

## **PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA USAHA SWALAYAN (Studi di Kompondren Al-Yasini Mart)**

Oleh:

**Parmujianto**

*Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) AL-Yasini Pasuruan*

[Parmujianto.008@gmail.com](mailto:Parmujianto.008@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Keikutsertaan kaum muslimin di dalam dunia usaha, tentu bukanlah suatu hal yang baru. Bahkan sebelum Islam datang, Bangsa Quraisy telah terbiasa mengadakan perjalanan terutama untuk berniaga ke wilayah Negeri Syam (Suriyah) pada musim panas dan ke Negeri Yaman pada musim dingin. Kebiasaan tersebut didukung dengan kondisi geografis Makkah yang sangat gersang, tandus berbatuan yang tidak mungkin hidup dari sektor agraris (pertanian) melainkan harus mengembangkan sektor bisnis (perdagangan) dan peternakan. Dalam perjalanan berbisnis, mereka mendapat jaminan keamanan dari penguasa-penguasa negeri yang dilaluinya. Etika bisnis dalam Islam memegang peranan yang semakin urgent jika seseorang atau sekelompok orang memegang peranan yang menentukan nasib usaha lain, atau masyarakat yang lebih luas, dan mereka inilah yang disebut pemimpin atau lapisan kepemimpinan di dunia bisnis. Karenanya, sudah sama-sama faham, bahwa reputasi Rasulullah Muhammad SAW dalam dunia bisnis, seperti yang dilaporkan (antara lain) oleh Muhaddits Abdul Razzaq, tidak diragukan lagi.

Di zaman sekarang ini umat Islam mengalami dilematis karena tidak adanya kehati-hatian dalam berwirausaha, apakah sudah sesuai tuntunan syariat ataukah tidak?, padahal mereka telah berpartisipasi aktif di dunia bisnis. Faktanya, banyak bisnis yang mengesampingkan prinsip-prinsip dan nilai-nilai Islami, yang penting dalam waktu cepat bisa menghasilkan keuntungan yang besar. Padahal bisnis dapat berjalan lancar jika tidak ada pihak yang dirugikan, serta menerapkan sifat Rasulullah Saw, *shiddiq, amanah, tabligh dan fathanah*. *Shiddiq* artinya jujur, *amanah* artinya dapat dipercaya, *tabligh* biasanya diartikan transparansi dan *fathanah* diartikan proporsional.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini, bagaimana Penerapan etika bisnis Islam di Kopontren Al-Yasini Mart dan bagaimana cara Kopontren Al-Yasini Mart dalam mengambil langkah target pencapaian bisnis.

Tujuan dari Penelitian, untuk mengetahui secara jelas bagaimana penerapan etika bisnis Islam di Kopontren Al-Yasini Mart. untuk mengetahui Kopontren Al-Yasini Mart dalam mengambil langkah target pencapaian bisnis.

Kesimpulan Penelitian, Penerapan Etika bisnis Islam yang ada di Swalayan Al-Yasini Mart (AM) sudah sesuai dengan kaidah-kaidah etika bisnis Islam yang dibenarkan oleh ajaran Islam. Swalayan Al-Yasini Mart (AM) dalam memenuhi target bisnis selalu mengedepankan layanan yang prima, agar para konsumen/ pelanggan tetap merasa nyaman dan puas dalam memanfaatkan produk-produk yang dimiliki AM.

*Kata Kunci: Penerapan, Etika Bisnis Islam, Swalayan*

## **A. PENDAHULUAN**

### **a. Latar Belakang Masalah**

Muamalah<sup>1</sup> tidak bisa dihindarkan dari tiap-tiap kegiatan individu baik sebagai makhluk economicus maupun sosial, oleh karena hal ini merupakan sarana penunjang kebutuhan manusia dalam menjalani kehidupan. Aktivitas kehidupan yang dijalani umat manusia, khususnya di Indonesia, menunjukkan adanya kecenderungan terhadap kegiatan mencari dan menumpuk harta sehingga terkadang sampai mengesampingkan nilai-nilai ke-Islaman. Beberapa abad sebelum Islam datang, Bangsa Arab telah berhasil mencapai kemajuan yang sangat membanggakan, terutama mengenai komunikasi dengan bangsa lain melalui jalur perniagaan.<sup>2</sup>

Secara umum, bisnis Swalayan merupakan usaha individu maupun kelompok bahkan korporasi yang terorganisir untuk menghasilkan atau menjual barang dan jasa guna mencari profit untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Hanya orang mampu yang bisa merasakan kebahagiaan dengan ujian dalam kecamuk gelombang kehidupan, kaya hati, kaya iman, kaya do'a, kaya uang dan kaya pikir. Orang yang mampu mengelola dirinya baik secara lahir maupun batin akan selalu stabil mental, emosional, dan spiritualnya. Jiwanya tenang, ucap dan sikapnya senantiasa sejuk dan menentramkan, karena dia benar-benar tahu siapa dirinya, yaitu sebagai seorang hamba Allah dan mengenal siapa Tuhannya yaitu Allah SWT.<sup>3</sup>

Keikutsertaan kaum muslimin di dalam dunia usaha, tentu bukanlah suatu hal yang baru. Bahkan sebelum Islam datang, Bangsa Quraisy telah terbiasa mengadakan perjalanan terutama untuk berniaga ke wilayah Negeri Syam (Suriyah) pada musim panas dan ke Negeri Yaman pada musim dingin. Kebiasaan tersebut didukung dengan kondisi geografis Makkah yang sangat gersang, tandus berbatuan yang tidak mungkin hidup dari sektor agraris (pertanian) melainkan harus mengembangkan sektor bisnis (perdagangan) dan peternakan. Dalam perjalanan berbisnis, mereka mendapat jaminan keamanan dari penguasa-penguasa negeri yang dilaluinya.<sup>4</sup> Etika bisnis dalam Islam memegang peranan yang semakin urgent jika seseorang atau sekelompok orang memegang peranan yang menentukan nasib usaha lain, atau masyarakat yang lebih luas, dan mereka inilah yang disebut pemimpin atau lapisan kepemimpinan di dunia bisnis. Karenanya, sudah sama-

---

<sup>1</sup> Sesuatu yang berhubungan dengan aktivitas perekonomian masyarakat.

<sup>2</sup> Laode Kamaluddin, *Rahasia Bisnis Rasulullah*. (Semarang: Wisata Ruhani, 2008), hal. 21

<sup>3</sup> Abdurrahman, HM. Masykuri, *Hidup Dilarang Miskin*. (Pasuruan: Cahaya Berkah, 2015), hal. 12.

<sup>4</sup> Laode Kamaluddin, *Rahasia Bisnis Rasulullah*. (Semarang: Wisata Ruhani, 2008), hal. 26.

sama faham, bahwa reputasi Rasulullah Muhammad SAW dalam dunia bisnis, seperti yang dilaporkan (antara lain) oleh Muhaddits Abdul Razzaq, tidak diragukan lagi.

Nabi Muhammad SAW telah melakukan perniagaan semenjak kecil secara jujur, adil, dan tidak pernah membuat konsumennya merasa kecewa. Ia selalu menepati janji dan mengantarkan barang dagangan dengan kualitas sesuai permintaan pelanggan. Sejak muda ia telah dikenal memiliki reputasi yang sangat jujur dalam berdagang. Lebih dari itu, Muhammad meletakkan keadilan ekonomi dalam prinsip dasar perdagangannya. Keterbukaan dan kejujuran Muhammad dalam melakukan transaksi perdagangan merupakan teladan abadi bagi para pengusaha generasi selanjutnya.

Di zaman sekarang ini umat Islam mengalami dilematis karena tidak adanya kehati-hatian dalam berwirausaha, apakah sudah sesuai tuntunan syariat ataukah tidak?, padahal mereka telah berpartisipasi aktif di dunia bisnis. Faktanya, banyak bisnis yang mengesampingkan prinsip-prinsip dan nilai-nilai Islami, yang penting dalam waktu cepat bisa menghasilkan keuntungan yang besar. Padahal bisnis dapat berjalan lancar jika tidak ada pihak yang dirugikan, serta menerapkan sifat Rasulullah Saw, *shiddiq, amanah, tabligh dan fathanah*. *Shiddiq* artinya jujur, *amanah* artinya dapat dipercaya, *tabligh* biasanya diartikan transparansi dan *fathanah* diartikan proporsional.<sup>5</sup>

Fenomena ini menuntut peran serta para ahli hukum Ekonomi Islam untuk menjawab permasalahan yang terjadi. Terutama tentang cara menyikapi sistem ekonomi yang memegang peran penting dalam dunia usaha. Salah satu ciri ajaran Islam yaitu selalu menetapkan secara global dalam masalah-masalah yang mengalami perubahan karena lingkungan dan zaman, termasuk dalam masalah ekonomi dan politik. Oleh karena itu, cukuplah dalam masalah ini, *nash-nash* yang menetapkan prinsip dan dasar Islam yang bersifat komprehensif dan arahan yang bersifat prinsip yang sudah tertuang dalam sebuah wahyu ilahi.

Islam sebagai agama memiliki suatu sistem yang diyakini dapat menjawab suatu permasalahan tersebut, yaitu sistem ekonomi Islam. Secara sederhana ekonomi Islam adalah ilmu yang berupaya untuk memandang, meninjau, dan meneliti suatu masalah kehidupan ekonomi umat yang bertujuan untuk menyelesaikan permasalahan-permasalahan tersebut secara Islami, yakni yang didasari oleh prinsip-prinsip ajaran Islam.

---

<sup>5</sup> Bakhri, Mokh. Saiful, *Sukses Ekonomi Syariah di Pesantren, Belajar dari Kopontren Sidogiri, Koperasi, BMT MMU Sidogiri dan Koperasi BMT UGT Sidogiri*. Pasuruan: Cipta, hal. 29

Dalam ajaran Islam yang tertuang dalam berbagai kitab fiqh klasik maupun kontemporer telah memberikan rambu-rambu bahwa pengusaha diperbolehkan memiliki banyak harta namun kepemilikannya bukanlah hanya untuk dirinya, melainkan harus memikirkan kondisi orang-orang di sekelilingnya. Yakni, seseorang setidaknya merasa bahagia jika melihat orang lain bahagia, juga merasa bahagia jika ia menjadi penyebab dari kebahagiaan orang lain.<sup>6</sup>

Dalam al-Qur'an Allah Swt telah menjelaskan secara terang benderang bahwa dalam kegiatan bisnis harus berpegang teguh pada ayat “ *Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba*”, termasuk pula berwirausaha yg menggunakan label secara Islami. Namun tentu saja orang yang menjalankan bisnis secara islami, harus menggunakan tata cara yang telah diatur dalam Islam agar mendapatkan berkah dan ridla dari Allah SWT di dunia maupun akhirat. Aturan bisnis Islam menjelaskan berbagai etika yang harus dilakukan oleh para pebisnis muslim dan diharapkan usaha yang dijalani tersebut akan maju dan berkembang pesat lantaran selalu mendapatkan berkah dan ridla dari Allah SWT. Etika bisnis Islam menjamin, baik pebisnis, mitra bisnis, maupun konsumen, masing-masing akan saling mendapatkan keuntungan.

Melihat fenomena itulah penulis memandang etika bisnis Islam guna memecahkan problematika yang ada. Terlebih dalam usahanya untuk memasyarakatkan sistem ekonomi Islam , dan itu membutuhkan pencarian dan penggalian dari hukum Islam yang berhubungan dengan etika bisnis sehingga tidak ada lagi praktik-praktik yang merugikan salah satu pihak maupun kedua belah pihaknya dalam menjalankan usahanya. Terlebih lagi tidak ada lagi keraguan umat Islam untuk menjalankan usaha bisnisnya. Melakukan bisnis dengan berjual beli atau jenis pekerjaan lain yang diperbolehkan untuk mendapatkan rezeki yang *halalan thayyiban* merupakan sesuatu keharusan yang diperintahkan menurut agama karena besarnya manfaat yang dapat dipetik darinya bagi pribadi dan masyarakat Islam secara keseluruhan.<sup>7</sup>

Dalam realitas bisnis kekinian terdapat kecenderungan bisnis tanpa memperhatikan etika. Kekuatan modal yang selalu menjadi senjata andalan untuk bersaing dalam dunia bisnis bahkan mengalahkan pesaingnya. Semakin besar modal yang dimiliki maka semakin besar jangkauan bisnisnya, sehingga para pemodal kecil semakin tertindas. Kondisi ini semakin diperparah dengan adanya praktik monopoli, oligopoli, korupsi,

---

<sup>6</sup> Abdullah, Adil Fathi, *Keep Positive Thinking, 20 Tips membangun Kepribadian Islami*. Jakarta: Gema Insani, 2014, hal. 98

<sup>7</sup> <http://pegadaiansyariah.co.id/inilah-5-etika-bisnis-syariah-detail-2729>, akses 2 Desember 2016

kolusi, dan nepotisme yang menyebabkan semakin memudarnya nilai moralitas dan etika dalam berbisnis sehingga muncul anggapan bahwa bisnis adalah “dunia hitam”. Kekacauan dalam berbisnis seperti ini sangat mengancam perkembangan dan pertumbuhan dunia usaha. Namun dalam menghadapi fenomena tersebut, Al-Quran telah banyak memberikan garis-garis dalam kerangka membangkitkan dunia usaha yang menyangkut semua pelaku ekonomi tanpa membedakan klaster.

Usaha dan moral ibarat keris dan kerangkanya, sesuatu yang selalu berkaitan. Moral terdiri dari seperangkat aturan yang menggerakkan perilaku manusia serta menetapkan suatu perbuatan baik ataupun buruk sehingga setiap tindakan dapat dilihat dari sudut pandang moralitas. Bisnis adalah kegiatan manusia yang menghasilkan profit dan karena itu harus berpegang pada nilai etika dan sudut moralitasnya sebagai seorang pebisnis. Sulit untuk kita bayangkan jika ada yang berpendapat bahwa moral dan bisnis tidak ada kaitannya.

Lahirnya nilai moral (etika) yang dipatuhi dalam hal pengambilan keputusan untuk berbisnis, sangat diperlukan untuk menciptakan suatu ketertiban dan keadilan ekonomi dalam masyarakat. Namun timbul pertanyaan yang sangat sederhana adalah bagaimanakah bentuk-bentuk etika bisnis yang dikehendaki dalam Islam itu sendiri, untuk kemudian diimplementasikan dalam dunia bisnis global dan apakah masih relevan etika bisnis tersebut diterapkan pada masa sekarang. Jelas bahwa bisnis Islam secara pokok berbeda dengan pengertian modern tentang bisnis. Bisnis dalam Islam dikaitkan dengan nilai moral, sedangkan bisnis modern tidak demikian atau sebaliknya.

Banyak para pelaku usaha yang masih menganggap permasalahan tentang sumber modal (*capital*) itu tidak penting, padahal dari sinilah bisnis itu dibangun dan diawali. Demikian juga dengan permasalahan dalam sumber daya manusia (SDM), terkadang hak-hak pekerja/pegawai tidak dipenuhi karena kurangnya pemahaman dari si pelaku usaha tersebut. Dampak sosial-ekonomi terhadap masyarakat seringkali diabaikan karena pemilik modal atau pelaku usaha itu hanya memikirkan keuntungan (*profit*) untuk diri sendiri, padahal keuntungan atau laba dalam setiap kegiatan usaha itu terdapat hak untuk orang lain agar tercipta kemaslahatan umat antar sesama.

Dalam menjawab tantangan dan problematika yang telah diuraikan tersebut diatas dalam menyikapi dunia usaha, maka penulis menempatkan Kopontren Al-Yasini Mart sebagai objek penelitian dan kajian, dengan alasan bahwa, Kopontren Al-Yasini Mart adalah salah satu koperasi milik pesantren yang sedang berkembang, di usianya yang sudah mencapai 7 tahunan telah memiliki tiga cabang terletak di Desa Triwung Kecamatan Grati, Desa Kanigoro Kecamatan

Rembang, di Kecamatan Ranggeh, dan Kecamatan Sukorejo. Toko ini dikelola oleh orang-orang pesantren dengan model Swalayan tingkat nasional, Indomart, Alfamart, serbu dan lain-lain. Selain itu, terdapat alasan lain bahwa BUMP (Badan Usaha Milik Pesantren) yang di design dalam bentuk Koperasi Pesantren identik dengan praktik etika bisnis Islam dipraktikkan secara benar sesuai dengan ajaran Islam. Namun permasalahan yang mendasar penelitian ini adalah bagaimana modal awal itu didapat, kemudian bagaimana pemenuhan hak bagi pegawai di Al-Yasini Mart, serta bagaimana peran Al-Yasini Mart terhadap kemaslahatan masyarakat sekelilingnya.

Dengan demikian melihat latar belakang masalah tersebut diatas, maka penulis merasa perlu melakukan kajian mendalam tentang “Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Usaha Swalayan (Studi pada Kopontren Al-Yasini Mart)”.

b. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Penerapan etika bisnis Islam di Kopontren Al-Yasini Mart?
2. Bagaimana cara Kopontren Al-Yasini Mart dalam mengambil langkah target pencapaian bisnis?

c. Tujuan Penelitian.

Tujuan yang hendak dicapai dalam kajian ini adalah :

1. Untuk mengetahui secara jelas bagaimana penerapan etika bisnis Islam di Kopontren Al-Yasini Mart.
2. Untuk mengetahui Kopontren Al-Yasini Mart dalam mengambil langkah target pencapaian bisnis.

**B. HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Penelitian Terdahulu.

Dalam memberikan penjelasan secara komprehensif atas permasalahan yang muncul, maka penulis perlu memaparkan hal-hal yang telah di bahas dalam penelitian terdahulu Afrillia (2015), dalam penelitiannya dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan judul “Pengaruh Etika Bisnis Islam (Perspektif Akuntansi terhadap Operasional Perbankan Syariah) hasilnya Pengaruh etika bisnis Islam yang kaitannya dalam perspektif akuntansi dengan operasional perbankan syariah 71% baik, 21% cuek tidak memperhatikan karena semua perbankan dianggap sama, sedangkan 8% *no comment*.

Etika Bisnis Islam menuntut adanya peningkatan profesionalisme personal yang optimal dalam perspektif akuntansi. Hasil penelitian tersebut sejalan apa yang telah penulis lakukan dalam wawancara dengan informan konsumen Al-Yasini Mart, dimana

konsumen merasa nyaman dan puas atas pelayanan yang dirasakan selama ini.

Menurut Ainurrohmah Effendi (2014), dalam penelitiannya yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bertransaksi di Bank Syari’ah (Studi Kasus di Bank Muamalat cabang Surakarta) dengan metode kuantitatif. Menunjukkan bahwa faktor-faktor profesionalitas pelayanan dan perilaku karyawan bank, faktor bagi hasil, faktor variasi produk bank, faktor letak bank yang strategis, faktor tingkat keamanan bank, faktor pengetahuan nasabah tentang bank syariah, faktor persepsi tentang bunga bank yang bertentangan dengan agama, faktor motif keuntungan, yang ternyata berpengaruh terhadap minat nasabah bertransaksi di bank syariah.

Daya tarik konsumen/ pelanggan yang memanfaatkan produk barang atau jasa di pengaruhi oleh beberapa faktor antara lain, pelayanan yang baik, lokasi yang strategis, variasi produk, dan cara berkomunikasi yang baik. Hal ini untuk memberikan daya tarik bagi pelanggan dan memberi pengaruh yang sangat besar terhadap minat konsumen/ pelanggan. Demikian juga pelayanan yang baik, lokasi strategis, variasi produk dll (sebagaimana penelitian yang dilakukan Ainur Rohmah Efendi, 2014) menjadi alasan mendasar masyarakat Areng-areng, Ngabar dan sekitarnya memilih Al-Yasini Mart menjadi pilihan dalam pengambilan keputusan sebagai tempat untuk belanja dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.

Elfina Yanti (2014), dalam penelitiannya yang berjudul “ Pengaruh Pemahaman Nilai-nilai Syariah Terhadap Perilaku Bisnis Pedagang Minang pada Pasar Aur Kuning Bukit Tinggi. Hasil dari penelitian tersebut mengatakan, terdapat pengaruh yang positif antara pemahaman nilai-nilai syariah dengan perilaku bisnis pedagang minang. Penerapan nilai-nilai syariah di daerah terpencil memberi respon positif karena berorientasi pada keuntungan bersama dengan cara yang transparansi seperti yang terjadi pada adat Minang Dalam hal ini, terdapat korelasi yang positif dengan penelitian yang penulis lakukan di Al-Yasini Mart Pon-Pes Terpadu Al-Yasini Pasuruan, bahwasannya terdapat hal-hal yang harus dilakukan oleh pihak manajemen yang bekerjasama dengan produsen meningkatkan minat dan daya beli masyarakat untuk melakukan pembelian/berbelanja di tempat yang sudah disediakan.

Berbeda dengan Erik Lesmana (2013), dalam penelitiannya dengan pendekatan kualitatif deskriptif dengan judul ” Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menghadapi Persaingan usaha, Studi kasus pedagang muslim di pasar Ciputat. Bahwa Penerapan etika bisnis Islam pada pedagang dan tingkat persaingan usaha yang bisa diterapkan adalah dari

lima aspek yang harus dipersiapkan yaitu *daya saing produk, daya saing harga, daya saing marketing dan daya saing networkin*. Sehingga dapat mempengaruhi perilaku pedagang dalam bersaing. Hasil penelitiannya adalah bahwa terdapat hubungan searah dan signifikan antara tingkat persaingan usaha dan penerapan etika bisnis Islam terhadap perilaku dagang. Pesantren sebagai institusi yang membidangi masalah keagamaan dan sebagai tolak ukur pembangunan akhlaq, maka Kopontren Al-Yasini Mart yang bergerak dalam sektor ekonomi tentunya etika bisnis Islam dijadikan sebagai pilar utama dalam meningkatkan layanan dan kepuasan pada pelanggan sehingga tidak semata-mata hanya sekedar mencari untung (profit) belaka. Disinilah etika bisnis Islam harus di terapkan dalam bentuk layanan publik dalam usaha Swalayan.

## **B. Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Usaha Swalayan**

### **1. Pengertian Etika Bisnis Islam**

Dalam kajian ini penulis tidak membedakan antara istilah praktik dan penerapan. Praktik dan penerapan memiliki arti pelaksanaan secara nyata terhadap sesuatu yang disebut dalam teori.<sup>8</sup>

Etika dapat diartikan sebagai berikut: (1) ilmu yang menjelaskan tentang sesuatu yang baik dan yang buruk, juga tentang hak serta kewajiban moral, (2) kumpulan nilai yang berkenaan dengan akhlak, (3) asas perilaku yang menjadi pedoman.<sup>9</sup> Pengertian dan maksudnya etika sama dengan akhlak, yaitu sama-sama berkaitan dengan sesuatu yang dianggap baik. Secara terminologi, akhlak berarti tingkah laku yang didorong oleh keinginan (secara sadar) untuk melakukan suatu perbuatan yang baik. Akhlak merupakan bentuk jamak dari kata *khuluk*, berasal dari bahasa Arab yang berarti perangai, tingkah laku, atau tabiat. Cara membedakan istilah akhlak, moral dan etika yaitu, dengan cara membedakan dari masing-masing ruang lingkupnya. Etika yaitu, untuk menentukan nilai tindakan manusia baik atau buruk dengan menggunakan tolok ukur akal pikiran atau rasio, sedangkan dalam moral dan susila menggunakan tolok ukur norma-norma yang tumbuh dan berkembang dan berlangsung dalam masyarakat (adat istiadat), dan dalam akhlaq menggunakan ukuran Al-Quran dan as-Sunnah untuk menentukan baik-buruknya.<sup>10</sup>

Dalam kamus besar bahasa Indonesia bisnis diartikan sebagai usaha komersial di dunia perdagangan dan bidang usaha. Dalam pengertian yang lebih luas, bisnis bisa

---

<sup>8</sup> KBBI offline. v.1.3. Ebta Setiawan, 2011.

<sup>9</sup> Tim Redaksi Kamus Bahasa Indonesia, *Kamus Bahasa Indonesia (versi Digital)*. Jakarta: Pusat Bahasa, 2008.

<sup>10</sup> <https://id.wikipedia.org/wiki/Akhlak>, update 19/12/2016



diartikan sebagai aktifitas yang melibatkan penyediaan barang dan jasa yang diperlukan dan diinginkan oleh orang lain. Baik dalam sektor produksi, distribusi, konsumsi, dan pemasaran yang disediakan agar konsumen/pelanggan selalu memperoleh kepuasan yang maksimal atas pemanfaatan barang dan jasa yang disediakan tersebut.<sup>11</sup>

Etika bisnis merupakan cara untuk melakukan aktivitas usaha, yang mencakup seluruh aspek kehidupan yang berkaitan dengan individu, perusahaan dan juga masyarakat. Etika Bisnis dalam suatu perusahaan dapat membentuk nilai moral, norma dan perilaku karyawan serta manajer dalam membangun hubungan yang adil dan sehat dengan konsumen /mitra kerja, pemegang saham, masyarakat.

Perusahaan meyakini prinsip bisnis yang baik dan benar adalah bisnis yang mengedepankan etika, yakni bisnis dengan kinerja unggul dan berkesinambungan yang dijalankan dengan mentaati kaidah-kaidah etika sejalan dengan hukum dan peraturan yang berlaku.

Etika Bisnis dapat dijadikan standarisasi dan pedoman bagi para pegawai/karyawan termasuk manajemen dan menjadikannya sebagai pedoman untuk melaksanakan pekerjaan sehari-hari dengan dilandasi budi pekerti yang luhur, jujur, transparan dan sikap yang profesional.<sup>12</sup>

Tiga pendekatan dasar dalam menciptakan perilaku dalam mengimplementasikan etika bisnis, yaitu:

- a). *Utilitarian Approach*: setiap tindakan harus didasarkan pada konsekuensinya. Oleh karena itu, dalam bertindak seseorang seharusnya mengikuti cara-cara yang dapat memberi manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat, dengan cara yang tidak membahayakan dan dengan biaya serendah-rendahnya.
- b). *Individual Rights Approach*: setiap orang dalam tindakan dan kelakuannya memiliki hak dasar yang harus dihormati. Namun tindakan ataupun tingkah laku tersebut harus dihindari apabila diperkirakan akan menyebabkan terjadi benturan dengan hak orang lain.
- c). *Justice Approach*: para pembuat keputusan mempunyai kedudukan yang sama, dan bertindak adil dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan baik secara perseorangan ataupun secara kelompok.<sup>13</sup>

Dalam syariat Islam, etika bisnis Islam adalah *akhlak* dalam menjalankan bisnis

---

<sup>11</sup> Tim Redaksi Kamus Bahasa Indonesia, Kamus Bahasa Indonesia (versi Digital), hal. 209

<sup>12</sup> Saiful Bakhri, *Sukses Ekonomi di Pesantren*. Sidogiri: Cipta

<sup>13</sup> [https://id.wikipedia.org/wiki/Etika\\_bisnis](https://id.wikipedia.org/wiki/Etika_bisnis), update 19/12/2016

sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam pelaksanaan bisnis tidak terjadi kekhawatiran karena sudah diyakini sebagai suatu yang baik dan benar. Dalam setiap aktifitas bisnis, aspek etika merupakan hal yang mendasar yang harus selalu diperhatikan, misalnya berbisnis dengan baik, didasari iman dan takwa, sikap jujur dan amanah serta tidak melakukan perbuatan yang dilarang oleh syariat Islam.

## **B. Dasar Etika Bisnis Islam**

Ekonomi Islam merupakan ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam. Ekonomi Islam adalah bangunan perekonomian yang didirikan atas landasan Al-Quran dan as-Sunnah. Sehingga ekonomi Islam pada dasarnya adalah sistem ekonomi yang dalam kegiatannya berlandaskan nilai-nilai yang terkandung dalam Al-Quran dan as-Sunnah. Atau dengan kata lain kegiatan ekonomi yang didasarkan pada prinsip-prinsip tauhid dan Syariah Islam.<sup>14</sup>

Menurut Nash Al-Quran tentang bisnis dan etika bisnis terdapat dalam ayat-ayat Al-Quran, dalam Surah at-Taubah (QS at-Taubah/9:111)

*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.*<sup>15</sup>

Di dalam Al-Quran juga terdapat beberapa tema yang berkaitan dengan konsep bisnis. Di antaranya adalah kata: *al Tijarah*, *al-bai'u*, *tadayantum*, dan *isy tara*.

- 1) Tema *Tijarah*, bermakna berniaga, berdagang, dalam Al-Quran ditemui sebanyak delapan kali dan *tijaratuhun* satu kali.
- 2) *al-bai'u*, bermakna menjual. Dalam Al-Quran ditemui dua kali, *pertama* dalam surah *Al-Baqarah* (2): 254 yang menyeru agar membelanjakan serta mendayagunakan harta benda sesuai dengan keimanan dan bertujuan untuk mencari keuntungan sebagai bekal di akhirat. *Kedua* surah *Al-Baqarah* (2): 275 memberikan pengertian tentang jual beli yang *halal* dan larangan untuk memperoleh atau mengembangkan harta benda dengan jalan *riba*.
- 3) Tema *tadayantum*, dalam Al-Qur'an disebutkan satu kali pada surah *Al-Baqarah* (2): 28. Ayat ini digunakan untuk pengertian muamalah yakni jual beli, utang piutang,

---

<sup>14</sup> <http://lingkaran-pengetahuan.blogspot.co.id/2015/05/sistem-ekonomi-islam.html>, update 19/12/2016

<sup>15</sup> Mohamad Taufiq, *Quran in Ms. Word v.2.2.0.0*, 2013

sewa menyewa dan lain sebagainya yang jika dilakukan tidak secara tunai hendaknya dicatat dengan benar.<sup>16</sup>

- 4) *Isytara* kata *isytara* dengan berbagai ragamnya disebutkan dua puluh lima kali. Secara umum mengandung makna transaksi antara manusia dengan Allah atau transaksi sesama manusia yang dilakukan karena dan untuk Allah, atau juga transaksi dengan menjual ayat Allah.<sup>17</sup>

### **C. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam**

Prinsip adalah suatu pegangan hidup yang harus dijaga. Prinsip Etika Bisnis Islam serupa dengan idealisme, pedoman hidup, prinsip, landasan pemikiran dan sebagainya yang berpegang teguh dengan nilai-nilai ajaran Islam dalam menjalankan kegiatan bisnis. Yang dimaksud dengan etika bisnis adalah sikap atau tindakan yang sesuai dengan tuntunan Rasulullah SAW dalam menjalankan bisnis dan berpegang teguh dengan nilai-nilai Islam. Adapun konsep etika bisnis Islam adalah :

- (1) Menjadikan bekerja sebagai ladang menjemput surga
- (2) Dalam dunia bisnis kejujuran dan kepercayaan tidak boleh ditawar sama sekali
- (3) Tak Cuma bisa mimpi tapi harus jago mewujudkan mimpi itu
- (4) Berpikir visioner, kreatif, dan siap menghadapi perubahan
- (5) Rasulullah SAW memiliki *pleaning* dan *goal setting* yang jelas
- (6) Pintar mempromosikan diri
- (7) Menggaji karyawan sebelum kering keringatnya
- (8) Mengetahui rumus “bekerja dengan cerdas”
- (9) Mengutamakan sinergisme
- (10) Berbisnis dengan cinta
- (11) Pandai bersyukur dan berucap terima kasih
- (12) *Be The Best!* Menjadi manusia paling bermanfaat.<sup>18</sup>

### **D. Jual Beli dalam Islam**

#### **1. Pengertian Jual Beli**

Secara bahasa *al-bai'* (jual beli) berarti tukar-menukar sesuatu dengan yang sesuatu yang lain, maka termasuk yang berkaitan dalam hal ini adalah selain uang. Secara istilah jual beli adalah memperlakukan harta benda dengan cara tukar menukar sesuai

---

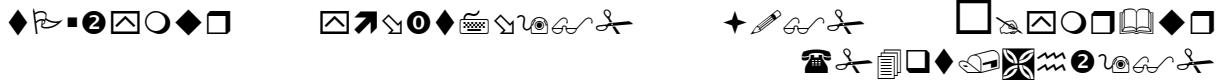
<sup>16</sup> <http://akhmadnurzaroni.blogspot.co.id/2009/09/bisnis-dalam-perspektif-islam.html>, akses 19/12/2016

<sup>17</sup> <http://lailahamkha.blogspot.co.id/2013/11/konsep-bisnis-dalam-al-quran.html>, akses 19/12/2016

<sup>18</sup> Kamaluddin, Laode. (2008) *Rahasia Bisnis Rasulullah 12 Rahasia besar kepemimpinan Rasulullah dalam membangun megabisnis yang selalu untung sepanjang sejarah*. Semarang: Wisata Ruhani

ketentuan syariat, atau memperlakukan kemanfaatan yang diperbolehkan dengan ganti seharga harta benda.<sup>19</sup>

Jual beli merupakan tindakan atau transaksi yang telah disyariatkan, dalam arti sudah ada hukum yang jelas dalam Islam, hukumnya adalah boleh atau *mubah*. Kebolehan ini dijelaskan di dalam Al-Quran dan hadits Nabi, yaitu QS Al-Baqarah ayat 275:

  
*Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. (Al-Baqarah: 275)*<sup>20</sup>

## 2. Syarat dan Rukun Jual Beli

Dalam jual beli terdapat syarat dan rukun yang harus dipenuhi, sehingga dalam jual beli tersebut dapat dikatakan sah menurut *syara'*. Rukun secara umum adalah suatu yang harus dipenuhi untuk sahnya pekerjaan. Imam Nawawi dalam Syarh kitab Al-Muhadzdzab menuturkan bahwa: Rukun jual beli yaitu, (1) Penjual, (2) Pembeli, (3) Ijab, (4) Kabul dan (5) Adanya barang yang diakad.

Di dalam jual beli disyaratkan, antara lain:

### 1) Saling *Ridha* dalam Jual Beli

Jual beli itu harus dilandasi dengan keikhlasan dan keridhaan. Artinya tidak boleh ada kedhaliman, penipuan, pemaksaan dan hal-hal lain yang merugikan kedua pihak. Oleh karena itu, pembeli berhak mengembalikan barang yang dibeli ketika mendapati barangnya tidak sesuai dengan yang diinginkan. Walaupun (*'an tarodhin*) kerelaan adalah sesuatu yang tersembunyi di lubuk hati, tetapi indikator dan tandatandanya dapat terlihat. *Ijab* dan *qabul*, atau apa saja yang dikenal dalam adat kebiasaan sebagai serah terima adalah bentuk-bentuk yang digunakan hukum untuk menunjukkan kerelaan.

Dalam jual beli terdapat tiga hal yang membuat jual beli itu tidak adanya unsur saling *ridha* yaitu adanya paksaan, *kekhilafan*, dan penipuan. Sedangkan dalam fiqih Islam yang dikutip dari jurnal yang berjudul *Keridhaan (Anrardhin) Dalam Jual Beli Online* yang ditulis oleh Ahliwan Ardhinata terdapat empat hal yang dapat merusak keadaan saling *ridha* yaitu paksaan, *kekhilafan*, penipuan, dan tidak adanya kesetaraan nilai tukar yang menyolok antara dua barang yang dipertukarkan karena adanya perbedaan atau tipuan.

<sup>19</sup> Muhammad Qosim Al-Ghazi, *Syarh Fathul Qarib Al-Mujib*. (Surabaya: Darul Jawahir), hal. 30, tt.

<sup>20</sup> Al-Quran Terjemah, *Quran in Word v.2.2.0.0*. taufiqproduct.com, 2013

Sebagaimana dalam *Jurnal Jestt* yang berjudul *Keridhaan ('an taradhin) Dalam Jual Beli Online* ditulis oleh Ahliwan Ardhinata, Waham Azuhaili menegaskan bahwa tidak semua bentuk saling rela diakui oleh *syara'*. Namun yang diakui adalah kerelaan yang berada dalam batas-batas ketentuan hukum *syara'*. Persetujuan kedua belah pihak yang merupakan suatu kesepakatan haruslah diberikan secara terbatas atau adanya salah satu dasar mutlak untuk sahnya akad perjanjian adalah suka sama suka/ saling *ridha*, Oleh karena itu rusaknya kualifikasi akan merusak/ membatalkan akad.<sup>21</sup>

## 2) Harus Adil dalam Jual Beli

Islam sangat menjunjung tinggi keadilan, termasuk juga dalam penentuan harga. Terdapat beberapa terminologi dalam bahasa Arab yang maknanya menuju kepada harga yang adil ini, antara lain: *si'r al mithl*, *thaman al mithl* dan *qimah al'adl*. Istilah *qimah al adl* (harga yang adil) pernah digunakan oleh Rasulullah dalam mengomentari kompensasi bagi pembebasan budak, di mana budak ini akan menjadi manusia merdeka dan majikannya tetap memperoleh kompensasi dengan harga yang adil atau *qimah al adl*. Penggunaan istilah ini juga digunakan oleh para sahabat.

Meskipun istilah-istilah di atas telah digunakan sejak masa Rasulullah dan *Khulafaurrasyidin*, ulama yang memberikan perhatian secara khusus antara lain adalah Ibnu Taimiyah. Ibnu Taimiyah sering menggunakan dua terminologi dalam pembahasan harga ini, yaitu *'iwad al mithl (equivalen compensation/* kompensasi yang setara) dan *thaman al mithl (equivalen price/harga yang setara)*. Kompensasi yang setara didefinisikan sebagai kompensasi yang setara akan diukur dan ditaksir oleh hal-hal yang setara, dan itulah esensi keadilan (*nafs al'adl*). Di manapun ia membedakan antara dua jenis harga, yaitu harga yang tidak adil dan terlarang serta harga yang adil dan disukai. Dia mempertimbangkan harga yang setara ini sebagai harga yang adil.<sup>22</sup>

## 3) *Khiyar* dalam Jual Beli

*Khiyar* dalam bahasa Arab berarti pilihan. Sedangkan secara istilah *khiyar* adalah hak memilih atau menentukan pilihan antara dua hal bagi pembeli dan penjual, apakah jual beli tersebut dilanjutkan atau dibatalkan. Hak *khiyar* dalam Islam diperuntukan bagi pihak-pihak yang melakukan transaksi perdata agar tidak ada keraguan dalam transaksi yang mereka lakukan, sehingga kemaslahatan berupa kerelaan dan kepuasan yang dituju dalam suatu transaksi tercapai. Berdasarkan hal

---

<sup>21</sup> Ahliwan Ardhinata, Wahbah Azzuhaili, *Keridhaan ('an taradhin) Dalam Jual Beli Online*. (Surabaya: Dar el-Fikr), hal. 271

<sup>22</sup> *Ibid*, hal. 272

tersebut terdapat beberapa *khiyar* yang perlu kita ketahui, antara lain:

- a. *Khiyar Majlis*, yaitu hak setiap *aqidain* untuk memilih anantara meneruskan akad atau mengurungkannya sebelum kedua belah pihak berpisah. Yang dimaksudkan suatu akad yang terjadi belum pasti dan *aqidain* masih ditempat transaksi, sebelum *aqidain* saling meninggalkan/berpisah dan meninggalkan tempat transaksi.
- b. *Khiyar syarat* adalah bentuk *khiyar* dimana para pihak yang melakukan akad jual beli memberikan persyaratan bahwa dalam waktu tertentu mereka berdua atau salah satunya boleh meneruskan memilih antara meneruskan jual beli atau membatakaalnya.
- c. *Khiyar 'aib* yaitu *khiyar* yang dimiliki oleh salah seorang dari *aqidain* untuk membatalkan akad atau melangsungkannya karena ia menemukan cacat pada objek akad yang mana pihak lain tidak memberitahukannya pada saat akad
- d. *Khiyar ru'yah* adalah hak pembeli untuk membatalkannya, karena pembeli belum pernah melihat objek akad atau pernah melihat dengan sekilas ketika berlangsungnya akad.<sup>23</sup>

#### **E. Jual beli yang dilarang, antara lain:**

- a) *Gharar* dalam Jual beli

*Gharar* berasal dari bahasa Arab yang artinya keraguan, penipuan, tindakan yang bertujuan untuk merugikan orang lain. Secara istilah *gharar* adalah suatu akad yang mengandung unsur penipuan, karena tidak ada kepastian, baik mengenai ada dan tidaknya objek akad, besar kecil jumlah, dan juga penyerahan objek akad tersebut. Sebagai mana pendapat beberapa ulama antara lain, Imam al-Qarawi yang dikutip bukunya Hasan yang berjudul *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam* memaparkan *gharar* adalah suatu akad yang tidak diketahui dengan tegas, apakah efek akad tersebut terlaksana atau tidak, seperti melakukan jual beli ikan yang masih dalam tambak. Dan Ibnu Qoyim Al-Jauziyah bukunya Hasan yang berjudul *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam* mengatakan bahwa *gharar* adalah suatu objek akad yang tidak mampu diserahkan, baik objek itu ada atau tidak.

Terdapat dua kategori *gharar* yaitu *gharar fahisy* (besar) dan *gharar yasir*. Ada satu perbedaan mendasar antara keduanya yaitu kalau *fahisy* maka sesuatu yang tidak jelas dan tidak tampak tersebut sama sekali tidak bisa diprediksi. sedangkan yang *yasir*, yang

---

<sup>23</sup> Taqiyuddin Abi Bakr Muhammad Al-Husainiy, *Kifayatu al-Akhyar fi hill Ghayatu al-Ikhtishar*. (Kediri: Al-Ma'had al-Islami as-Salafi), hal. 241

tampak menunjukkan ada yang tidak tampak. Misalkan jeruk, yang tampak di luarnya adalah kulit meskipun tatkala orang beli yang diinginkan ada dalamnya. Ini ada *gharar* tetapi ringan karena dengan kulitnya bisa diprediksi isinya.

Dengan demikian, *gharar* yang sedikit diperbolehkan dan tidak merusak keabsahan akad. Ini perkara yang telah disepakati para ulama, sebagaimana disampaikan Ibn Rusyd dalam Bidayah al-Mujtahid dan al-Imam an-Nawawi dalam al-Majmu' Syarh Al-Muhadzdzab yang dikutip oleh Ahmad Sabiq dalam bukunya yang berjudul *Gharar Dalam Transaksi Komersial*.<sup>24</sup>

b) Jual beli yang mengandung riba

Secara bahasa riba artinya tambah, sedangkan menurut syara'nya adalah tambah di dalam permasalahan jual beli emas, perak dan makanan-makanan, demikian pendapatnya Ibnu Rif'ah dalam kitab Al-Kifayahnya. Sedangkan dalam redaksi kitab Al-Mathlab, (Ibnu Rif'ah) mengatakan: Riba itu adalah mengambil harta tertentu dengan ganti selain harta.

Riba hukumnya haram berdasarkan Al-Quran, Hadits dan Kesepakatan para ulama. Sebagaimana yang tertera dalam QS Al-Baqarah ayat 275:

*Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. (Al-Baqarah: 275)*<sup>25</sup>

c) Menjual sesuatu yang sudah dibeli orang lain, hingga barang itu diterima. Tidak diperbolehkan menjual sesuatu yang sudah dibeli orang lain hingga barang itu diterima, baik barang itu berupa pekarangan maupun yang lain, baik diijini oleh penjual maupun tidak, baik pembeli sudah menetapkan harga atau tidak.<sup>26</sup>

d) Jual Beli *Jizaf*

Pada saat musim panen tiba sering kita temui para petani menjual hasil panennya secara borongan, tanpa ditakar sehingga tidak diketahui secara jelas jumlah kuantitasnya. Namun hasil panen tersebut ditaksir kemudian harga disepakati berdua. Transaksi tersebut dikatan jual beli *jizaf* sebagaimana dalam bukunya Wahbah az-Zuhaili, imam Syaukani memaparkan, *jizaf* merupakan suatu yang tidak diketahui kadarnya (kuantitas) secara detail. *Jizaf* Berasal dari kata Persi yang di-Arabkan.

## **F. Resiko dalam Jual Beli**

Setiap apapun tindakan tentunya akan mendatangkan resiko, apalagi yang berhubungan dengan aktivitas bisnis. Resiko dalam hukum perjanjian adalah kewajiban

---

<sup>24</sup> Taqiyuddin Abi Bakr Muhammad Al-Husainiy, *Kifayatu al-Akhyar fi hill Ghayatu al-Ikhtishar*. (Kediri: Al-Ma'had al-Islami as-Salafi), hal. 240

<sup>25</sup> Al-Quran Terjemah, *Quran in Word v.2.2.0.0*. taufiqproduct.com, 2013

<sup>26</sup> *Ibid*

menanggung kerugian disebabkan suatu peristiwa di luar kesalahan salah satu pihak. Dari kalimat tersebut dapat dikemukakan bahwa resiko dalam perjanjian jual beli adalah suatu peristiwa yang mengakibatkan barang atau objek mengalami kerusakan dan peristiwa tersebut tidak dikehendaki kedua belah pihak, yaitu suatu peristiwa yang terjadi diluar jangkauan kedua belah pihak. Suatu hal yang wajar jika segala sesuatu terjadi sesuai kehendak Allah serta tidak ada upaya maupun daya yang bisa dilakukan manusia seperti bencana alam dan sebagainya. Terjadinya kerusakan dapat diklasifikasikan menjadi dua bagian<sup>27</sup>, Yaitu:

**a. Kerusakan Sebelum Serah Terima**

Kerusakan barang yang terjadi sebelum serah terima yang dilakukan antara penjual dan pembeli. Dapat dikelompokan sebagai berikut:

- 1) Jika barang rusak sebelum diserahkan akaibat pembeli, maka jual beli tersebut tidak batal. Akad berlangsung seperti sediakala dan pembeli berkewajiban membayar seluruh bayaran.
- 2) Jika kerusakan disebabkan orang lain maka pembeli boleh menentukan pilihan antara kembali kepada orang lain atau membatalkan akad.
- 3) Jual beli akan menjadi tidak sah jika barang rusak sebelum serah terima akibat perbuatan penjual atau perbuatan barang itu sendiri lantaran bencana dari Allah.
- 4) Jika sebagian yang rusak lantaran perbuatan penjual, pembeli tidak berkewajiban membayar terhadap kerusakan tersebut, sedangkan untuk yang lain (yang masih utuh) dia boleh menentukan pilihan mengambilnya dengan memotong harga.
- 5) Jika kerusakan terjadi akibat bencana dari tuhan, pembeli boleh menentukan pilihan membatalkan atau mengambil sisa dengan pengurangan pembayaran.

**b. Kerusakan barang sesudah serah terima**

Resiko barang yang terjadi setelah serah terima barang antara penjual dan pembeli, sepenuhnya resiko menjadi tanggung jawab pembeli. Dan pembeli berkewajiban membayar seluruh harga sesuai dengan yang telah diperjanjikan. Apabila terdapat kesepakatan mengenai jaminan atau garansi maka penjual harus mengganti setara barang tersebut atau mengembalikan harga barang kepada pembeli.<sup>28</sup>

**G. Penerapan Etika Bisnis Islam pada Usaha Swalayan Al-Yasini Mart**

Untuk mengawali analisa tentang penerapan etika bisnis Islam di Al-Yasini Mart, terlebih dahulu penulis akan sampaikan tentang. Pengertian praktik adalah pelaksanaan secara

---

<sup>27</sup> Al-Anshari, Zakariya, *Tuhfatu at-Thullab bi-Syarhi Tahrir Tanqih al-Lubab*. Sinqafurah-Jeddah.

<sup>28</sup> *Ibid*.



nyata dari sebuah teori.<sup>29</sup> Sedangkan etika adalah suatu sikap yang dianggap baik menurut banyak orang sebab dapat memunculkan rasa tenang dalam jiwa serta menghindarkan diri dari menyakiti orang lain.<sup>30</sup> Bisnis merupakan usaha komersial di bidang usaha dan perdagangan. Dalam Pengertian yang lebih luas, bisnis dapat diartikan segala aktifitas yang melibatkan penyediaan barang dan jasa yang diinginkan oleh orang lain. Baik dalam sektor konsumsi, distribusi, dan pemasaran yang disediakan agar konsumen selalu memperoleh kepuasan barang dan jasa yang disediakan tersebut.

Berdasarkan prosentase data di atas, bahwa Al-Yasini Mart (AM) Pusat dalam upaya meningkatkan pelayanan bagi konsumen menerapkan etika berbisnis seperti yang pernah dicontohkan Rasulullah SAW, yang tergambar dalam buku dan kitab-kitab akhlak dan sejarah Nabi SAW, meski dalam penerapannya belum maksimal. Hal ini dapat dimaklumi mengingat AM termasuk koperasi yang baru didirikan, tidak seperti Alfamart, Indomart, Basmalah, dsb.

Perusahaan meyakini prinsip bisnis yang baik adalah bisnis yang beretika dan berdasarkan nilai-nilai ajaran Islam, yakni bisnis dengan kinerja unggul dan berkesinambungan yang dijalankan dengan mentaati kaidah-kaidah etika sejalan dengan hukum dan peraturan yang berlaku. Etika Bisnis dapat menjadi standar dan pedoman bagi seluruh karyawan termasuk manajemen dan menjadikannya sebagai pedoman untuk melaksanakan pekerjaan sehari-hari dengan dilandasi moral yang luhur, jujur, transparan dan sikap yang profesional.

Dalam mengembangkan usaha atau bisnis di pesantren, Al-Yasini Mart menerapkan standar atau pedoman etika bisnis berdasarkan nilai-nilai yang terkandung dalam ajaran Islam dengan menerapkan akhlakul karimah dalam memberikan pelayanan kepada konsumen/pelanggan. Dengan penerapan etika bisnis Islam, maka konsumen akan merasakan kenyamanan dalam pemanfaatan produk-produk Swalayan dan pada gilirannya konsumen merasa puas dan tetap setia melakukan pembelian di AlYasini Mart. Hal ini didasarkan atas diterapkannya aturan-aturan (kewajiban dan larangan) yang harus dipenuhi oleh petugas dan karyawan AM serta adanya sanksi atau konsekwensi bagi yang melanggarnya.

#### 1. Keuntungan Belanja di Al-Yasini Mart (AM)

Terdapat beberapa keunggulan jika berbelanja di Al-Yasini Mart, baik di pusat maupun di cabang, yaitu:

---

<sup>29</sup> KBBI offline. v.1.3. Ebta Setiawan, 2011

<sup>30</sup> <https://id.wikipedia.org/wiki/Akhlak>, update 19/12/2016

a). Pelayanan yang ramah

Pelayanan yang baik menumbuhkan kesan yang baik sehingga memungkinkan pelanggan untuk kembali berbelanja di AM karena pembeli merasa dilayani dengan baik, sesuai pribahasa "*Pembeli bagaikan raja*".

b). Karyawan yang sopan dan lemah lembut

Sambutan dan sapaan yang sopan dan lemah lembut akan dapat memunculkan kesan tersendiri bagi konsumen atau pelanggan, sebab dalam hal ini terjadi sikap menghormati konsumen.

c). Barang belanja yang lengkap

Barang yang lengkap dapat menyebabkan pelanggan merasa nyaman dan puas karena apa yang dibutuhkan dalam belanja dapat tercukupi, sehingga konsumen tidak akan tertekan untuk mendatangi tempat lain untuk berbelanja barang belum ia beli.

d). Proses yang cepat

Proses yang tanggap dan cepat sangat berpengaruh terhadap minat pelanggan di dalam berbelanja karena banyaknya rencana yang akan dikerjakan oleh pelanggan, sehingga dengan pelayanan yang cepat beban pikiran konsumen menjadi semakin ringan.

e). Terhindar dari riba dan tidak sahnya akad jual beli

Proses yang dilakukan atau dikerjakan oleh orang yang ahli di bidangnya akan mengantarkan pada hasil yang sukses dan memuaskan serta menghindarkan diri dari unsur ribawi atau tidak sahnya akad.

f). Membeli berarti masuk dalam katagori "*wa ta'awanu 'alal birri wat-taqwa*"

Membeli sesuatu pada tempat yang dikelola oleh orang baik maka sama halnya dengan menolong pemiliknya untuk berbuat baik, demikian juga sebaliknya. Hal inilah yang dapat mendatangkan keberkahan hidup.

g). Membeli berarti sama halnya membantu pendidikan para santri

Upaya pesantren mengembangkan pendidikan di dalamnya sangat banyak diantaranya yaitu dengan mengelola keuangan pesantren tersebut. Sehingga dengan membeli produk yang dijual oleh lembaga atau toko milik pesantren maka sama halnya dengan membantu pendidikan para santri.

h). Membeli di AM tergolong meng-*infaq*-kan dan mersedekahkan harta. Membeli atau berbelanja di tempat yang dikelola oleh pesantren (dalam pembahasan ini, Al-

Yasini Mart sama dengan bersedekah dan berinfak karena harta yang dimiliki digunakan untuk mendukung kemaslahatan dan perkembangan pesantren.

## 2. Daya Tarik Konsumen/ Pelanggan

Al-Yasini Mart merupakan Swalayan yang bergerak dibidang layanan kepada masyarakat, maka dalam memberikan layanan publik memiliki ciri khas dan daya tarik tersendiri, sehingga para konsumen/ pelanggan selalu merasakan kenyamanan dan kepuasan dalam memanfaatkan produk-produk AM. Upaya-upaya yang dibangun AM dalam mempertankankan konsumen adalah sebagai berikut:

1) Mempertahankan program “Wajib melaksanakan Shalat Dhuha” dan program “*Reward dan Punishmen*” bagi karyawan.

### 2) Sambut Pelanggan

Untuk menarik simpati pelanggannya, ada berbagai trik yang digunakan oleh penjaga atau pemilik toko pada umumnya, dan yang masih belum diterapkan di Al-Yasini Mart (AM) Pusat adalah menyambut pelanggan dengan senyuman. Senyuman merupakan tanda penghormatan terhadap pembeli yang memiliki daya pikat tersendiri dan perlu diterapkan oleh orang-orang yang ingin mendapatkan simpati orang lain, tak terkecuali di Al-Yasini Mart.

### 3) Penghormatan dengan kata menyapa dan mengantar

Sapaan menyambut dan mengantar untuk konsumen merupakan tanda penghormatan terhadap konsumen. Sapaan sangat penting untuk memunculkan rasa tenang dan nyaman di hati pembeli serta menumbuhkan kesan positif, meski kalimat sapaannya didesain sesuai bahasa santri yang sangat santun.

### 4) Pelayanan yang cepat.

### 5) Ekspresi ramah dan bersahabat

Adanya ekspresi yang ramah dan bersahabat dari karyawan atau pegawai dalam menanamkan rasa nyaman bagi konsumen untuk berbelanja di Al-Yasini Mart.

### 6) Bersungguh-sungguh dalam peningkatan pelayanan

Kesungguhan ini menjadi indikasi adanya keseriusan dan komitmen dari pihak AM dalam meningkatkan pelayanan dibidang desain tempat belanja. Hal ini dapat dilakukan dengan cara mengamati toko swalayan berkelas. Untuk menjadi baik maka harus mengetahui ciri-ciri toko yang baik, dengan demikian maka seseorang akan mengetahui kekurangan dirinya dan mengetahui keunggulan toko yang dikelola orang lain, yang selanjutnya kekurangan pada diri kita dengan mudah akan diperbaiki, *ending*-nya kita bisa menjadi lebih baik dari mereka.

- 7) Laksanakan peningkatan profesionalitas kerja  
Ada penjadwalan dan pelaksanaan peningkatan profesionalisme karyawan dan pegawai, melalui pelatihan peningkatan pelayanan, akuntansi, manajemen, siraman rohani mengingat “pembeli adalah raja” yang seyogyanya selalu memperoleh kepuasan.
- 8) Menjaga kebersihan lokasi dan penerangan  
Menjaga kebersihan serta penerangan yang cukup (terlebih jika benar-benar cerah) tidak hanya dianjurkan dalam Islam tetapi juga merupakan trik menarik simpati pelanggan agar merasa senang untuk berbelanja di tempat tersebut. Meski hal ini tidak termasuk etika bisnis islam, namun menerapkannya bukanlah sesuatu yang dilarang dalam syariat islam.
- 9) Cerminkan *ghirah* kerja dan kejujuran  
*Ghirah* kerja dan kejujuran merupakan tuntunan Islam yang mengandung arti dan cakupan sangat luas, diantaranya adalah pemasangan tabel harga yang selalu terupdate merupakan bentuk pelayanan baik, jika tidak, maka akan berakibat fatal sebab konsumen merasa tertipu dengan harga yang tidak cocok dengan tabel. “Terupdate”nya tabel harga inilah, menurut pengalaman penulis, juga menjadi kelemahan di berbagai toko swalayan kelas nasional, seperti Indomart, Alfamart, Alfamidi, dsb. Sebab hal ini dapat menyebabkan pembeli merasa tertipu, sehingga muncul kesan adanya pelayanan yang kurang baik.
- 10) Ciptakan suasana nyaman  
Suasana nyaman didapat jika kita mendapati suatu tempat yang rapi, bersih dan terang pencahayaannya. Penerangan cahaya dapat dilakukan dengan pemasangan kaca cermin di sekeliling ruang dapat menimbulkan daya tarik, karena dapat memunculkan kesan lengkap dan beraneka ragamnya barang yang disediakan oleh Al-Yasini Mart serta pencahayaan yang benar-benar cerah.
- 11) Sidak dan *Controlling*  
Ada sidak *controlling* terkait pelaksanaan di lapangan oleh pengawas atau pengurus yang berkaitan dengan etika, pelayanan, manajemen yang kemudian ditindak lanjuti dengan penilaian atau evaluasi. Dengan demikian, Al-Yasini Mart khususnya akan menjadi lebih baik dan memiliki daya tarik bagi masyarakat untuk berbelanja di Al-Yasini Mart.
- 12) Desain barang yang membosankan

Penataan barang (sesekali) perlu diatur dengan desain baru, sebab desain yang monoton menyebabkan pelanggan merasa bosan dan jenuh.

13) Dokumen yang menggambarkan kejujuran dan profesionalitas

Penulisan dokumen yang menggambarkan sifat kejujuran dan profesionalitas petugas, karyawan atau pelaksana merupakan sesuatu yang sangat penting karena hal ini dapat menggambarkan kepribadian.

### **C. METODE PENELITIAN**

Dalam suatu penelitian dibutuhkan lokasi yang menunjang kelancaran sehingga data yang diambil sesuai dengan yang ada di lapangan atau lokasi penelitian. Lokasi dalam penelitian ini adalah di Koperasi Pondok Pesantren Terpadu Miftahul Ulum Al-Yasini, tepatnya di Al-Yasini Mart. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Pendekatan atau strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *etnografi* yaitu merupakan strategi penelitian kualitatif, yang di dalamnya, peneliti menyediakan suatu kelompok kebudayaan di lingkungan yang alamiah dalam periode waktu yang cukup lama dalam pengumpulan data utama, data observasi dan data wawancara<sup>31</sup>. Proses penelitiannya fleksibel dan biasanya berkembang sesuai kondisi dalam merespon kenyataan-kenyataan hidup.

### **D. KESIMPULAN DAN SARAN TINDAK LANJUT**

#### **A. Kesimpulan**

Dari hasil pemaparan dan analisa, penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa:

1. Penerapan Etika bisnis Islam yang ada di Swalayan Al-Yasini Mart (AM) sudah sesuai dengan kaidah-kaidah etika bisnis Islam yang dibenarkan oleh ajaran Islam. Namun penulis masih menilai penerapan Etika bisnis Islam masih belum maksimal karena AM termasuk swalayan yang baru berdiri dibanding Alfamart dan Indomart, sehingga karyawan dan pihak manajemen belum memiliki SOP (Standar Operasional Prosedur) yang baku dan masih belum banyak pengalaman, sehingga masih perlu banyak masukan-masukan atau kritik dan saran yang bersifat membangun.
2. Swalayan Al-Yasini Mart (AM) dalam memenuhi target bisnis selalu mengedepankan layanan yang prima, agar para konsumen/ pelanggan tetap merasa nyaman dan puas dalam memanfaatkan produk-produk yang dimiliki AM. Dalam memenuhi target bisnis AM tidak hanya semata-mata berorientasi pada profit, namun tetap menjunjung tinggi nilai-nilai syariat Islam dan *Akhlakul karimah*. Mengingat Al-Yasini Mart (AM) merupakan

---

<sup>31</sup> *Ibid.* hal. 24

kegiatan bisnis dibawah naungan Pondok Pesantren dan harus berpegang teguh pada prinsip-prinsipajaran Islam dan tuntunan Rasulullah SAW.

B. Implikasi Teoretik

Berdasarkan hasil kajian dalam penelitian ini, maka penulis menemukan hal-hal yang dianggap perlu untuk dipertahankan dan dikembangkan sebagai ciri khas kegiatan bisnis dilingkungan pondok pesantren yang notabene merupakan orang-orang yang selalu berpegang teguh pada nilai ajaran Islam, sehingga kegiatan bisnis di Pondok Pesantren tidak hanya semata-mata berorientasi pada keuntungan (*profit*) belaka, akan tetapi lebih dari itu penanaman perilaku dan etika bisnis Islam harus tetap dinomor satukan sebagai implementasi *Akhlak al Karimah*. Dan harus tetap mempertahankan program “Wajib melaksanakan Shalat Dhuha” dan program “*Reward dan Punishmen*” bagi karyawan, Sambut Pelanggan dengan ramah dan senyuman untuk menarik simpati pelanggan, penghormatan dengan kata menyapa dan mengantar, dan Cerminkan *ghirah* kerja dan kejujuran

**DAFTAR PUSTAKA**

- Adil Fathi Abdullah, *Keep Positive Thinking, 20 Tips Membangun Kepribadian Islami*, 2014, Jakarta: Gema Insani
- Afifuddin ZA, 2007, *30 Kiat Meraih Rizqi Barakah*, Jombang: Lintas Media
- Al-Anshari, Zakariya, *Tuhfatu at-Thullab bi-Syarhi Tahrir Tanqih al-Lubab*. Sinqafurah-Jeddah.
- Al-Asqalaniy, Ibnu Hajar, *Bulughul Maram*. (Surabaya: Mahkota), tt.
- Al-Ghazi, Muhammad Qosim, *Syarh Fathul Qarib Al-Mujib*. Surabaya: Darul Jawahir.
- Al-Husainiy, Taqiyuddin Abi Bakr Muhammad, *Kifayatu al-Akhyar fi hill Ghayatu al-Ikhtishar*. Kediri: Al-Ma'had al-Islami as-Salafi.
- Buku RAT Rapat Anggota Tahunan Tahun Buku 2015, 2015, Pasuruan: Kopontren Al-Yasini
- Ebta Setiawan, *KBBI Offline v.1.4*. ebssoft.web.id, 2012
- Imam Turmudzi, *Dahsyatnya Sedekah & Shalat Dhuha untuk meraih sukses dan kekayaan*, 2015, Surabaya: Dua Media
- John C. Creswell, *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*, 2014, Yogyakarta: Pustaka Pelajar

- Laode Kamaluddin, *Rahasia Bisnis Rasulullah 12 Rahasia Besar Kepemimpinan Rasulullah dalam Membangun Megabisnis yang selalu untung sepanjang sejarah*, 2008, Semarang: Wisata Ruhani
- M. Saiful Bakhri, *Sukses Ekonomi Syariah di Pesantren Belajar dari Kopontren Sidogiri, Koperasi BMT MMU Sidogiri dan Koperasi BMT UGT Sidogiri*. 2011, Pasuruan: Cipta
- M. Saiful Bakhri, *Sukses Koperasi Syariah di Sidogiri, The Best Islamic Micro Finance*, 2015, Pasuruan: Cipta
- M. Saiful Bakhri, *Kebangkitan Ekonomi Syariah di Pesantren, Belajar dari Pengalaman Sidogiri*. 2004, Pasuruan: Cipta Pustaka Utama