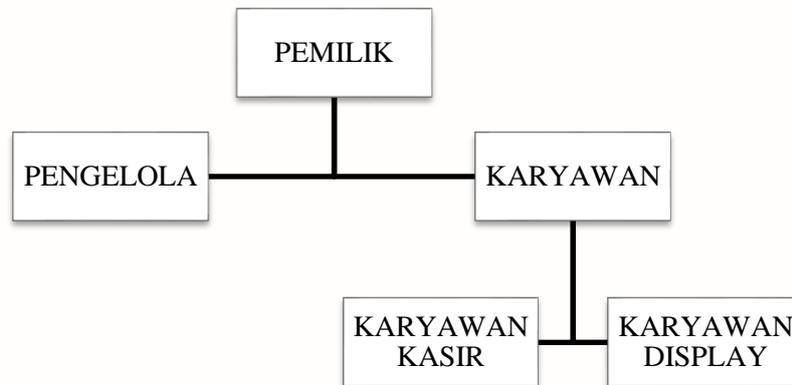
Pendapatan yang dihasilkan dari jual beli pada Muslim Mart selain untuk memutar modal dan membayar karyawan yang bekerja disana, juga disisihkan untuk umat, memperbaiki dan merawat masjid At-Taqwa, anak-anak yang tidak dapat membayar sekolah, orang-orang yang tidak dapat membayar utang, atau masyarakat yang membutuhkan bantuan. Dalam jangka waktu satu tahun berdirinya Muslim Mart memiliki pendapatan yang cukup stabil dengan melihat ketertarikan masyarakat dan kebutuhan masyarakat yang dapat mudah dicari di Muslim Mart ini. Muslim Mart tidak membatasi produk yang dapat ia jual, dan tidak membatasi siapapun yang ingin membeli barang disana.

Dalam pelaksanaannya Muslim Mart memiliki 6 karyawan yang bekerja didalamnya, tidak ada banyak spesifikasi bagi pekerja disana, namun untuk karyawan wanita diwajibkan menggunakan hijab *syar'i* dan berpakaian muslim yang sopan, pun dengan karyawan pria diwajibkan menggunakan pakaian muslim yang sopan. Minimal pendidikan yang ditempuh adalah SMA. Muslim Mart buka setiap hari, jam operasionalnya pukul 6 pagi sampai 9 malam. Shift yang ada di Muslim Mart ada dua shift, shift pertama pukul 6 pagi – 2 siang, shift siang pukul 1 siang – 9 malam. Menariknya, muslim mart akan tutup pada jam-jam 5 waktu sholat.

2. Struktur Organisasi

Dalam suatu organisasi sangat diperlukan adanya pembagian tugas dari masing-masing karyawan dengan tujuan agar dapat bekerja secara efektif dan efisien. Adapun pembagian tugas pada minimarket Muslim Mart adalah sebagai berikut:

Gambar 3.1
Struktur Organisasi Muslim Mart



Sumber : Data Primer diolah (2020)

Keterangan:

1. Pemilik :
 - a. Memiliki tugas dan wewenang dalam mengelola usaha
 - b. Mengurus usaha dan menentukan strategi yang efektif dan efisien.
 - c. Merencanakan, menganggarkan, memeriksa, mengelola, dan menyimpan dana.
 - d. Bertanggung jawab pada keuangan industri.
2. Pengelola :
 - a. Memiliki tugas dan wewenang dalam mengelola usaha
 - b. Merencanakan, menanggarkan, dan bertanggung jawab atas barang yang dibelanjakan untuk kebutuhan toko.
3. Karyawan :
 - a. Karyawan Kasir
 - 1) Memiliki tugas dan amanah dalam menjaga toko tetap bersih dan rapi.
 - 2) Bertanggung jawab atas dana modal dan pendapatan dikasir.
 - 3) Melakukan SOP dan tiga S, senyum, sapa, salam.
 - b. Karyawan Display
 - 1) Memiliki tugas dan amanah dalam menjaga toko tetap bersih dan rapi.
 - 2) Melakukan SOP dan tiga S, senyum, sapa, salam
 - 3) Dan mematuhi serta mengingatkan konsumen yang datang untuk tetap mengikuti protokol kesehatan, yaitu mencuci tangan sebelum masuk, atau menggunakan hand sanitizer yang sudah disediakan, juga tetap menggunakan masker saat berbelanja.

B. Konsep Bisnis Berbasis Syariah

Kegiatan bisnis berbasis syariah merupakan implementasi dari ketentuan hukum Allah Swt. Bentuk usaha berdasarkan syariat Islam tidak banyak berbeda dengan usaha pada umumnya, yaitu usaha memproduksi / membeli barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Namun demikian, aspek syariahlah yang membedakannya dengan bisnis pada umumnya, serta pemenuhan ajaran syariah dan perintah Allah dari sudut pandang bermuamalah. Jika kita melihat sejarah, agama Islam mendukung secara positif dalam perdagangan dan kegiatan yang ekonomis antar sesama umat muslim. Nabi Muhammad SAW juga merupakan pedagang, dan penyebaran agama Islam dilakukan oleh para pedagang muslim yang berdagang sampai keluar negeri. Agama Islam memosisikan kegiatan berbisnis dalam posisi yang sangat strategis yakni ditengah tengah keramaian manusia mencari rezeki dan penghidupan⁸⁷.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa perilaku bisnis tidak hanya merupakan tindakan hubungan antar manusia, tetapi bersifat ketuhanan. Adanya keinginan diantara masing-masing pihak yang dilakukan secara terbuka merupakan ciri dalam kegiatan bisnis. Apabila ciri di atas tidak ada maka usaha yang dijalankan tidak akan memperoleh manfaat dan keuntungan. Adapun istilah *bai'* yang berasal dari kata *ba'a*, disebutkan dalam Al-Qur'an dalam berbagai variasi. *Yubayi 'una, yubayi' unaka, fabayi 'hunna, tabaya' tum, bai /, bibai'ikum, biya 'un*. Di antara kata-kata ini, kata yang paling banyak digunakan adalah *bai'*, yang muncul enam kali dan dua kali *yubayi 'unaka*. Selain itu disebutkan sekali⁸⁸.

Muslim Mart memiliki konsep bisnis yang menjadikannya salah satu pondasi dari berdirinya minimarket syariah ini. Dalam pelaksanaannya bapak Budi selaku pendiri menjadikan konsep bisnis ini acuan dari pinjaman yang ia dapatkan untuk mendirikan Muslim Mart tersebut. Yaitu :

1. Mengambil uang yang tersimpan di bank dengan tujuan dan harapan orang tersebut terhindar dari riba.
2. Mengambil uang yang tersimpan di bank, berarti sudah mengurangi penggunaan uang tersebut (yang biasanya dipakai bank untuk membesarkan usaha orang-orang diluar Islam).

⁸⁷ Mardani, *Hukum Bisnis Syariah*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2014, h, 23.

⁸⁸ Fu'ad Abdul Baqi, *Mu'jamal-Mufahrasy*, Kairo: Darul Fikr, 1981, h, 141.

3. Memberikan loyalitas kepada orang-orang muslim. Dalam hal ini dimaksudkan agar dana milik orang-orang muslim dipergunakan untuk hal yang manfaat, juga dapat membuka lapangan pekerjaan untuk muslim yang lain.
4. Mengharap pahala dari Allah SWT dengan memberikan pinjaman yang baik.
5. Manfaat langsung dirasakan jamaah muslimin (dengan harga jual yang kompetitif).

C. Perilaku Bisnis Muslim

Seorang muslim adalah mereka yang telah berikrar dengan tulus bahwa tiada Tuhan selain Allah Swt dan bahwa Muhammad SAW adalah Rasulullah. Konsekuensi logis ikrar dimaksud adalah sifat tunduk dan patuh kepada Allah dan Rasul-Nya. Kepatuhan itu adalah ciri atau karakteristik setiap individu muslim. Segala yang telah disyariatkan Allah tiada jalan lain kecuali wajib dikerjakan, dan segala larangan-Nya dijauhi. Hal ini, meliputi segala aspek ajaran agama. Termasuk di dalamnya aspek hubungan dengan Allah (*ibadah mahdah*), maupun aspek hubungan sesama manusia dan lingkungan.

Dalam menjalankan kegiatan bisnis, seorang individu muslim dituntut untuk berperilaku yang sama. Semua sifat yang negatif dalam berbisnis seperti mengurangi timbangan, takaran, ukuran, memalsukan barang, berbohong, sistem riba dan lain-lain wajib dijauhi. Perilaku muslim dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, tidak boleh menyimpang dari segala ketentuan Allah. Aktivitas bisnis bagi seorang muslim tidak terlepas dari pandangan hidupnya seperti yang telah dijelaskan di atas. Artinya, setiap individu muslim mempunyai keyakinan bahwa setiap manusia berasal dari tidak ada. Allah menciptakannya menjadi ada dan hidup di alam dunia ini. Hidup di alam dunia tidak akan selamanya. Akhirnya, semua manusia pasti akan meninggal dunia lalu hidup di alam barzah (kubur). Pada hari kebangkitan nanti setiap individu akan mempertanggungjawabkan semua perbuatannya termasuk perilaku bisnis yang dilakukannya⁸⁹.

⁸⁹ Asmuni & Siti Mujiatun, *Bisnis Syariah: Suatu Alternatif Pengembangan Bisnis yang Humanistik dan Berkeadilan*, Medan: Perdana Publishing, 2013, h. 8.

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Praktik Bisnis di Muslim Mart Gunung Pati Semarang

Bisnis berbasis syariah dalam setiap kegiatan ekonominya harus selalu memperhatikan dan menerapkan nilai-nilai keislaman dalam aspek kegiatannya. Minimarket Muslim Mart merupakan usaha berbasis syariah yang dalam menjalankan kegiatan usahanya selalu berpedoman pada etika bisnis Islam dan senantiasa menjunjung tinggi nilai-nilai syariah Islam. Secara garis besar etika bisnis Islam yang diturunkan untuk menjalankan suatu bisnis ritel berpacu pada produk yang dijual, pelayanan yang disajikan dan pemasaran yang dilakukan dalam mempromosikan produknya. penulis akan menyajikan analisis penerapan praktik bisnis di minimarket Muslim Mart pada aspek produk, layanan serta sistem pemasaran.

1. Modal

Dalam menjalankan suatu kegiatan bisnis atau usaha, salah satu faktor utama yang mendukung keberlangsungan usaha tersebut adalah modal. Jika kita ibaratkan untuk memulai bisnis sama seperti membangun rumah, maka modal menjadi bagian dari pondasi rumah yang akan dibangun. Semakin kuat pondasi yang dibuat, semakin kuat rumah itu. Demikian pula pengaruh modal terhadap suatu usaha, keberadaannya, menjadi dasar awal dari usaha yang perlu dibangun. Beberapa modal yang dibutuhkan untuk menjalankan suatu usaha, antara lain tekad, pengalaman, keberanian, pengetahuan, jaringan, dan modal uang, namun kebanyakan orang menghalangi dalam memulai usaha karena sulitnya mereka mendapatkan modal uang. Oleh karena itu, diperlukan sejumlah alat sebagai dasar untuk menentukan besar kecilnya keuangan usaha yang dijalankan. Sumber modal komersial dapat diperoleh dari modal sendiri, bantuan pemerintah, lembaga keuangan, baik bank maupun lembaga keuangan bukan bank. Dalam penyediaan modalnya, minimarket Muslim Mart telah mengumpulkan modal dari para jama'ah dengan total senilai Rp. 250.000.000 yang berstatus pinjaman dengan akad mudharabah dan memiliki tenor atau jangka waktu pengembalian selama 5 Tahun (60 Bulan).⁹⁰

⁹⁰ Hasil wawancara online dengan Bapak Budi Setyawan, pada 8 Juli 2021.

Dengan memiliki modal yang sudah mencukupi untuk menjalankan praktik bisnis ritel, minimarket Muslim Mart juga memperhatikan produk yang berlabel halal. Produk yang akan diperjualbelikan harus memiliki status kehalalan yang jelas. Jika ada produk yang tidak mencantumkan label halal pada kemasannya, Muslim Mart akan meminta sertifikasi halal produk. Sesuai dengan perintah Allah SWT yang mengharuskan umat Islam untuk memakan makanan yang halal, makanan yang baik dan bersih, yang salah satunya tidak tercemar oleh unsur haram, seperti bangkai, darah, babi, dan lain sebagainya. Manusia hendaknya menjauhi makanan yang mengandung unsur tersebut agar terhindar dari penyakit dan dosa, karena unsur diatas merupakan hal yang dilarang oleh Allah SWT.

Saat ini sudah banyak perubahan yang membedakan Muslim Mart dan yang lainnya. Muslim mart tidak menjual barang-barang yang tidak halal, juga tidak menjual rokok, namun mereka menjual berbagai macam herbal kesehatan seperti madu kurma, habatusauda dan minyak zaitun, dan Muslim Mart menjual berbagai macam gamis dan koko juga kaos kaki panjang dan *niqab* untuk perempuan bercadar dengan harga yang relatif murah.

Kemudian saat ini Muslim Mart sudah memakai sistem komputer untuk mencatat keluar masuknya barang, mereka saat ini dapat melihat perkiraan konsumen yang datang per hari sekitar 200 orang, dan pendapatan per hari sekitar 10 juta, walaupun belum stabil untuk saat ini. Kasus *human error* pada Muslim Mart yang sebelumnya pernah terjadi juga belum menjadi pelajaran untuk menjadikan Muslim Mart lebih teliti dalam mendisplay produk, belum lama ini kasus konsumen komplain akan barang exp terjadi lagi. Kemudian penanganan kali ini masih sama dengan yang sebelumnya, konsumen dapat mengembalikan barang dalam keadaan sudah dibuka atau belum kemudian digantikan dengan barang baru. Dan yang membuatnya berbeda dari minimarket lain, Muslim Mart menerima pengantian produk yang sudah terjual dengan barang lain jika konsumen ingin menukar barang/salah beli, dengan syarat hanya berlaku pada hari tersebut dan membawa struk pembelian sebelumnya. Dan untuk meminimalisir kejadian seperti ini Muslim Mart saat ini hanya berfokus menjual barang yang banyak peminatnya atau dapat disebut pasti laku. Karena barang

kadaluwarsa tersebut juga tidak semua dapat di kembalikan kepada agen dan membuat kerugian bertambah⁹¹.

Dalam praktiknya, minimarket Muslim Mart tidak menjual dan membeli barang yang dilarang oleh Allah SWT seperti minuman keras atau minuman yang mengandung alkohol, rokok dan sebagainya. Minimarket Muslim Mart juga tidak menjual dan membeli barang yang tidak memiliki label halal. Hal tersebut dilakukan untuk menjaga terciptanya minimarket yang berwawasan syariah. Penerapan produk halal merupakan hal wajib dalam implementasi kebijakan minimarket Muslim Mart Gunungpati Semarang. Semua produk yang diperdagangkan di minimarket harus memiliki sertifikasi halal. Jika ditemukan produk yang tidak mencantumkan label halal pada kemasannya, pihak minimarket akan meminta perusahaan barang tersebut untuk menunjukkan sertifikasi halal. Dan jika perusahaan tidak bisa menunjukkan sertifikat halal, maka barang tersebut akan dikembalikan ke pemasok. Produk yang diperdagangkan jelas memiliki label halal pada kemasan produknya. Jika tidak ada label halal, barang akan langsung dikembalikan ke pemasok. Suatu produk dapat dikategorikan halal jika memiliki sertifikasi halal produk, memiliki label halal MUI, dan lolos uji tuntas Badan POM. Dalam memperdagangkan produk, minimarket Muslim Mart telah menerapkan prinsip syariah *al-Mas'uliyah* yaitu bertanggung jawab atas apa yang diperjualbelikan yaitu hanya memperdagangkan produk yang baik dan tidak melanggar nilai syariah dalam al-Qur'an maupun hadits yaitu produk perdagangan yang berlabel halal.

Modal merupakan salah satu indikator perkembangan usaha, karena dengan penggunaan modal yang paling optimal akan menjamin keuntungan yang maksimal dari perusahaan yang dikelola, karena semakin banyak modal yang dapat dikembangkan perusahaan maka semakin tinggi pula pangsa pasar usaha dan usaha tersebut. Sebaliknya, apabila modal perusahaan berkurang atau menjadi tidak berarti, kemungkinan besar perusahaan tidak akan mampu bertahan dalam waktu yang lama atau bahkan mengalami kebangkrutan.

⁹¹ Hasil Observasi Peneliti di Muslim Mart Gunung Pati Semarang, pada 14 April 2021.

2. Pendapatan

Tujuan utama kegiatan usaha adalah memaksimalkan usaha untuk mendapatkan laba bersih. Tentu saja, untuk menghasilkan laba atau pendapatan, suatu perusahaan harus bersedia menanggung biaya kegiatan operasinya. Pendapatan dan beban tidak dapat dipisahkan, dimana pendapatan merupakan hasil yang dapat diperoleh dari kegiatan operasi yang dilakukan oleh perusahaan, dan beban adalah biaya yang dikeluarkan atau digunakan untuk menghasilkan pendapatan yang diharapkan oleh perusahaan. Konsekuensinya, perusahaan perlu memperhatikan pendapatan dan beban yang dikeluarkan dalam menjalankan kegiatan operasinya agar perusahaan dapat memperoleh laba yang diinginkan untuk kelangsungan usahanya. Jika pendapatan lebih besar dari biaya, perusahaan akan memperoleh keuntungan, dan sebaliknya jika pendapatan lebih kecil dari biaya, perusahaan akan mengalami kerugian. Dengan memaksimalkan pendapatan, bisnis yang dikelola akan tumbuh. Dalam aspek pendapatan dalam praktik ritel bisnis syariah.

Dari wawancara yang dilakukan penulis tidak dapat dikatakan berapa pendapatan perbulannya, namun yang jelas pendapatan Muslim Mart Alhamdulillah selalu meningkat, walaupun mengalami penurunan dibandingkan masa sebelum pandemi. Alhamdulillah sesuai ekspektasi. Setiap hari omzet atau pendapatan kotor Rp. 5.000.000. Dari pendapatan yang diterima selalu digunakan untuk kegiatan sosial, misalnya untuk membayar santunan kepada anak yatim⁹². Kegiatan sosial menyantuni anak yatim didistribusikan tidak melalui saluran lembaga, tetapi langsung ke penerima. Dengan datang ke panti dan kemudian meminta izin untuk merekrut sejumlah anak yatim, mereka akan menerima santunan langsung. Jika pendapatan perusahaan selalu meningkat, kemungkinan besar perusahaan akan tumbuh. Dengan pendapatan yang terus tumbuh, perusahaan akan segera dapat membuka cabang di daerah lain.

3. Volume Penjualan

Penjualan merupakan kegiatan puncak semua perusahaan dalam usaha/usaha untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Di Muslim Mart, penjualannya selalu meningkat, terbukti dari wawancara dengan pemilik Muslim Mart sendiri, yang mengatakan: “Alhamdulillah, ketika ditanya apakah meningkat selama pandemi ini, apakah itu benar-benar menurun. Alhamdulillah penjualan kami selalu meningkat,

⁹² Hasil wawancara online dengan Bapak Budi Setyawan, pada 8 Juli 2021.

walaupun menurun dibandingkan masa sebelum pandemi, Alhamdulillah jadi dari awal buka, lalu kami punya strategi pemasaran, promosi seperti apa, Alhamdulillah masih selalu pertumbuhan. Apa strateginya? Sebenarnya, Bu, itu strategi yang bagus untuk bertemu langsung dengan komunitas, lalu siapa yang memasarkan Muslim Mart? Pemasaran tidak langsung Muslim Mart adalah pembeli itu sendiri, ketika pembeli masuk ke sini, dia nyaman berbelanja di sini, dia bertanya-tanya mengapa konsepnya Syariah, konsepnya adalah Murottalan, pembelian di mal muslim transparan, harga sesuai, pembelian di muslim mart menerima salam ramah, sopan dll, ini sebagai bahan pemasaran kepada pembeli. Strateginya adalah memperkuat apa yang telah menjadi sebuah konsep. Jika volume penjualan dalam suatu perusahaan terus meningkat, maka kemungkinan besar perusahaan tersebut akan tumbuh dan berkembang”⁹³. Hal ini juga dibuktikan dengan rencana pembukaan cabang di seluruh Indonesia, sehingga yang berkembang di Indonesia tidak hanya bisnis ritel biasa, tetapi juga dapat berkembang bisnis ritel syariah.

Prinsip-prinsip syariah yang diterapkan minimarket Muslim Mart dalam aspek pemasaran sebagai berikut:

- a. Promosi yang dilakukan dengan jujur. Media yang digunakan adalah, menyebarkan brosur, dan pemasangan banner atau baliho. Sebar brosur dilakukan setidaknya sebanyak satu bulan sekali. Sebagaimana firman Allah Swt dalam QS. Al-Isra’ (17) ayat 35 yang berbunyi:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطِاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

*Artinya: Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan timbangan yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.*⁹⁴

Ayat diatas menjelaskan bahwa dalam melakukan transaksi jual beli maka hendaklah adil dalam menakar, tidak berat sebelah. Dan jadilah pedagang yang jujur dalam berdagang. Perintah tersebut sudah diterapkan Muslim Mart dalam aspek promosi, aktivitas tersebut dilakukan agar tercipta keseimbangan antara penjual dan pembeli.

⁹³ Hasil wawancara online dengan Bapak Budi Setyawan, pada 8 Juli 2021.

⁹⁴ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahannya*, h. 77, QS. Al-Isra’/17:35.

- b. Tidak adanya manipulasi harga. Harga yang ditentukan oleh Muslim Mart sesuai dari *supplier* dan harga tersebut akan menjadi patokan pada saat berjualan.

Dalam aspek pemasaran, prinsip syariah yang diterapkan adalah prinsip kejujuran (*al-ṣidq*) dan kebenaran. Karena dalam mempromosikan suatu produk, Muslim Mart tidak melakukan praktik curang dalam kegiatan ekonominya. Sedangkan Muslim Mart menerapkan prinsip kejujuran dalam melakukan promosi dan tidak ada manipulasi harga oleh karyawan Muslim Mart.

Hal ini dilakukan semata untuk menarik hati pelanggan yang nantinya akan memberitahu orang lain baik melalui media sosial (facebook, instagram, line, whatsapp, twiter dan sebagainya) atau langsung bahwa di Muslim Mart pelayanannya bagus, karyawannya ramah, sopan, dan baik hati dan lain sebagainya. Sehingga orang yang membaca atau mendengarkan cerita pelanggan suatu perusahaan akan penasaran dengan apa yang sedang diceritakan. Kemudian akan mencoba berbelanja di tempat itu.

4. Tenaga Kerja

Dalam menjalankan suatu usaha, manusia memegang peranan yang sangat penting dalam perkembangan usaha, karena manusia dan pelayanan yang baik akan mempengaruhi jumlah pelanggan yang berbelanja pada perusahaan tersebut. Muslim Mart memiliki 5 staf dan Alhamdulillah pelayanan yang diberikan oleh staf sangat baik. Mereka melakukan pekerjaan mereka dengan baik. Misalnya, saat kita menyapa dan melayani setiap orang yang masuk, lalu setelah operasi kasir, kita juga mengucapkan "terima kasih, semoga berkah".⁹⁵

Menurut hasil wawancara yang telah penulis lakukan dengan karyawan, "karyawan yang ingin melamar ke Muslim Mart harus melakukan tiga hal, yaitu yang pertama harus beragama Islam, yang kedua harus sholat 5 waktu, dan yang terakhir harus bisa membaca Al Quran. Ketika 3 hal ini sudah sesuai dengan sumber daya manusia, insya Allah pekerjaannya akan amanah, ketika dia amanah, bertanggung jawab, amanah, maka dia melakukan pekerjaannya dengan baik, tidak diragukan lagi dia akan melakukan pekerjaan dengan benar-benar amanah artinya ini seseorang Dilihat dari agamanya, jika agamanya baik, insya Allah akhlaknya juga baik,

⁹⁵ Hasil Observasi Peneliti di Muslim Mart Gunung Pati Semarang, pada 14 April 2021.

sebaliknya jika agamanya kacau, maka etikanya juga akan kacau. Jadi karyawan disini harus beragama Islam⁹⁶.

Hal tersebut ditegaskan oleh hasil wawancara dengan karyawan: “Sebelum melamar pekerjaan di sini harus bisa membaca Al Quran, jadi sebelum mulai bekerja di sini, kita diuji satu per satu tentang membaca Al Qur'an. Selain itu, kita harus sholat 5 waktu dan, tentu saja hal tersebut merupakan kewajiban bagi setiap Muslim. Selain itu, hal ini diperkuat dengan hasil observasi pada pelayanan karyawan di Muslim Mart yang menurut saya sangat baik, mereka melayani saya dengan sangat baik. Salah satu konsumen menambahkan “Rumah saya jauh dari sini mbak, tapi kalau belanja bulanan, insya Allah saya selalu ke sini mbak karena produk halal dijamin halal, dan pelayanan yang baik membuat saya nyaman berbelanja disini. Jadi, jika staf di perusahaan baik dalam hal apa pun, termasuk di bidang jasa, itu akan berkontribusi pada pengembangan bisnis. Karena apabila pelayanan baik, maka akan mempengaruhi minat konsumen untuk bertahan sebagai pelanggan di perusahaan tersebut.

B. Kesesuaian Penerapan Praktik Ritel Syariah dengan Etika Bisnis Islam di Muslim Mart Gunung Pati Semarang

Suatu bisnis diciptakan untuk menghasilkan barang dan jasa, sehingga dalam mencapai kemakmuran manusia diperlukan upaya dan tenaga untuk memenuhi kebutuhan hidup, dengan kata lain pengaruh pembangunan masyarakat ditentukan oleh ilmu yang dimiliki dalam menentukan kebaikan, keburukan, maupun benar dan salah dalam berbisnis. Pengetahuan memberikan pengaruh penting dalam melakukan kegiatan usaha perdagangan dengan tujuan agar kegiatan usaha dapat memperoleh keuntungan yang diinginkan sesuai dengan bisnis syariah. Dalam memberikan kepuasan kepada konsumen, Muslim Mart Gunung Pati Semarang melakukan berbagai cara untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal. Namun dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, Pemilik usaha ritel di Indonesia yang beragama Islam sudah mengetahui cara berbisnis yang sesuai dengan Islam, namun ada pula yang menjalankan praktik etika bisnis dan ada pula yang tidak. Pemahaman pelaku bisnis ritel tentang etika bisnis Islam belum sepenuhnya diterapkan, sehingga masih banyak celah bagi pelaku usaha tersebut untuk melakukan kecurangan.

⁹⁶ Hasil Wawancara kepada salah satu karyawan di Muslim Mart Gunung Pati Semarang, pada 14 April 2021.

Pada bagian ini, penulis akan memaparkan analisis penerapan etika bisnis Islam di Muslim Mart yaitu kesatuan (tauhid), keseimbangan (keadilan), tidak melakukan monopoli, bertanggung jawab, jujur, dan parameternya adalah modal, pendapatan, volume penjualan, dan tenaga kerja. Berikut ini uraian dari analisis penerapan etika bisnis Islam di Muslim Mart Gunungpati Semarang:

1. Penerapan Kesatuan (Tauhid)

Hasil penelitian yang dilakukan di lapangan menunjukkan bahwa Muslim Mart Gunungpati Semarang telah menerapkan etika tauhid dalam praktik ritel yang dilakukannya. Hal tersebut terlihat dari adanya jam istirahat pada waktu sholat. Ini menunjukkan bahwa Muslim Mart masih menyebut Allah di atas segalanya. Selain itu, Muslim Mart juga memberikan 25% dari laba bersihnya untuk kegiatan sosial dan diberikan kepada masyarakat yang berhak menerimanya. Menurut pengamatan penulis, kualitas produk dan proses produksinya sangat-sangat terjaga dan kualitas pekerjaan Sumber Daya Manusia pun juga sangat terjaga. Dan tentunya unsur keIslaman dalam perusahaan diutamakan yang ditandai dengan kegiatan pengajian, dan setiap kali sebelum melakukan kegiatan jualan, mereka selalu salat berjamaah. Karena manajemen seluruh karyawan disini tidak hanya memikirkan menjual, tidak hanya untuk mendapatkan keuntungan dari menjual, tapi disinilah sebenarnya kami berdakwah syi'ar. Karena jika kita hanya mengejar dunia maka dunia akan menyertai kita, jika kita mengejar akhirat maka akhirat akan menyertai kita, sedangkan jika kita mengejar dunia dan akhirat maka kita akan mendapatkan dunia dan akhirat. Oleh karena itu, prinsip keesaan (tauhid) sangat diperlukan dalam menjalankan atau mengerjakan segala sesuatu⁹⁷.

Ada sedikit banyak perubahan dari prasurvey yang penulis lakukan diawal sampai akhir skripsi ini dibuat, Muslim Mart tanggap dalam menangani saran dari penulis tentang bagaimana minimarket syariah yang pada umumnya. Seperti jika sebelumnya muslim mart tidak memiliki kotak amal atau infak kini mereka memilki kotak amal yang dibagi 3 bagian, yaitu zakat, infak, dan uang riba. Yang nantinya zakat akan disalurkan kepada masjid dan pondok-pondok pesantren kemudian infak untuk kaum

⁹⁷ Hasil Wawancara dengan Bapak Budhi Setyawan selaku Owner Muslim Mart Gunung Pati Semarang, pada 14 April 2021.

shuafa dan uang riba disalurkan untuk fasilitas umum seperti pembangunan jalan atau jembatan juga kamar mandi umum⁹⁸.

Kemudian Muslim Mart berikan porsi nominal tertentu dari bisnis ini kepada mereka yang berhak menerimanya (Kayawan 1). Pernyataan dari kedua sumber di atas didukung oleh hasil wawancara dengan karyawan. Subjek KS1 mengatakan "... pagi kita harus mengaji tadarus dulu selama 30 menit, shalat tepat waktu, jika waktu shalat ditutup murottalan, kita harus memberitahukan konsumen bahwasannya toko akan tutup sementara"⁹⁹. Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan subjek (consumer1) yang menyatakan bahwa Muslim Mart telah menerapkan prinsip syariah. Seperti yang diungkapkan oleh subjek, "jika waktu masuk shalat tutup dan tidak menerima pembeli maka akan terus disugahi murottal bernuansa Islami sambil menyapa juga". Hal senada juga diungkapkan oleh konsumen KS2 "Biasanya ada kajian yang baik ya, setiap jam buka pada waktu shalat tutup terus set murottal-murottal"¹⁰⁰. Di Muslim Mart ini sudah menerapkan prinsip tauhid, misal 10 menit sebelum azan dikumandangkan akan ada notifikasi guna mempercepat penyelesaian kegiatan belanja, apabila belum selesai maka kegiatan dihentikan dan barang disetorkan terlebih dahulu, kemudian ikut melaksanakan shalat fardhu di masjid warga dekat Muslim Mart Mart¹⁰¹. Hal tersebut juga diperkuat saat penulis melakukan observasi. (Observasi) Selain itu, berdasarkan hasil wawancara didapatkan bahwa Muslim Mart aktif dalam membantu kondisi sosial dan dukungan kepada masyarakat, berdasarkan observasi sebelumnya diketahui bahwa 25% dari keuntungan yang diperoleh disumbangkan kepada masyarakat tersebut yang membutuhkan, dengan memberikan santunan kepada anak yatim piatu, cara Muslim Mart bukan memberikannya melalui lembaga, melainkan mendatangi lembaga tersebut dan meminta kepada sejumlah anak yatim piatu agar segera menerima sumbangan yang diberikan. Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat dikatakan bahwa Muslim Mart bukan hanya sebuah usaha retail yang semata-mata mencari keuntungan tetapi tetap peduli dengan lingkungan sekitarnya, salah satunya dengan memberikan beberapa persen dari keuntungan untuk disumbangkan dan dalam bentuk bansos lain.

⁹⁸ Hasil Observasi Peneliti di Muslim Mart Gunung Pati Semarang, pada 14 April 2021.

⁹⁹ Hasil Wawancara dengan Bapak Budhi Setyawan selaku Owner Muslim Mart Gunung Pati Semarang, pada 14 April 2021.

¹⁰⁰ Hasil Wawancara dengan Bapak Budhi Setyawan selaku Owner Muslim Mart Gunung Pati Semarang, pada 14 April 2021.

¹⁰¹ Hasil Observasi Peneliti di Muslim Mart Gunung Pati Semarang, pada 14 April 2021.

Dalam bisnis syariah seseorang harus memperhatikan dan membantu lingkungan sekitar yang membutuhkan pendampingan apapun statusnya. Jika suatu perusahaan menerapkan prinsip ketaatan maka akan berdampak baik bagi kemajuan bisnis, karena itu diterapkan. Prinsip ini berarti bahwa segala aktivitas yang dilakukan, InsyaAllah diridhoi oleh Allah¹⁰².

2. Penerapan Keseimbangan (Keadilan)

Muslim Mart telah menerapkan etika keseimbangan pada perusahaan, dimana yang dimaksud keseimbangan tidak egois tetapi juga mementingkan kepuasan orang lain. Dengan terciptanya keseimbangan antara penjual dan pembeli, terjadi sosialisasi yang baik dan tidak merugikan kedua belah pihak. Hal ini terlihat dari kualitas produksi dan distribusi yang dilakukan oleh perusahaan. Baik kualitas produksi maupun distribusi bertujuan untuk melayani kebutuhan konsumen dan memberikan produk yang terbaik bagi konsumen. Singkatnya, konsep keadilan adalah ketika perusahaan memberikan produk terbaik bagi konsumen, konsumen juga akan memberikan loyalitas terbaik kepada perusahaan, sehingga baik perusahaan maupun konsumen akan memiliki sosialisasi yang baik diantara mereka.

Selain itu sistem pemberian gaji karyawan disini adalah bulanan, jadi setiap tanggal 25 gaji pasti sudah kita berikan kepada karyawan, dan pembayaran gaji selama ini tidak pernah ada penundaan, atau selalu tepat waktu, tidak ada satupun karyawan disini, Insya Allah semoga kedepan tidak ada yang dirugikan. Dengan menerapkan prinsip keseimbangan usaha maka akan mempengaruhi kemajuan usaha. Karena dengan perusahaan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen dan karyawan, semua pihak merasakan manfaat yang sama, dan pada akhirnya mereka akan merasa nyaman berbelanja di Muslim Mart, apalagi sekarang dengan kecanggihan zaman dapat berpromosi di media sosial yang seiring dengan perkembangan zaman, pelanggan yang merasa nyaman berbelanja di perusahaan yang akan memposting atau menceritakan bagaimana pengalamannya berbelanja di perusahaan tersebut, setelah itu banyak yang membaca dan tertarik mencoba berbelanja di tempat tersebut, dan akhirnya pelanggan akan bertambah hari demi hari.

¹⁰² Kertajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula.S, Syariah Marketing, Bandung:Mizan Pustaka, 2006, h.22.

Hal tersebut menjadi salah satu yang dapat membuat bisnis atau bisnis menjadi berkembang. Selain konsumen terlayani dengan baik, karyawan juga dilayani dengan baik, jika sudah demikian maka karyawan yang bekerja di perusahaan juga akan betah dan selalu semangat dalam melakukan aktivitas jual beli¹⁰³.

3. Penerapan Tidak Melakukan Monopoli (*free will*)

Hasil penelitian yang dilakukan di lapangan menunjukkan bahwa Muslim Mart telah menerapkan etika kehendak bebas dalam sistem perusahaan. Bisa dilihat dari Muslim Mart yang memiliki standar produk tersendiri dibanding perusahaan lain. Dan dilihat dari pemilihan kualitas barang yang akan dijual ke perusahaan. Produk yang akan dipasarkan merupakan produk yang jelas halal, sehingga konsumen tidak perlu khawatir dengan kualitas dan tingkat kehalalan produk yang dijual di Muslim Mart¹⁰⁴. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola Muslim Mart, Muslim Mart memiliki regulasi tersendiri bagi UMKM yang ingin menitipkan barang dagangannya di Muslim Mart. Salah satunya adalah label halal yang wajib ada di setiap kemasan. Hal tersebut didukung oleh pengamatan penulis yang langsung mendatangi dan melihat bahwa semua barang yang disediakan di Muslim Mart sudah berlabel halal. Karena Allah memerintahkan dalam Surat Al Baqarah ayat 172 yang artinya:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

*Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Makanlah dari rezeki yang baik yang Kami berikan kepada kamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika kamu hanya menyembah kepada-Nya. (Al-Baqarah:172)*¹⁰⁵

Allah telah mengijinkan manusia untuk makan semua makanan yang halal, diperbolehkan bagi semua manusia untuk makan makanan yang enak dan enak dan bukan yang kotor dan keji yang diciptakan di bumi, sehingga kita sebagai manusia harus bersyukur atas anugerah yang Allah telah diberikan. Allah melarang semua hal tersebut karena merugikan manusia, misalnya: Larangan bangkai sangat wajar karena hewan yang mati karena pnuaan, atau mati karena penyakit, pada dasarnya mati karena zat beracun. Jika kemudian hewan yang mati dengan cara ini dikonsumsi oleh manusia, kemungkinan besar ia akan diracuni. Selain itu, hewan yang mati dengan cara

¹⁰³ Hasil Observasi Peneliti di Muslim Mart Gunung Pati Semarang, pada 14 April 2021.

¹⁰⁴ Hasil Observasi Peneliti di Muslim Mart Gunung Pati Semarang, pada 14 April 2021.

¹⁰⁵ Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Quran... h. 53, QS. Al-Baqarah/2:172.

ini (dan juga yang mati karena mati lemas) darahnya akan disimpan di dalam tubuhnya, meskipun seperti yang diketahui, darah menyimpan zat beracun yang bersembunyi di pembuluh darah dan urin. Begitu juga dengan daging babi, dagingnya mengandung berbagai kuman yang jelas akan merugikan orang yang memakannya. Jadi ketika ada sesuatu yang kecil, dan suci apapun yang masuk ke tubuh kita sesuatu yang tidak halal atau haram itu akan menghalangi kita masuk surga. Berhati-hatilah di sini. Seteguk, sepotong, sebatang rokok dan sebagainya itu tidak baik. Karena ada lebih banyak kerugian daripada manfaat bagi tubuh kita¹⁰⁶. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara dengan karyawan di Muslim Mart, faktor kehalalannya suatu barang yang diperdagangkan menjadi faktor yang sangat bagi kami, karena harus sesuai namanya. Bagi perusahaan sendiri tidak mungkin namanya syaria'ah kok barang yang dijual tidak sesuai syariah”¹⁰⁷.

Untuk harga yang ditawarkan Muslim Mart, sebisa mungkin mereka membuat harga-harga barang yang dijual dapat dibeli konsumen dengan harga yang lebih murah dari minimarket lain, semisal merek *le minerale* pada Indomart dijual dengan harga dua ribu lima ratus Rupiah di Muslim Mart menjual dengan harga dua ribu Rupiah. Dan produk-produk lain seperti indomie atau sembako. Mereka juga menjual minuman *home made* seperti susu kurma dan kurma curah. Dan yang membedakan pada Muslim Mart mereka menerima pengantaran barang kerumah pembeli, kebanyakan yang sudah berlangganan hanya memesan via aplikasi Whatsapp saja kemudian minta diantar dan dibayar dimuka.

Selain itu diperkuat juga dengan hasil wawancara dengan konsumen" Saya sudah komplain disini, karena harga di rak lebih murah dibanding harga di komputer, siapapun orangnya pasti akan komplain kalau hal seperti itu terjadi”¹⁰⁸. Jadi kalau *free will* ini diterapkan bagi suatu perusahaan akan sangat berpeluang menjadi bisnis atau bisnis yang akan maju., karena dengan adanya perusahaan yang mempunyai nama unik yaitu Muslim Mart akan membuat pelanggan penasaran dengan sistem operasional dan produk yang dijual di Muslim Mart, dan namanya yang unik (syariah) akan memperkuat kepercayaan pelanggan terhadap Muslim Mart. Karena terlihat dari

¹⁰⁶ Hasil Observasi Peneliti di Muslim Mart Gunung Pati Semarang, pada 14 April 2021

¹⁰⁷ Hasil Wawancara dengan Bapak Budhi Setyawan selaku Owner Muslim Mart Gunung Pati Semarang, pada 14 April 2021.

¹⁰⁸ Hasil Wawancara dengan Bapak Budhi Setyawan selaku Owner Muslim Mart Gunung Pati Semarang, pada 14 April 2021.

mayoritas masyarakat Indonesia yang beragama Islam. Bukan hanya nama-nama yang syariah tetapi juga pelayanan yang baik dan produk yang ada di dalamnya dijamin pasti halal.

4. Penerapan Bertanggung Jawab

Prinsip tanggung jawab erat kaitannya dengan prinsip tauhid, keseimbangan dan kehendak bebas. Semua kewajiban perlu dihormati kecuali secara moral salah. Seseorang tidak dapat menyalahkan seseorang atas tindakannya sendiri tetapi dia harus memikul tanggung jawab tertinggi atas tindakannya sendiri¹⁰⁹. Perusahaan juga menerapkan etika tanggung jawab dengan membuat sertifikat perusahaan sehingga berbadan hukum. Perusahaan yang telah tersertifikasi atau telah berbadan hukum menunjukkan keseriusan perusahaan dalam mendirikan perusahaan sebagai upaya untuk bertanggung jawab kepada konsumen. Karena dalam menjalankan bisnis yang diutamakan adalah kenyamanan konsumen yaitu dengan melayani mereka dengan baik dan bertanggung jawab.

Muslim Mart juga sangat bertanggung jawab jika ada konsumen yang mengeluh, karena yang dikeluhkan konsumen adalah kesalahan perusahaan itu sendiri, dan jika keluhan pelanggan tersebut justru merugikan perusahaan maka mereka akan menanggungnya. Di situlah letak tanggung jawab, keseriusan dan tanggung jawab etika diterapkan ke Muslim Mart. Misalnya jika ada konsumen yang mengeluhkan ketidaksesuaian antara harga di rak dengan harga di sistem, maka perusahaan akan mengikuti harga di rak, padahal harga di rak lebih mahal. Nah yang pertama kali dilakukan perusahaan adalah meminta maaf kepada konsumen, menyesuaikan harga di rak meskipun harganya lebih murah dari harga di sistem. Hal tersebut diperkuat dengan hasil wawancara dengan karyawan “jika ada konsumen yang komplain hal yang pertama kita lakukan adalah meminta maaf kepada konsumen, kemudian kita akan sesuaikan harga di rak walaupun harganya lebih murah”¹¹⁰. Jika prinsip tanggung jawab ini diterapkan pada suatu bisnis maka akan meningkatkan reputasi perusahaan itu sendiri. Apabila pelayanan kepada konsumen baik maka konsumen akan nyaman dan akan selalu berbelanja di perusahaan, selain itu mereka akan mengajak dan

¹⁰⁹ Muhammad Djakfar, *Agama Etika dan Ekonomi: Wacana Menuju Pengembangan Ekonomi Rabbaniyah*, Malang: UIN Malang Press, 2017, h.38.

¹¹⁰ Hasil Wawancara dengan Bapak Budhi Setyawan selaku Owner Muslim Mart Gunung Pati Semarang, pada 14 April 2021.

menceritakan pengalaman berbelanja di perusahaan tersebut, misalnya jika berbelanja di Muslim Mart enak, ada selalu main murattal disana, jika konsumen masuk akan disambut dengan salam, intinya belanja ditempat itu bikin hati nyaman. Dengan cerita ini, banyak orang akan penasaran, apakah ini benar-benar fiktif belaka. Jika demikian, maka akan ada lebih banyak pelanggan bagi perusahaan dan kemungkinan besar perusahaan akan berkembang dan berkembang.

Selain itu, tampilannya seperti supermarket biasa, dimana telah terjadi keluhan konsumen yang diakibatkan oleh ketidaksesuaian antara harga di rak dengan harga di kasir, dimana harga di rak lebih murah dari harga di sistem kami. Perusahaan akan mengacu pada harga yang ada di rak, meskipun lebih murah. Lalu bagaimana dengan kerugian? Nah itu yang menjadi tanggung jawab perusahaan, karena ini adalah kesalahan perusahaan dan salah satu tanggung jawab kami kepada konsumen. Karena disini kami sangat mengutamakan kenyamanan konsumen¹¹¹. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara dengan karyawan bahwa memang setiap hari ke-25 mereka sudah menerima gaji. Setiap tanggal 25, semua karyawan telah menerima gaji mereka. Dan Alhamdulillah sampai saat ini kami tidak pernah mengeluhkan gaji yang diberikan kepada kami¹¹². Selain itu, “memang ada keluhan disini, karena ketidaksesuaian harga barang di rak dan di sistem kami, kenapa mengeluh karena harga di rak lebih murah dari harga di sistem. Misalnya harga di rak Rp 12.000 sedangkan harga di sistem 15.500 ya otomatis konsumen komplain.

5. Penerapan Kejujuran

Muslim Mart menjalankan bisnis dengan tidak berbohong, tidak menutupi cacat produk, tidak memanipulasi produk yang dijual, tidak melakukan penipuan dalam berbisnis, memberikan segala informasi mengenai detail barang yang dijual. Misalnya dari hasil wawancara dengan pengelola Muslim Mart bahwa sebelum melakukan transaksi harus terlebih dahulu memberikan penjelasan tentang syarat dan ketentuan dalam transaksi *delivery order* kepada pelanggan di awal transaksi. Karena kejujuran itu sendiri merupakan prinsip esensial dalam berbisnis. Selain itu, dalam Muslim Mart, kesopanan karyawan telah dilaksanakan dengan baik, misalnya dari hasil wawancara dan observasi setiap pelanggan yang masuk ke Muslim Mart mendapatkan senyum dan

¹¹¹ Hasil Observasi Peneliti di Muslim Mart Gunung Pati Semarang, pada 14 April 2021.

¹¹² Hasil Wawancara dengan Bapak Budhi Setyawan selaku Owner Muslim Mart Gunung Pati Semarang, pada 14 April 2021.

salam dari karyawan. Selain itu perusahaan juga mengajarkan kepada karyawan bagaimana cara melayani pelanggan, sehingga setiap pelanggan yang masuk diberikan sapaan “Assalaamu'alaikum pak, bu, mbak, mas selamat datang, ada yang bisa saya bantu?”, agar konsumen nyaman juga ada unsur doa dari salam kemudian setelah transaksi di kasir. Kami juga ucapkan “terima kasih semoga berkah” ada unsur syukur kita karena konsumen sudah datang berbelanja dan ada unsur doa” (Pengamatan). Jika prinsip kejujuran ini diterapkan pada suatu perusahaan maka konsumen akan nyaman belanja di perusahaan kita. Dengan demikian pelanggan suatu perusahaan akan semakin bertambah dan hal ini akan berdampak pada kemajuan bisnis itu sendiri, karena perusahaan tanpa konsumen tidak akan berarti¹¹³.

Dan jika pada masa bulan Ramadhan menjelang lebaran Idul Fitri, Muslim Mart menerima pesanan berupa parcel dan hampers, mereka menyediakan rincian barang yang biasanya terdapat didalam hampers seperti gula, minyak, sirup, beras, mie, biskuit, tepung, dan dapat divariasikan tergantung *bugdet* pembeli. Hal tersebut menunjukkan bahwasannya Muslim Mart jujur dalam menjual barang dagangannya karena terlihat adanya transparansi mengenai produk yang dijual.¹¹⁴

¹¹³ Hasil Observasi Peneliti di Muslim Mart Gunung Pati Semarang, pada 14 April 2021.

¹¹⁴ Hasil Observasi Peneliti di Muslim Mart Gunung Pati Semarang, pada 14 April 2021.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Praktik bisnis yang dijalankan Muslim mart Gunungpati Semarang dalam menjalankan kegiatan usahanya tercermin dari beberapa aspek yaitu pada aspek produk yang tersedia minimarket menerapkan prinsip *al-Mas'uliyah* (bertanggung jawab) dengan menerapkan kebijakan yang hanya memperdagangkan produk halal. Dalam aspek pelayanan, minimarket menerapkan asas *ihsan* dalam kebijakannya yaitu semaksimal mungkin memberikan pelayanan yang terbaik (*service excellence*) dan penerapan asas *al-mas'uliyah* (bertanggung jawab) dalam kebijakannya yaitu bertanggung jawab atas konsekuensi yang terjadi jika konsumen mengeluh. Dalam aspek pemasaran, minimarket menerapkan prinsip kejujuran (*al-sidq*) dan kebenaran yang dalam praktiknya memberikan promosi secara jujur dan tidak memanipulasi harga. Pada aspek sistem kerjasama dan bagi hasil dengan mitra, minimarket menerapkan prinsip *al-Kifayah* (bantuan untuk membantu), karena dalam penerapannya kedua belah pihak membutuhkan dukungan yang saling menguntungkan melalui cara yang *syirkah*. Dalam praktiknya, keempat aspek tersebut tidak memuat hal-hal yang dilarang atau dilarang dalam prinsip syariah atau nilai-nilai Islam dalam muamalah. Muslim Mart sudah cukup sesuai dengan penerapan prinsip syariah Islam secara keseluruhan. Namun, penulis menemukan bahwasannya Muslim Mart belum menerapkan 3S secara keseluruhan. Muslim Mart tidak mewajibkan mengucapkan salam kepada konsumen yang datang
2. Kesesuaian etika bisnis Islam yang diterapkan di Muslim Mart Gunungpati Semarang dalam menjalankan kegiatan usahanya tercermin dari beberapa aspek, karena Muslim Mart mengedepankan nilai syariah Islam dalam operasionalnya. Hal ini ditunjukkan dengan adanya pengajian dan pembekalan sebelum menjalankan aktivitas jual beli sehari-hari. Dalam hal penerapan aksioma etika bisnis Islam yaitu tauhid, keseimbangan, tanggung jawab, kehendak bebas, dan

kebenaran (Ihsan) serta hasil penelitian yang dilakukan, Muslim Mart telah mengintegrasikan kelima aksioma etika bisnis Islam ke dalam beberapa aspek parameter kemajuan bisnis. Beberapa aspek parameter kemajuan usaha yang penulis gunakan adalah modal, pendapatan, volume penjualan dan tenaga kerja.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan diatas, untuk pengembangan Muslim Mart, penulis akan memberikan beberapa saran sebagaimana berikut:

1. Bagi Muslim Mart Gunungpati Semarang
 - a. Muslim Mart hendaknya tetap *istiqamah*/konsisten dalam menjalankan aksioma etika bisnis Islam tersebut, supaya bisnis yang dijalankan dapat berkembang seiring erjalannya waktu, dan dapat beroperasi dengan lancer dalam jangka waktu yang lama.
 - b. Muslim Mart hendaknya memenuhi kelengkapan produk retailnya untuk menarik minat calon konsumen dan konsumen tetap dengan tetap mengutamakan kehalalan produk yang akan dijual.
 - c. Muslim Mart hendaknya mengikuti perkembangan pemasaran di era digital karena saat ini mayoritas pelaku bisnis sudah menerapkan digitalisasi dalam menjalankan bisnisnya. Muslim Mart hendaknya mempersiapkan akun official di media sosial seperti Whatsapp, Facebook, Instagram dan lain sebagainya untuk menunjang operasional pemasaran secara digital.
 - d. Muslim Mart hendaknya lebih meningkatkan promosi ke beberapa wilayah khususnya didaerah Semarang untuk terus menarik masyarakat berbelanja di Muslim Mart.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
 - a. Penelitian ini hanya meneliti beberapa aspek variabel yang telah ditentukan oleh penulis dan diharapkan agi para peneliti selanjutnya agar bisa menambah terkait aspek variabel yang masih memiliki pengaruh dari penilitian sebelumnya.
 - b. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai landasan bagi peneliti selanjutnya. Karena banyak sekali inspirasi yang didapatkan oleh penulis ketika melakukan penelitian di Muslim Mart. Semoga pada peneliti

selanjutnya melakukan penelitian pada perusahaan yang sama, sistem manajemen perusahaan sudah lebih baik dan lebih professional supaya peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian lebih dalam dan lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdul Baqi, Fu'ad. *Mu'jamal-Mufahrasy*. Kairo: Darul Fikr. 1981.
- Abdullah, Ma'ruf. *Wirausaha Berbasis Syariah*. Banjarmasin: Antasari Press. 2011.
- Agoes, Sukrisno & I Cenik Ardana. *Etika Bisnis dan Profesi Tantangan Membangun Manusia Seutuhnya*. Jakarta: Salemba Empat. 2014.
- Ari Kunto, Suharsimi. *Prosedur Penelian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta. 2010.
- Arif, M. Nur Rianto & Euis Amalia. *Teori Mikro Ekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional*. Jakarta: Kencana. 2010.
- Arifin, Johan. *Etika Bisnis Islami*. Semarang: Walisongo Press. 2009.
- Ar-Rifa'i, Muhammad Nasib. *Taisiru al-Aliyyul Qadir Ii Ikhtishari Tafsir Ibnu Katsir*. Terj. Syihabuddin. Jakarta: Gema Insani Press. 1999.
- Asmuni & Siti Mujiatun. *Bisnis Syariah: Suatu Alternatif Pengembangan Bisnis yang Humanistik dan Berkeadilan*. Medan: Perdana Publishing. 2013.
- Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahannya*. Surakarta: Zayid Books, 2009.
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Malang: UIN-Malang Press. 2007.
- Ghazaly, Abdul Rahman. *Fiqih Muamalah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2010.
- Hasan, Ali. *Menejemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2009.
- Hasan, Ali. *Manajemen Bisnis Syari'ah Kaya di Dunia Terhormat di Akhirat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2009.
- Idrus, Muhammad. *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Erlangga. 2009.
- Jusmaliani. *Bisnis Berbasis Syariah*. Jakarta: Bumi Aksara. 2008.
- Kartajaya, Hermawan & Muhammad Syakir Sula. *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan. 2006.
- Malahayati. *Rahasia Sukses Bisnis Rasulullah*. Yogyakarta: Jogja Great Publisher. 2010.
- Mardani. *Hukum Bisnis Syariah*. Jakarta: Prenadamedia Group. 2014.
- Moleong, Lex. S. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2009.

- Muhammad, Fauroni, R, Luqman. *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*. Jakarta: Salemba Diniyyah. 2002.
- Qarhawi, Yusuf. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani. 1997.
- Rasyid, Daud. *Islam Dalam Berbagai Dimensi*. Jakarta : Gema Insani Press. 1998.
- Rivai, Veithzal. *Islamic Marketing*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka. 2012.
- Rokan, Mustafa Kamal. *Hukum Persaingan Usaha*. Jakarta: Rajawali Pers. 2012.
- Sedarmayanti & Syarifudin Hidayat. *Metode Penelitian*. Bandung: Mandar Maju. 2002.
- Shobron, Sudarno. *Studi Islam jilid 1*. Surakarta: LPID Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sholahuddin. *Asas-Asas Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2007.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta. 2010.
- Tim Redaksi Kamus Bahasa Indonesia. *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa. 2008.
- Wahjono, Sentot Imam. *Bisnis dan Wirausaha Dalam Pandangan Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2010.
- Widjajakusuma, Muhammad Karebet. *Be The Best Not Be Asa*. Jakarta: Prestasi. 2007.
- Ya'qub, Hamzah. *Etos Kerja Islami*. Jakarta: CV Pedoman Ilmu Jaya. 1992.
- _____. *Kode Etik Dagang Menurut Islam (Pola Pembinaan Hidup dalam Berekonomi)*. Bandung: Cv. Diponegoro. 1992.
- Yusanto, Muhammad Ismail. *Mengagas Bisnis Islami*. Cet ke-VII. Jakarta: Gema Insani Press. 2008.

Jurnal

- Fatimah, Feti. *Strategi Pemasaran Berbasis Syariah Bagi Ritel Tradisional Agar Mampu Bersaing Dengan Ritel Modern*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia vol 1, no 2, 2015.
- Fathoni, Nur. *Konsep Jual Beli Dalam Fatwa DSN-MUI*. Jurnal Economica. Vol. 4, ed. 1 Mei 2013.
- Firmansyah, Adimas Fahmi. *Praktik Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Toko Santri Syariah Surakarta)*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga. 2013.
- Huda, Choirul. *Etos Kerja Pengusaha Muslim (Studi Kasus pada Pengusaha Muslim Alumni UIN Walisongo Semarang)*. Jurnal Ekonomika, Vol. 7 Ed. 2 Oktober 2016.
- Juliansayah, Hafiz. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Ciputat*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah. 2011.

Murtadho, Ali. Strategi Pembangunan Ekonomi yang Islami Menurut Fahim Khan. *Jurnal Ekonomika*, Vol. 7, Ed. 2 Oktober 2016.

Siswahyudianto. *Menatap Bisnis Ritel Syariah*. *Jurnal Optima* vol 1 no 1. 2017.

Siti Mujibatun. *Pengantar Fiqh Muamalah*. Semarang: Lembaga Studi Sosial Dan Agama (Elsa). 2012.

Wulandari, Anis. *Menyingkap Nilai Keadilan (Dalam Perspektif Syari'ah Islam) Yang Terkandung di Dalam Good Corporate Governance*. *Jurnal Investasi* Vol. 6 No. 2 Desember 2010.

Zaroni, Akhmad Nur. *Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Aspek Keagamaan dalam Kehidupan Ekonomi)*. *Mazahib* Vol. IV, No. 2. Desember. 2007.

Zubair, Muhammad Kamal. *Aksioma Etika dalam Ilmu Ekonomi Islam*. *Ekbisi* Vol VII No. 1. Desember 2012.

Skripsi

Fajrina, Dyah Nur. *Analisis Penerapan Bisnis Berbasis Syari'ah Pada Wirausaha Muslim (Studi Pada Wirausaha Muslim di Perumahan perumahan Indah Kendal)*. Semarang: UIN Walisongo. 2015.

Handayani, Luthfi Mahda. *Penerapan Etika Bisnis Islam Pada De Halal Mart Yogyakarta*. Skripsi. Yogyakarta : UIN Sunan Kalijaga. 2018.

Wardani, Puji Pramudya. *Evaluasi Penerapan Pemasaran Pada Ritel Ditinjau Dari Perspektif Hukum Islam*. (studi pada minimarket : syar'e mart di kampus UII). Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga. 2017.

Widyarini & Puji Pramudya Wardani. *Evaluasi Pemasaran pada Mini Market Syari'ah (Tinjauan Perspektif Hukum Islam pada Mini Market Syar'e Mart)*. Ilmu Hukum Ekonomi Syari'ah. 2017.

Wawancara dan Observasi

Hasil Observasi Peneliti di Muslim Mart Gunung Pati Semarang, pada 14 April 2021.

Hasil Wawancara dengan Bapak Budhi Setyawan selaku Owner Muslim Mart Gunung Pati Semarang, pada 14 April 2021.

Internet

<https://tafsirweb.com/1886-quran-surat-al-maidah-ayat-2.html> diakses desember 2020.

Peraturan Menteri Perdagangan No.53/M-Dag/PER/12/2013 Tentang Syarat Pendirian Pasar Tradisional, Pasar Modern, Minimarket, dan Pusat Perbelanjaan.

Shalih bin Fauzan. *Jual Beli yang Dilarang dalam Islam*. <http://raudhatulmuhibbin.blogspot.com>. diakses Desember 2020.

Triandana, Andri. https://www.academia.edu/5846794/Definisi_bisnis_berbasis_syariah. diakses pada oktober 2020.

Undang Undang No. 5 Tentang Larangan Praktik Monopoli Persaingan Usaha Tidak Sehat Tahun 1999.

Rendy novanda. Strategi pelaku bisnis ritel dalam mengembangkan produk private label <http://journal.wima.ac.id/index.php/KAMMA/article/download/462/433> diakses juni 2021

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Data Pribadi

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Lengkap : Putri Rizki Angreani
Tempat Tanggal Lahir : Jakarta, 10 Januari 1997
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Tinggi Badan : 160 cm
Alamat : kmp pulogadung, rt 03/005, pegangsaan dua,
Kelapa gading, Jakarta utara

Nomor : 085601744268
Email : putririzkiangreani@gmail.com


B. Riwayat Pendidikan Formal

1. SD Negeri 01 pagi jakarta timur (lulus tahun 2008);
2. MTS Daar-el Qolam (lulus tahun 2011);
3. MA Daar-el Qolam (lulus tahun 2014);
4. D3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang (lulus tahun 2017)

Demikian daftar riwayat hidup ini penulis buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 29 April 2021

Penulis
Putri Rizki Angreani

LAMPIRAN











