

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Islam merupakan agama yang bersifat universal dan berlaku sepanjang zaman, keabadian dan keakuratan Islam telah terbukti sepanjang sejarahnya, dimana setiap kurun waktu dan perkembangan peradaban manusia senantiasa dapat dijawab dengan tuntas oleh ajaran Islam melalui Al-Qur'an sebagai landasan, keuniversalan konsep Islam merupakan jawaban terhadap keterbatasan manusia dan pemikirannya yang temporal dan parsial, karena keparsialanya ini muncullah kekurangan dan dari kontemporalnya lahirlah kegoyahan yang menuntut perubahan-perubahan. Keuniversalan Islam membebaskan Islam dari berbagai kekurangan dan kelemahan yang lebih membuktikan kepada kebenarannya.¹

Menurut ajaran Islam manusia memiliki peranan penting sebagai pelaku konsep ekonomi mereka tetap menjadikan prinsip moral dalam sumber hukum sebagai etika bisnis, sebagai basis yang harus dipegang dan dijalankan seseorang atau kelompok dalam melakukan aktivitasnya, karena dalam pandangan Islam manusia adalah makhluk Allah yang paling mulia. Untuk membedakan dengan makhluk lainnya, manusia dikaruniani akal dan hati nurani yang mempunyai kemampuan untuk membedakan mana yang baik dan

¹ Muhammad Solikul Hadi, *Pegadaian Syari'ah*, Jakarta: Salemba Diniyah, 2003

mana yang buruk. Disamping itu, Allah juga mengaruniakan kepada manusia suatu pedoman etika moral yang lengkap dalam bentuk Al-Qur'an.

Di tengah zaman yang modern ini, seakan nilai etika semakin luntur, atau bahkan kalau boleh dibilang mulai hilang. Kecenderungan masyarakat untuk berlaku bebas seakan sudah mewabah disetiap lini kehidupan. Tak jarang lagi moral, etika, norma, aturan serta berbagai hal sejenis yang bertujuan untuk memperbaiki tingkah laku manusia agar lebih baik seakan tak berguna. Salah satu dari diterapkannya nilai-nilai diatas tak lain guna mencegah adanya kerusakan yang ditimbulkan karena ulah tangan dan tingkah manusia, tata nilai yang dimaksud tak lain adalah etika. Penerapan akan nilai etika di segala aspek kehidupan merupakan hal yang tak bisa ditawar lagi, apalagi dengan kondisi masyarakat modern yang semakin jauh dari nilai-nilai tersebut.

Bisnis adalah aktivitas ekonomi manusia yang bertujuan mencari laba. Karena itu, cara apapun boleh dilakukan demi meraih tujuan tersebut. Konsekuensinya bagi pihak ini, aspek moralitas tidak bisa dipakai untuk menilai bisnis. Aspek moralitas dalam persaingan bisnis, dianggap akan menghalangi kesuksesan. Pada satu sisi, aktivitas bisnis dimaksudkan untuk menghalangi kesuksesan. Pada satu sisi, aktivitas bisnis dimaksudkan untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya, sementara prinsip-prinsip moralitas “membatasi” aktivitas bisnis. Pendapat lain bahwa bisnis bisa disatukan dengan etika. Alasannya bahwa etika merupakan alasan-alasan rasional tentang semua tindakan manusia dalam semua aspek kehidupannya, tak terkecuali aktivitas

bisnis. Secara umum, bisnis merupakan suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Selain itu, dalam realitas bisnis terkini terdapat kecenderungan bisnis yang mengabaikan etika.²

Dalam tataran yang lebih luas, etika juga menjadi suatu hal yang sangat penting bagi dunia bisnis. Perilaku setiap individu dalam dunia bisnis ternyata merupakan salah satu indikator penentu maju dan mundurnya suatu perjalanan bisnis. Semakin beretika sesorang dalam berbisnis, maka dengan sendirinya dia akan menemui kesuksesan. Sebaliknya bila pelaku bisnis sudah jauh dari nilai-nilai etika dalam menjalankan roda bisnisnya sudah pasti dalam waktu dekat kemunduran akan ia peroleh. Tak salah jika kemudian perusahaan-perusahaan berlomba-lomba untuk mencari satu solusi dalam mengatasi hal itu. Kemudian munculah satu bentuk tata nilai yang bisa dipegang dan dijadikan pijakan oleh setiap pelaku bisnis dalam mengelola perusahaan. Hal itu kemudian disebut sebagai kode etika berbisnis, atau etika bisnis. Sebuah penelitian lapangan membuktikan bahwa perusahaan-perusahaan yang menerapkan kode etik secara tegas dalam perusahaan mempunyai reputasi yang baik, dan sering mendapat keuntungan.³

² Muhammad dan Lukman Fauroni, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta: Salemba Diniyah, 2002, Edisi Pertama, h. 2

³ *Ibid*, h. 1-4.

Bisnis Islam yang dikendalikan oleh aturan halal dan haram, baik dari cara perolehan maupun pemanfaatan harta, sama sekali berbeda dengan bisnis non-Islami. Dengan landasan sekularisme yang bersendikat pada nilai-nilai material, bisnis non-Islami tidak memperhatikan aturan halal dan haram dalam setiap perencanaan, pelaksanaan, dan segala usaha yang dilakukan dalam meraih tujuan-tujuan bisnis. Dari asas sekularisme inilah, seluruh bangunan karakter bisnis non-Islami diserahkan pada hal-hal yang bersifat bendawi dan menafikan nilai ruhiyah serta keterikatan pelaku bisnis pada aturan yang lahir dari nilai-nilai trasendental (aturan halal haram). Kalaupun ada aturan, semata bersifat etik yang tidak ada hubungannya dengan dosa dan pahala.

Dengan melihat karakter yang dimiliki, bisnis Islami hanya akan hidup secara ideal dalam sistem dan lingkungan yang Islami pula. Dalam lingkungan yang tidak Islami, sebagaimana yang kini terjadi, disadari atau tidak, disengaja atau tidak, suka atau tidak, pelaku bisnis Islami akan mudah sekali terseret dan sukar dalam kegiatan yang dilarang agama. Mulai dari uang pelicin saat perizinan usaha, menyimpan uang dalam rekening koran yang berbunga, hingga iklan yang tidak baik dan sebaliknya, bisnis non-Islami juga tidak akan hidup secara ideal dalam sistem dan lingkungan yang islami kecuali ia mengubah dirinya menjadi bisnis yang memperhatikan nilai-nilai islam. Bisnis non-Islami dalam lingkungan Islami pasti akan berhadapan

dengan aturan-aturan yang melarang segala kegiatan yang bertentangan dengan syari'at.

Islam sebagai sebuah agama yang mempunyai ajaran dan aturan yang sangat komprehensif jelas mengatur segala sesuatu berlandaskan nilai-nilai moralitas. Islam juga senantiasa mengajarkan akan pentingnya nilai-nilai spiritual tanpa meninggalkan nilai-nilai moralitas tersebut. Islam juga senantiasa mengajarkan akan pentingnya nilai-nilai spiritual tanpa meninggalakn nilai-nilai material dalam kehidupan umatnya. Hal itulah yang menjadi satu landasan dasar bahwa umat Islam harus menjadikan keduanya sebagai satu kesatuan dalam meraih tujuan kebahagiaan di dunia maupun di akhirat.⁴

Begitu juga dalam menjalankan sebuah usaha (bisnis), keseimbangan kedua nilai tersebut harus senantiasa menjadi pegangan bagi setiap pebisnis muslim yang menginginkan kesuksesan. Paradigma yang menganggap bahwa dalam berbisnis segala cara halal digunakan demi mendapatkan keuntungan harus jauh-jauh di buang. Sementara bisnis dengan berlandasan etika Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis harus selalu menjadi prioritas dalam setiap langkah bisnis.⁵

Istilah Bank Syari'ah untuk menunjukkan penggunaan sistem Islami nampaknya mulai menyebar luas disektor lainnya. Setelah Pegadaian Syari'ah,

⁴ Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta: Gema Insani, 2002, h. 21.

⁵ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, Semarang: Walisongo Press, 2009, h. 5.

maka muncul trend Hotel atau Penginapan Syari'ah, yang dikenal mengawali trend ini adalah Group Hotel Sofyan di Jakarta, yang pada tahun 2002 hijrah dari sistem perhotelan Konvensional menjadi Syari'ah. Maka hotel yang pada zaman dulu itu dikenal dengan rawan PSK, kini berubah icon menjadi Hotel Syari'ah di negara ini. Mungkin masih ada sebersit keraguan bagi mereka yang akan hijrah ke model Hotel Syari'ah. Asumsi yang digunakan adalah penamaan label Syari'ah, terkesan membuat ketakutan sendiri bagi kalayak umum yang salah paham dalam mengartikan Syari'ah. Ketakutan akan menurunnya tingkat hunian, dan dijauhi oleh tamu non muslim atau turis asing nampaknya terbantahkan. Selama ini pengalaman menunjukkan bahwa turis asing dan tamu non muslim cukup enjoy dengan Hotel Syari'ah, khususnya karena menawarkan hunian yang tenang, nyaman, bebas dari preman dan suasana hiruk piruk tidak keruan. Selama pihak manajemen penginapan tetap berusaha menghadirkan semangat Syari'ah dan mengaplikasikanya dalam kriteria-kriteria yang Islami, realita klaim dan label Syari'ah bukanlah sesuatu yang salah.⁶

Dalam ajaran Islam manusia diperintah untuk berperilaku sesuai dengan etika moral, *guideline* (petunjuk) yang ada dalam Al-Qur'an, termasuk didalam bisnis pun juga harus memperhatikan etika sesuai dengan Syari'at Islam. Tidak seperti pandangan kaum liberalis yang beranggapan bahwa setiap urusan bisnis tidak dikenal adanya etika sebagai kerangka acuan,

⁶ <http://www.indonesiaoptimis.com/2011/05/inikah-kriteria-hotel-syari'ah-idaman.html>

sehingga dalam pandangan mereka kegiatan bisnis adalah amoral, mereka menganggap bisnis adalah bisnis tidak ada hubungannya dengan etika, enterpretasi hukum didalamnya di dasarkan pada nilai-nilai standar kontemporer yang seringkali berbeda-beda, sedangkan dalam masyarakat Islam nilai-nilai dan standar tersebut dituntun oleh ajaran syari'at dan kumpulan fatwa.

Etika dibutuhkan dalam bekerja ketika manusia mulai menyadari bahwa kemajuan dalam bidang bisnis telah menyebabkan manusia semakin tersisih dari nilai-nilai kemanusiaan (*humanistik*), dalam persaingan bisnis yang ketat perusahaan yang unggul bukan hanya perusahaan yang memiliki kriteria bisnis yang baik, melainkan juga perusahaan mempunyai etika bisnis yang baik.⁷

Etika bisnis sebagai seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunis bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas, ada beberapa hal yang dapat dikemukakan sebagai tujuan umum dari studi etika bisnis, yaitu:

1. Menanamkan kesadaran akan adanya dimensi etika dalam bisnis.
2. Memperkenalkan argumentasi-argumentasi moral di bidang ekonomi dan bisnis serta cara penyusunannya.

⁷ Redi Panuju, *Etika Bisnis Tinjauan Empiris Dan Kiat Mengembangkan Bisnis Sehat*, Jakarta: PT Grasindo, 1995, h.7.

3. Membantu untuk menentukan sikap moral yang tepat dalam menjalankan profesi.⁸

Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis Islam. *Pertama*, etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis. *Kedua*, etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis Islami. Dan caranya biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang pentingnya bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk yang bernama etika bisnis. *Ketiga*, etika bisnis terutama etika bisnis Islam juga bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang kian jauh dari nilai-nilai etika. Dalam arti bahwa bisnis yang beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al-Qur'an dan Sunnah.⁹

Bisnis yang berlandaskan syari'ah mempunyai moral yang harus dipahami dan dipegang kuat-kuat oleh pebisnis (*entrepreneur*) syari'ah. Sehingga muncullah landasan moral prinsip-prinsip etika bisnis Islam bagi pebisnis syari'ah, yaitu:

- a. Keesaan, Kesatuan, tauhid/*unity* (Berupaya mencapai ketaqwaan)

⁸ Faisal Badroen dan Arief Mufraeni, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Prenada Media Group, 2007, cetakan kedua, h. 22

⁹ Johan Arifin, *Op Cit*, h. 76

- b. Keseimbangan/kesejajaran, Keadilan/*Equilibrium* (Komitmen yang tinggi pada kejujuran)
- c. Kehendak bebas/Berusaha, *free will* (Berkompetisi secara sehat)
- d. Tanggung jawab/*responsibility* (Komitmen yang tinggi pada amanah).¹⁰

Sebagai seorang muslim yang mempunyai profesi sebagai seorang pebisnis, pedagang, dan segala jenis perniagaan hendaknya senantiasa memegang teguh prinsip yang telah diajarkan oleh Nabi. di era modern ini dimana nilai-nilai semacam itu semakin luntur. maka tugas bagi pebisnis muslim khususnya dan umat Islam umumnya untuk mengembalikan nilai-nilai ajaran Islam ke dalam semua aspek kehidupan, tak terkecuali dalam dunia bisnis. Karena hal itu bertujuan agar keharmonisan hidup akan senantiasa terjaga, dan itu dapat dimulai dalam lapangan bisnis yang senantiasa menjalankan prinsip-prinsip dan etika bisnis Islami secara maksimal dan tentunya kontinyu dan istiqomah agar tujuan jangka panjang Ukhuwah Islamiyah bisa terwujud dalam kehidupan modern.

Dari perkembangan dan latar belakang diatas peneliti ingin mengambil judul: ANALISIS ETIKA BISNIS DI PENGINAPAN MEGA SYARI'AH SEMARANG.

¹⁰ Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syari'ah*, Banjarmasin: 2011, Cetakan I, h,36

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti mengangkat rumusan permasalahan yang nantinya akan di jadikan objek penelitian yaitu:

1. Bagaimana etika bisnis di Penginapan Mega Syari'ah Semarang?
2. Apakah di Penginapan Mega Syari'ah Semarang telah menerapkan etika bisnis Islam?

1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan
 - a. Untuk mengetahui etika bisnis Islam yang digunakan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang.
 - b. Mengetahui penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam di Penginapan Mega Syari'ah Semarang.
2. Manfaat
 - a. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan tentang etika bisnis Islami.
 - b. Kegunaan Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat membantu dan memberikan tambahan wawasan dan referensi keilmuan tentang etika bisnis Islami. Dan memberikan sumbangan pemikiran kepada semua pihak yang berkaitan dengan Penginapan Mega Syari'ah.

1.4 Tinjauan Pustaka

Pembahasan mengenai Etika Bisnis Islam ini sangatlah banyak, seperti dalam buku “ Etika Bisnis Islami” yang ditulis oleh Johan Arifin bahwa salah satu pentingnya mempelajari etika bisnis Islam untuk memberikan wawasan baru bagi terciptanya pedoman dalam mengambil satu keputusan bisnis yang memerlukan dimensi moral dalam penentuannya. Selain itu dalam buku “ Etika Bisnis Islami” yang ditulis oleh Rafik Issa Beekum menjelaskan bahwa etika menuntun seluruh aspek kehidupan manusia, kesuksesan tertinggi yang akan diperoleh seorang muslim atau *falah* dalam Islam adalah sama bagi setiap muslim baik saat menjalankan bisnis ataupun saat menjalankan aktivitas sehari-hari mereka. Ada juga buku yang di tulis oleh Muhammad yang berjudul “ Etika Bisnis Islami” yang menjelaskan bahwa dalam segala sesuatu yang halal dan haram itu sudah jelas, tetapi diantara keduanya terdapat hal-hal yang samar dan tidak diketahui oleh kebanyakan orang. Barangsiapa mengikuti hal-hal yang meragukan berarti telah menjaga agama dan kehormatan dirinya. Tetapi, barangsiapa mengikuti hal-hal yang meragukan berarti telah terjerumus kepada yang haram, begitu juga dalam berbisnis, harus mengerti mana bisnis yang halal dan mana bisnis yang haram, karena jika dalam berbisnis harus menggunakan etika dan prinsip islami sesuai dengan ajaran Nabi Muhammad SAW.

Selain dalam buku-buku pustaka, Etika Bisnis Islami juga di bahas dalam penelitian-penelitian terdahulu, antara lain sebagai berikut:

1. Lailatul Hikmah, Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo tahun 2011 dengan judul “ Pengaruh Keragaman Produk Dan Etika Bisnis Islam Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa BMT “Robbani” Kaliwungu”. Hasil penelitiannya yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara keragaman produk terhadap minat nasabah. Terdapat pengaruh yang signifikan antara etika bisnis Islam terhadap minat nasabah. Secara bersama-sama atau secara stimulan variabel keragaman produk dan etika bisnis Islam mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan jasa BMT Robbani Kaliwungu.¹¹
2. Sa'adah Lutfi Nur Aini, Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo tahun 2004 dengan judul “ Tanggung Jawab Pelaku Usaha Relevansinya Dengan etika bisnis Islam (Studi Analisis Pasal 19 Uu No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen) ”. hasil penelitiannya yaitu: Dalam Islam prinsip-prinsip umum dalam aktivitas bisnis adalah prinsip kejujuran, keseimbangan dan keadilan, kebenaran, keterbukaan, kerelaan di antara para pihak yang berkepentingan. Bisnis harus dilandasi oleh kesadaran menjauhkan diri dari praktek bisnis terlarang serta jauh dari penipuan, berbuat zhalim, dan saling merugikan yang akan membuat orang lain teraniaya, karena

¹¹ Lailatul Hikmah, “ *Pengaruh Keragaman Produk Dan Etika Bisnis Islam Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa BMT “Robbani” Kaliwungu* “, Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo Semarang, Tahun 2011.

bisnis pada hakekatnya merupakan usaha untuk mencari keridhaan Allah. bisnis tidak bertujuan jangka pendek tetapi bertujuan jangka pendek dan jangka panjang yaitu tanggung jawab pribadi dan sosial di hadapan di hadapan masyarakat, Negara dan Allah. Penerapan tanggung jawab pelaku usaha menurut UUPK, adalah tidak bertentangan dengan nilai-nilai etika bisnis Islam yang bertujuan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Karena tidak ada pihak pihak yang dirugikan. Dengan demikian sistem tanggung jawab pelaku usaha menurut hukum Positif dan hukum Islam adalah sama, yakni bertujuan untuk melindungi pihak-pihak yang lemah agar tidak ada yang merasa dirugikan.¹²

Sedangkan dalam penelitian skripsi yang berjudul “ ANALISIS ETIKA BISNIS DI PENGINAPAN MEGA SYARI’AH SEMARANG” , penulis akan membahas mengenai bagaimana dan etika bisnis Islami di Penginapan Mega Syari’ah sendiri, apakah antara teori dan prakteknya sudah sesuai dengan Syari’ah.

1.5 Metode Penelitian

Adapun metode penulisan yang sesuai dan perlu dengan penelitian ini ialah pembahasan yang didasarkan pada penelitian lapangan, oleh karena itu penulis ingin menggunakan beberapa penelitian sebagai berikut:

¹² Sa’adah Lutfi Nur Aini, “ Tanggung Jawab Pelaku Usaha Relevansinya Dengan etika bisnis islam (Studi Analisis Pasal 19 Uu No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen) ”, Fakultas Syari’ah IAIN Walisongo tahun 2004

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam karya ilmiah ini adalah Studi Lapangan (*field research*). Studi lapangan atau field research adalah dalam penelitian kualitatif, data dapat diartikan sebagai fakta atau informasi yang diperoleh dari aktor (subjek penelitian, informasi, pelaku), aktivitas, dan tempat yang menjadi subjek penelitiannya. Dengan begitu, dalam penelitian kualitatif informasi tentang materi yang sedang diteliti, aktivitas (kegiatan), tempat (lokasi).¹³ Disini, penulis akan mencari fakta melalui informasi langsung dari Penginapan Mega Syari'ah.

2. Sumber Data

a. Data Primer

“Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”.¹⁴ Data primer ini meliputi, dokumen-dokumen atau arsip, brosur dari Penginapan Mega Syari'ah dan juga wawancara langsung dengan pemilik Penginapan Mega Syari'ah.¹⁵

b. Data sekunder

¹³ Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif*, Erlangga, Yogyakarta: 2009, edisi 2, hlm. 61

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2009, hlm. 225.

¹⁵ Muhammad, “ *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif* “, Rajawali Press, Jakarta: 2008, h. 103

“Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya surat kabar, buku-buku, arsip-arsip dan lampiran tentang Penginapan Syari’ah”.¹⁶

3. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data sangat berpengaruh sekali dalam hasil penelitian. Karena pemilihan metode pengumpulan data yang tepat akan diperoleh relevan, dan akurat. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a) Interview (Wawancara)

Interview atau wawancara adalah suatu penelitian yang bertujuan mengumpulkan keterangan atau informasi dari pewawancara dengan yang terwawancara.¹⁷ Wawancara langsung dengan pemilik Penginapan Mega Syari’ah tentang alasan berdirinya Penginapan Mega Syari’ah, bagaimana penerapan etika bisnis Islam dalam Penginapan Mega Syari’ah, bagaimana prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam penginapan Mega Syari’ah.

b) Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, brosur, transkrip, buku, surat

¹⁶ *Ibid*, hlm. 108.

¹⁷ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT Gaja Grafindo Persada, 2007, hlm. 89.

kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya.¹⁸

Mencari informasi langsung kepada pihak Penginapan Mega Syari'ah.

4. Metode Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil interview, observasi dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan dan menyusun kedalam pola dan membuat kesimpulan sehingga dapat dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.¹⁹ Analisis yang dipakai dalam penelitian ini yaitu menggunakan deskriptif normatif yang dalam peneliti menguraikan hasil dari penelitian yang sesuai dengan keadaan dilapangan. Peneliti berusaha mengumpulkan data dari berbagai dokumentasi maupun wawancara. Metode deskriptif normatif dalam hal ini berusaha mencoba membandingkan antara fakta lapangan dengan prinsip dan etika bisnis Islami yang berlaku di Penginapan Mega Syari'ah.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis perlu menyusun sistematika sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan hasil

¹⁸ Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: PT Rineka Citra, 1998, hlm. 188.

¹⁹ *Ibid*, hlm. 244

penelitian yang baik dan mudah dipahami. Adapun sistematika tersebut adalah sebagai berikut:

Bab I : PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang penulisan, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II : TINJAUAN KONSEP BISNIS DALAM ISLAM

Berisi tentang Landasan teori tentang pengertian bisnis Islami, dan etika bisnis Islami.

Bab III : PENGINAPAN MEGA SYARI'AH

Berisi tentang profil Penginapan Mega Syari'ah, motif pendirian Penginapan Mega Syari'ah, system atau pengelolaan Penginapan Mega Syari'ah.

Bab IV : ANALISIS ETIKA BISNIS DI PENGINAPAN MEGA SYARI'AH SEMARANG

Berisi tentang analisis etika bisnis Islami.

Bab V : PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran.