

**PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA PRODUKSI DAN PEMASARAN  
USAHA PENTOL MERCON MAKNYUS JALAN SUROMENGGOLO  
SKRIPSI**



**Oleh:**  
**ARIS HIDAYAT**  
NIM:210716190

**Pembimbing:**  
**SAID ABADI, Lc., M.A.**  
NIDN: 2112088202

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO  
(IAIN PONOROGO)**

**2021**

## ABSTRAK

**Hidayat. Aris**, Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Produksi dan Pemasaran Usaha Pentol Mercon Maknyus Jalan Suromenggolo. 2021. Skripsi. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Pembimbing : Said Abadi, Lc., M.A.

**Kata Kunci:** Etika Bisnis Islam, Produksi, Pemasaran.

Usaha Pentol Mercon Maknyus adalah usaha kuliner jenis jajanan pentol yang banyak diminati banyak konsumen di jalan Suromenggolo. Banyak pelaku bisnis jenis usaha tersebut melakukan tindakan-tindakan yang melanggar etika bisnis Islam dalam produksi maupun pemasaran, diantaranya dalam produksi, pelaku bisnis mencampurkan bahan-bahan yang tidak layak atau haram dikonsumsi manusia seperti menggunakan campuran daging babi, daging tikus, ayam tiren dan yang lainnya. Sedangkan dalam distribusinya pelaku bisnis melakukan tindakan penipuan, suap, tipu daya, dan lain-lain. Hal tersebut dilakukan oleh pelaku usaha tidak lain ialah untuk meraup keuntungan yang lebih. Padahal dibalik tindakan tersebut banyak pihak yang dirugikan salah satunya konsumen.

Penelitian ini bertujuan bagaimana Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Produksi dan Pemasaran Usaha Pentol Mercon Maknyus Jalan Suromenggolo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, Jenis penelitiannya adalah penelitian lapangan, data yang dikumpulkan melalui wawancara, dan observasi. Metode analisis penelitian ini adalah diskriptif kualitatif yaitu menganalisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Produksi dan Pemasaran Usaha Pentol Mercon Maknyus Jalan Suromenggolo.

Hasil penelitian menunjukkan produksi dan distribusi usaha Pentol Mercon Maknyus telah sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Pemilik usaha menggunakan bahan baku yang baik dan halal untuk dikonsumsi. Dan dalam distribusinya pemilik usaha menekankan karyawannya agar melayani konsumen dengan sebaik-baiknya. Dan tidak ditemukan pada usaha tersebut prinsip-prinsip yang telah menyalahi aturan bisnis Islam.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

**LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL PROPOSAL
01	Aris Hidayat	210716190	Ekonomi Syariah	Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Produksi dan Pemasaran Usaha Pentol Mercon Maknyus Jalan Suromenggolo

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 04 November 2021

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Ekonmi Syariah

**Dr. Luhur Prasetyo, M.E.I**  
**NIP: 197801122006041002**

Menyetujui,  
Pembimbing

**Said Abadi, M.A.**  
**NIDN: 2112088202**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NASKAH SKRIPSI BERIKUT INI:

Judul : Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Produksi dan Pemasaran Usaha Pentol Mercon Maknyus Jalan Suromenggolo  
Nama : Aris Hidayat  
NIM : 210716190  
Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah.

DEWAN PENGUJI:

Ketua Sidang :  
Dr. Luhur Prasetyo, M.E.I  
NIP. 197801122006041002

Penguji I :  
Dr. Hj. Ely Masykuroh, M.S.I  
NIP. 197202111999032003

Penguji II :  
SAID ABADI, Lc., M.A.  
NIDN. 2112088202

Ponorogo, November 2021  
Mengesahkan,  
Dekan FEBI IAIN Ponorogo



(Dr. H. Lutfi Hadi Aminuddin, M.Ag.)  
NIP. 197207142000031005

## SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aris hidayat  
NIM : 210716190  
Jurusan : Ekonomi syariah  
Judul : Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Produksi dan Pemasaran Usaha Pentol Mercon Maknyus Jalan Suromenggolo

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut di publikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di **[etheses.iainponorogo.ac.id](http://etheses.iainponorogo.ac.id)**. adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 18 November

2021

Penulis



Aris Hidayat  
NIM 20716190

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aris Hidayat

Nim : 210716190

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Judul skripsi : Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Produksi dan Pemasaran Usaha Pentol Mercon Maknyus Jalan Suromenggolo.

Dengan ini, menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil-alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya aku sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Ponorogo, 01 November 2021

Yang Membuat Pernyataan



**Aris Hidayat**  
**NIM. 210716190**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR KEASLIAN.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO.....	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xvi
<b>BAB I : PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Sistematika Pembahasan.....	11
<b>BAB II : LANDASAN TEORI.....</b>	<b>13</b>
A. Etika Bisnis Islam.....	13
1. Pengertian Etika Bisnis Islam.....	13

2. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam .....	16
3. Prinsip Dasar Etika Bisnis Islam.....	17
B. Etika Bisnis Islam Dalam Produksi .....	23
C. Etika Bisnis Islam Dalam Pemasaran .....	25
D. Penelitian Terdahulu .....	32
<b>BAB III: METODE PENELITIAN.....</b>	<b>40</b>
A. Jenis Penelitian .....	40
B. Pendekatan Penelitian.....	41
C. Lokasi penelitian.....	42
D. Data dan Sumber Data .....	42
E. Teknik Pengumpulan Data .....	43
F. Teknik Pengolahan Data.....	44
G. Teknik Analisis Data .....	47
H. Teknik Pengecekan Keabsahan Data.....	48
<b>BAB IV : DATA dan ANALISIS.....</b>	<b>50</b>
A. Data Umum.....	50
1. Gambaran Umum Usaha Pentol Mercon Maknyus .....	50
B. Data Khusus .....	52
1. Produksi Usaha Pentol Mercon Maknyus.....	52
2. Pemasaran Pentol Mercon Maknyus.....	57
C. Analisis Data.....	66
1. Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Produksi Usaha Pentol Mercon Manyus .....	67



2. Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Pemasaran

Usaha Pentol Mercon Manyus ..... 71

**BAB V : PENUTUP ..... 74**

A. KESIMPULAN ..... 74

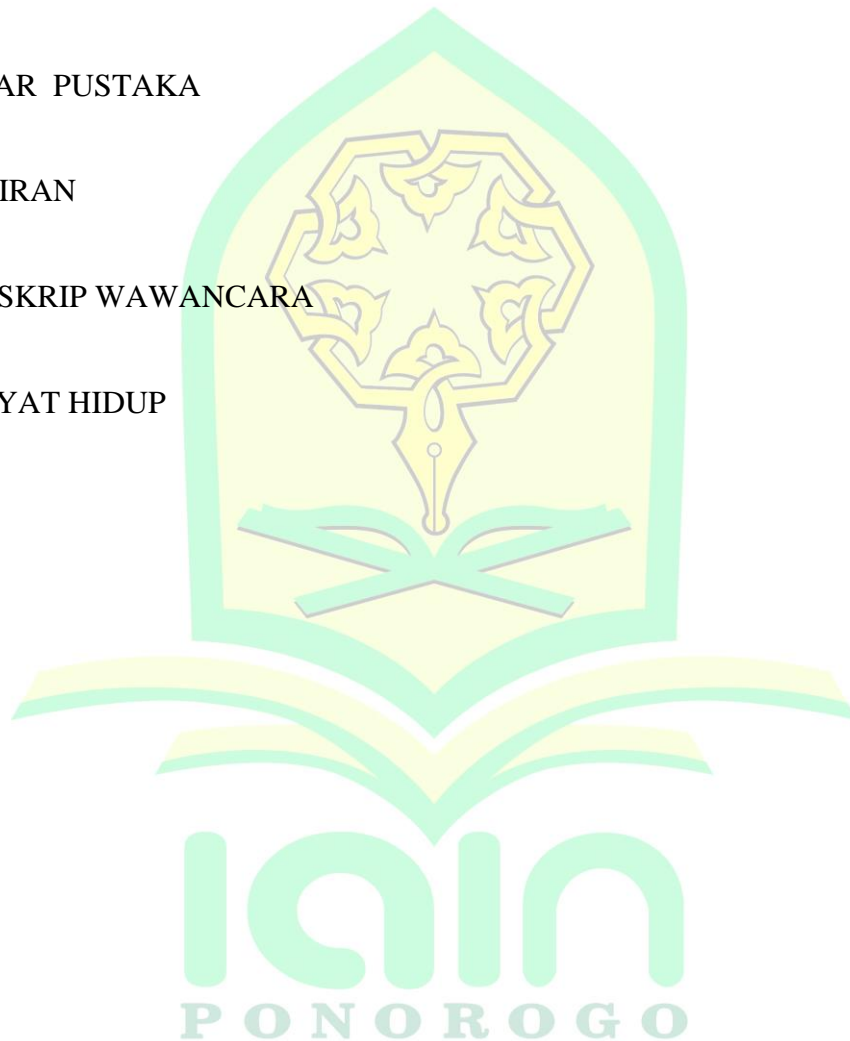
B. SARAN..... 75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

TRANSKRIP WAWANCARA

RIWAYAT HIDUP



## DAFTAR TABEL

1.1 Omset Penjualan Pedagang Pentol di Jalan Suromenggolo.....	7
--	---



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Ekonomi merupakan salah satu faktor yang sangat berperan penting dalam kehidupan umat manusia, dan ekonomi juga sangat menentukan pola hidup, corak dan karakter suatu masyarakat. Artinya masyarakat yang ekonominya sejahtera berbeda dengan masyarakat yang ekonominya lemah. Ketika manusia berbicara mengenai masalah ekonomi maka yang ada pada benak manusia tersebut tentunya adalah masalah kaya dan miskin. Islam sebagai agama yang madani telah meletakkan dasar-dasar yang kuat dalam rangka mewujudkan sebuah tatanan masyarakat Islam yang sejahtera lahir maupun batin, tidak terkecuali masalah ekonomi.<sup>1</sup>

Pelaksanaan etika bisnis di masyarakat sangat didambakan oleh semua orang. Namun banyak juga orang yang tidak ingin melaksanakan etika ini secara murni. Masih berusaha melanggar perjanjian, manipulasi dalam segala tindakan. Banyak yang kurang memahami etika bisnis, atau mungkin saja paham, tapi memang tidak ingin melaksanakan. Hal itu adalah suatu kenyataan yang masyarakat hadapi, yakni perilaku menyimpang dari ajaran agama dan merosotnya etika dalam berbisnis.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Sarah Wijayanti Putri, "System Ekonomi Islam Dengan Aspek Kehidupan Masyarakat Madani Ditinjau dari Hukum Islam," *Al-Adalah*, 02 (Oktober, 2010), 139.

<sup>2</sup> Buchari Alma dan Donni Junia Priasa, *Manajemen Bisnis Syari'ah* (Bandung: Alfabeta, 199).

Islam adalah agama yang paling sempurna, mengatur segala urusan dunia dan akhirat, termasuk dalam berbisnis. Islam memberi rambu-rambu sebagai etika atau pedoman dalam menjalankan bisnis agar bisnis tersebut dapat meraih kesuksesan dunia dan akhirat. Terdapat lima prinsip (aksioma) dalam ilmu ekonomi Islam yang mesti diterapkan dalam bisnis syari'ah atau biasa disebut juga dengan istilah etika bisnis Islam, yaitu: tauhid (*unity*) kesatuan, keseimbangan atau keadilan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*), dan tanggung jawab (*responsibility*), serta kebenaran.<sup>1</sup> Maka sangat penting bagi para pelaku bisnis untuk mengetahui prinsip-prinsip etika bisnis Islam agar dapat mengimplementasikannya dalam menjalankan usahanya guna memperoleh kemajuan dalam berbisnis.

Umumnya bisnis diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan atau rizki dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya dengan cara mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien.<sup>2</sup> Tentunya dengan adanya prinsip etika bisnis Islam maka suatu bisnis dapat berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Tanpa menerapkan etika bisnis yang benar, sangat mungkin pelaku bisnis akan melakukan malapraktik yang merugikan konsumen.

Awal tahun 2015 misalnya terjadi kasus keracunan makanan yang cukup banyak di Indonesia yang bahkan sempat menjadi kejadian luar biasa

---

<sup>1</sup> Rafiq Issa Beekun, *Etika Bisnis Islam*, (Pustaka Pelajar Jakarta, 2004), 54.

<sup>2</sup> Muslich, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Ekonesia, 2004), 46.

(KLB) pada sejumlah daerah. Dalam kondisi semacam ini, perilaku produsen memiliki pengaruh yang cukup besar. Perilaku produsen pada dasarnya menyetengahkan sikap pengusaha dalam memproduksi barang maupun jasa. Dalam memproduksi suatu barang berarti menciptakan manfaat dari barang tersebut. Bukan hanya menciptakan barang secara fisik namun lebih condong kepada manfaat yang ditimbulkan dari produk tersebut.<sup>3</sup>

Bisnis Pentol banyak ditemui di sudut kota di setiap daerah. Dengan bermacam-macam varian dan *trade mark* atau *branding* masing-masing penjual. Bentuk pentolpun bervariasi ada yang kecil seperti kerikil dan ada yang besar seperti layaknya pentol bakso. Cara berjualan pentol juga bermacam-macam ada yang menggunakan rombongan di atas sepeda motor, ada yang memakai gerobak dan ada yang mangkal di suatu tempat tertentu.

Pentol dan makanan sejenisnya merupakan salah satu jajanan yang diminati oleh anak-anak bahkan orang dewasa sekalipun. Sehingga banyak orang yang tertarik membuka bisnis makanan sejenis produk tersebut karena memiliki peluang usaha yang menjanjikan. Dan tidak sedikit pula yang melakukan kecurangan atau menyalahi etika dalam produksi maupun pemasaran usaha tersebut yang tujuannya tidak lain adalah untuk mendapatkan laba yang sebesar-besarnya. Seperti yang telah terjadi kecurangan atau menyalahi etika dalam produksinya: Di Sukabumi, penjual cilok ditetapkan sebagai tersangka, karena diduga menjual makan tidak layak konsumsi yang

---

<sup>3</sup> Ermawati Usman, "Perilaku Produsen Dalam Etika Bisnis Islam (Suatu Upaya Perlindungan Konsumen)". *Jurnal Hunafa*, 03 (2017), 207

mengakibatkan ratusan buruh pabrik keracunan dan 97 orang diantaranya harus menjalani perawatan,<sup>4</sup> di Bantul, penjual bakso ayam tiren di tangkap polisi,<sup>5</sup> di Tambora Jakarta Barat pedagang bakso dengan inisial SWU, telah ditetapkan sebagai tersangka oleh kepolisian karena menjual pentol bakso yang tidak sewajarnya yaitu mengoplos daging sapi dengan daging babi. Bahkan dari paparan berita, SWU hanyalah salah satu pengoplos yang pernah tertangkap.<sup>6</sup> Sedangkan dalam pemasaran, di Jakarta Barat terdapat kasus penjual pentol bakso ludahi mangkok pelanggan karena alasan sebagai penglaris<sup>7</sup>, di Banyumas penjual cilok beri bonus video mesum ke siswa SD.<sup>8</sup> Kasus-kasus di atas mereka semua melakukan hal tersebut karena ingin menekan biaya produksi, ingin laris dagangannya, yang tidak lain tujuan mereka adalah mendapat laba yang sebesar-besarnya.

---

<sup>4</sup> Abrar, “Polisi Tetapkan Penjual Cilok Kasus Keracunan,” <https://www.google.com/amp/s/m.medcom.id/amp/ybdqpppk-polisi-tetapkan-penjual-cilok-tersangka-kasus-keracunan>, (Diakses Pada 26 Oktober 2021 Pukul 22.15)

<sup>5</sup> Try, “Pemilik Bakso Ayam Tiren di Bantul di Tangkap”, <https://news.detik.com/berita/d-2003537/pemilik-bakso-ayam-tiren-di-bantul-ditangkap->, (Diakses Pada 26 Oktober 2021 Pukul 22.00).

<sup>6</sup> Odi, “Ancaman Pidana 5 Tahun Penjara Atau Denda Rp 2 Miliar Bagi Para Pengoplos Daging,” <https://food.detik.com/info-kuliner/d-2577526/ancaman-pidana-5-tahun-penjara-atau-denda-rp-2-miliar-bagi-para-pengoplos-daging>, (Diakses Pada 10 Juni 2021 Pukul 13:23).

<sup>7</sup> Anggeng Rasmi, “Kasus Penjual Bakso Ludahi Mangkok Pelanggan : Disuruh Dukun Agar Laris, Akan Dibina,” <https://www.google.com/amp/s/news.tribunnews.com/amp/2020/06/29/populer-update-kasus-penjual-bakso-ludahi-mangkok-pelanggan-disuruh-dukun-agar-laris-akan-dibina>, (Diakses Pada 26 Oktober 2021 Pukul 22:10).

<sup>8</sup> M Iqbal Fahmi, “Ingin Laris Seorang Penjual Cilok Beri Bonus Video Porno ke Siswa Sd,” <https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/regional/read/2018/04/06/15513521/ingin-laris-seorang-penjual-cilok-beri-bonus-video-porno-ke-siswa-sd>, (Diakses Pada 26 Oktober 2021 Pukul 22:05).

Dari paparan yang telah disebutkan dapat diketahui bahwa banyak ditemukan pedagang-pedagang pentol atau bakso melakukan kecurangan-kecurangan. Hal ini, Konsumen sangat dirugikan karena produk yang dibeli tak sesuai dengan klaimnya. Apalagi, daging oplosan seringkali melibatkan daging babi dan tikus yang haram dikonsumsi bagi umat muslim.

Di Ponorogo, bisnis pentol juga tidak kalah banyak seperti di daerah-daerah lain, pedagang pentol mudah dijumpai khususnya di tempat-tempat ramai seperti: Alon-alon, area lembaga pendidikan atau perkantoran, area gedung olah raga, stadion, jalan baru, dll.

Pentol Mercon Maknyus merupakan bisnis jualan dari sekian banyak bisnis jualan pentol di Ponorogo, usaha tersebut berjualan dengan menggunakan gerobak dan setiap harinya mangkal di atas trotoar, tepatnya di timur jalan Suromenggolo barat Gedung Olah Raga. Produk pentol usaha tersebut laris. Banyak konsumen dari berbagai kalangan mampir untuk membeli pentol tersebut. Hingga dalam satu bulannya usaha tersebut bisa mencapai omset 40 juta-an.<sup>9</sup>

Usaha yang dimiliki ibu Legi dan bapak Dadi, merintis bisnisnya sejak tahun 2008, dipasarkan dengan cara jualan keliling antar tempat satu ke tempat lain dan kini sudah bisa membuka empat lapak berjualan dan juga sudah merekrut karyawan untuk menjalankan bisnisnya.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Legi, *Wawancara*, 25 September 2020.

<sup>10</sup> Dadi, *Wawancara*, 19 September 2020.

Usaha bapak Dadi dan ibu Legi tersebar di empat lokasi. dua gerobak di lokasi jalan Pramuka dan dua yang lainnya berlokasi di jalan Suromenggolo dan Jalan Sultan Agung, tidak lain tempat-tempat tersebut ialah tempat keramaian karena dekatnya lokasi dengan gedung Olahraga, Stadion Batoro Katong, Lembaga Pendidikan dll.<sup>11</sup>

Untuk penjualan, pemilik usaha semua serahkan karyawan. Tetapi untuk produksi sang pemilik kerjakan sendiri dan dibantu oleh keluarga dan karyawan terpilih. Bisnis pentol ini menyajikan beberapa varian pentol serta mempunyai rasa khas tersendiri, sehingga tidak salah jika usaha terbilang sangat laris dan diminati banyak konsumen, mulai dari golongan anak-anak, remaja hingga orang dewasa, dan banyak para pelajar khususnya mahasiswa yang mampir untuk menikmati pentol tersebut.<sup>12</sup>

Untuk satu porsi pemilik usaha memberikan Rp.5000 sampai Rp.8000, harga yang terjangkau untuk semua kalangan konsumen. pemilik usaha mengungkapkan bahwa dalam satu hari usaha tersebut bisa menghabiskan sampai dengan 30 kg adonan pentol.<sup>13</sup>

Omset perhari usaha pentol ini bisa sampai dengan satu hingga dua juta. Padahal banyak pesaing-pesaing pengusaha sejenis di sekitar lokasi tersebut.

---

<sup>11</sup> Ibid.,

<sup>12</sup> Legi, *Wawancara*, 25 September 2020.

<sup>13</sup> Ibid.,



Berikut hasil tabel hasil observasi dan wawancara mengenai omset sebagian pedagang pentol di jalan Suromenggolo Ponorogo (jalan baru).

Tabel 1.1

Omset Penjualan Pedagang Pentol di Jalan Suromenggolo<sup>14</sup>

No	Pemilik Usaha	Nama Usaha	Omset
1	Pak Ali	Pentol Pak Ali	Rp.30.000.000
2	Pak Marikun	Pentol Pak Marikun	Rp.10.000.000
3	Ibu Legi	Pentol Maknyus	Rp. 45.000.000
4	Mas Munir	Pentol Upin Ipin	Rp. 7.500.000
5	Imam Syahroni	Pentol Daging	Rp. 21.000.000
6	Bejo	Pentol Upin Ipin	Rp. 18.000.000
7	Rian Rangga	Pentol Upin	Rp. 15.000.000
8	Aziz	Pentol Daging	Rp. 15.000.000
9	Sugiyono	Pentol Kuah Daging	Rp. 18.000.000

Sumber: *observasi pedagang pentol jalan Suromenggolo Ponorogo*

Dari tabel diatas dapat diambil kesimpulan bahwa pendapatan omset bisnis Pentol Mercon Maknyus lebih tinggi dari pada bisnis pentol lainnya. Padahal informasi dari pemilik usaha pentol tersebut dalam satu harinya buka dari jam 8.00 sampai jam 14.00, jam kerja yang cukup singkat.<sup>15</sup>

Walaupun suatu usaha mempunyai penghasilan yang menjanjikan tapi belum tentu usaha tersebut menerapkan usaha yang sesuai dengan etika bisnis Islam yang semestinya. Etika bisnis digunakan sebagai pengendali perilaku persaingan bisnis agar sesuai dengan norma yang ada. Suatu persaingan bisnis dapat dinilai baik, apabila memenuhi seluruh norma yang ada. Etika bisnis juga

<sup>14</sup> *Observasi*, 9 September 2019.

<sup>15</sup> Legi, *Wawancara*, 25 September 2020.

dapat dipergunakan oleh para pelaku bisnis sebagai sumber paradigma dalam menjalankan suatu bisnis yang baik.<sup>16</sup>

Dari ungkapan salah satu konsumen usaha pentol tersebut, bahwa konsumen membeli pentol dengan harga dan varian yang sama dengan konsumen lain tetapi konsumen tersebut mendapat jumlah pentol yang lebih sedikit, dan peneliti juga menemukan keluhan konsumen dari hasil wawancara yaitu konsumen mengalami sakit perut beberapa hari.

Dengan ini Penulis tertarik melakukan penelitian pada Pentol Mercon Maknyus. Penulis mengambil penelitian pada usaha tersebut karena usaha tersebut salah usaha pentol yang laris diminati konsumen. Maka dari itu penulis akan melakukan penelitian mengenai proses produksi dan distribusi dengan fokus etika bisnis islam. Maka penulis melakukan penelitian dengan judul **“Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Produksi dan Pemasaran Usaha Pentol Mercon Maknyus Jalan Suromenggolo,”** karena penulis menganggap ini suatu persoalan yang sangat menarik untuk dikupas. penulis termotivasi meneliti usaha tersebut, usaha yang yang sederhana menggunakan fasilitas sederhana tapi sangat diminati konsumen, penulis tertarik meneliti apakah usaha tersebut telah menerapkan etika-etika dalam Islam sehingga usaha tersebut meraih kemajuan dalam usaha. Dan juga karena Banyak dari pelaku usaha belum mengetahui penerepan etika Islam dalam sebuah usaha bisnis atau yang lainnya. Menurut pandangan mereka dalam menjalankan

---

<sup>16</sup> Wahyu Mijil Sampurno, “Penerapan Etika Bisnis Islam dan Dampaknya Terhadap Kemajuan Bisnis Industry Rumah Tangga”, *Journal Of Islamic Economic Lariba*, 02.(2016), 3.

sebuah usaha diartikan sebagai aktivitas ekonomi manusia yang bertujuan mencari keuntungan semata. Aktivitas bisnis dimaksudkan untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya, karena itu cara apapun boleh dilakukan demi meraih tujuan tersebut. Walaupun cara-cara yang digunakan mengakibatkan kerugian bagi pihak lain.

Fakta yang terjadi sekarang ini usaha yang paling menonjol di masyarakat Indonesia yaitu produk makanan yang beraneka ragam. Tetapi kebanyakan para pelaku usaha jarang yang memperhatikan produk penjualannya baik dari segi halal haram, proses pengolahan dan pembuatan, situasi kondisi keadaan tempatnya, kebersihan, dan yang lainnya. Hal-hal semacam itu kurang diperhatikan karena sebagian mereka belum mengetahui seberapa penting nilai di dalamnya.

## **B. Rumusan Masalah**

Untuk membuat permasalahan lebih spesifik dan sesuai dengan titik tekan pembahasan, maka harus ada rumusan masalah yang benar-benar fokus agar dalam pembahasan dalam karya tulis ini tidak melebar dari apa yang ada dikehendaki. Dari latar belakang yang telah dipaparkan, maka terdapat rumusan masalah yang bisa diambil:

1. Bagaimana etika bisnis Islam pada produksi Usaha Pentol Mercon Maknyus Suromenggolo ?
2. Bagaimana etika bisnis Islam pada pemasaran Usaha Pentol Mercon Maknyus Suromenggolo ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui etika bisnis Islam pada produksi Usaha Pentol Mercon Maknyus Suromenggolo Ponorogo.
2. Untuk mengetahui etika bisnis Islam pada produksi Usaha Pentol Mercon Maknyus Suromenggolo Ponorogo.

### **D. Manfaat Penelitian**

Penulis mengharapkan agar hasil penelitian ini nantinya dapat bermanfaat bagi orang lain, manfaat penelitian dibagi menjadi dua aspek:

#### **1. Manfaat Teoritis**

Mengembangkan khasanah Ilmu Pengetahuan Ekonomi, khususnya Ekonomi Islam mengenai etika bisnis Islam Terhadap Usaha Pentol Mercon Maknyus dan juga Sebagai bahan dasar untuk penelitian lebih lanjut mengenai Penerapan etika Islam terhadap Usaha Pentol Mercon Maknyus.

#### **2. Manfaat Praktis**

##### **a. Bagi Peneliti**

Untuk melatih diri dalam penelitian yang bersifat ilmiah, untuk menambah wawasan pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti tentang penerapan nilai Islam dalam berwirausaha.

##### **b. Bagi Usaha Yang Bersangkutan**

Bagi usaha yang bersangkutan, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu referensi, refleksi, dan sebagai pertimbangan dalam

rangka mengembangkan Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Produksi dan Pemasaran Usaha Pentol Mercon Maknyus Jalan Suromenggolo dan usaha lain pada umumnya.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai wahana pengetahuan dan bahan acuan penelitian pendahuluan atau referensi tentang penerapan etika bisnis Islam dalam usaha.

### **E. Sistematika Pembahasan**

Untuk dapat memberikan gambaran secara luas dan memudahkan pembaca dalam memahami gambaran menyeluruh dari penelitian ini, penulis mengelompokkan menjadi lima bab, dan masing-masing bab tersebut menjadi beberapa sub bab. Dan semuanya merupakan suatu pembahasan yang utuh, yang saling berkaitan dengan yang lainnya, sistematika pembahasan tersebut adalah:

#### **BAB I Pendahuluan**

Berisi tentang penjelasan tentang uraian latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan yang terakhir adalah sistematika penulisan.

#### **BAB II Landasan Teori**

Bab ini membahas tentang teori-teori yang digunakan dan berkaitan penelitian yang meliputi teori tentang Penegelolaan Usaha, Manejemen Produksi,

Pengelolaan Pemasaran, Etika Bisnis Islam, Etika Bisnis Islam dalam Produksi, Etika Bisnis Islam dalam pemasara.

### **BAB III Metode Penelitian**

Metodologi penelitian, berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi atau tempat penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, teknik analisis data, dan teknik keabsahan data.

### **BAB IV Data dan Analisis Data**

Dalam bab ini berisi data dan hasil analisis dari data yang telah didapat berkaitan dengan Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Produksi dan Pemasaran Usaha Pentol Mercon Maknyus Jalan Suromenggolo kemudian diuraikan secara terperinci.

### **BAB V Penutup**

Pada bab ini memaparkan Kesimpulan menjelaskan tentang hasil penelitian dan juga pembahasan disesuaikan dengan rumusan masalah dan juga tujuan penelitian yang disajikan dengan singkat dan jelas. Sedangkan saran adalah suatu himbauan bagi para pembaca atau instansi lembaga yang terkait sehingga saran yang telah dipaparkan dapat memberikan pengetahuan serta memberikan manfaat dan dapat dikembangkan menjadi bahan kajian penelitian berikutnya.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Etika Bisnis Islam

##### 1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Secara umum etika bisnis ialah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma di mana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai daratan atau tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.<sup>1</sup>

Etika bisnis merupakan studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Studi ini berkonsentrasi pada standar moral sebagaimana yang diterapkan dalam institusi dan perilaku bisnis.<sup>2</sup> Dalam pembahasan lain kembali dijelaskan bahwa etika bisnis merupakan studi standar formal dan bagaimana standar itu diterapkan ke dalam sistem dan organisasi yang digunakan masyarakat modern untuk memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa, dan diterapkan kepada orang-orang yang ada di dalam organisasi. Studi ini tidak hanya mencakup analisis norma moral dan nilai moral. Namun juga berusaha mengaplikasikan kesimpulan-

---

<sup>1</sup> Faisal Badroen, dkk, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006), 15.

<sup>2</sup> Manuel G. Velasquez, *Etika Bisnis Konsep dan Kasus*, (Yogyakarta : Penerbit Andi, 2005), 12.

kesimpulan analisis tersebut ke beragam institusi, teknologi, transaksi, aktivitas, dan usaha-usaha yang kita sebut bisnis.<sup>1</sup>

Ada beberapa kesamaan makna dari berbagai macam pengertian yang diuraikan mengenai etika bisnis yang memiliki standar-standar dan prinsip yang terkandung dalam etika bisnis. Etika yang lahir dari sikap atau tingkah laku yang didasari dengan ukuran baik dan benarnya, benar dan salahnya dan hal inilah yang dikaitkan dengan bisnis yang menjadi aktivitas ekonomi karena bisnis adalah bagian dari sikap pelaku bisnis yang berdasar kepada pengambilan keputusan antara melakukan negosiasi dengan benar atau dengan jalan yang salah, melakukan kecurangan atau menakar sesuai porsi dan bertransaksi yang sesuai aturan atau dengan melanggar nilai-nilai etika yang telah ada. Sehingga keterkaitan antara etika sebagai sebuah sesuatu yang melandasi sikap seorang atau sekelompok pelaku bisnis untuk mengambil keputusan dan menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai etika yang telah ada.

Sekalipun dalam hal ini, pengertian-pengertian etika bisnis merupakan pengertian secara umum yang belum termaktub di dalamnya nilai-nilai Islam yang akan menjadi pembahasan utama setelah pembahasan etika bisnis secara umum. Dalam konteks Islam mengenai etika bisnis akan lebih khusus dalam penguatan teori yang berlandas kepada ajaran agama Islam yang didasari oleh Al-Qur'ān dan As-Sunnah.

---

<sup>1</sup> Ibid., 12.



Etika bisnis Islam merupakan bagian dari teori-teori etika bisnis namun dengan dibumbui ajaran Islam sebagai warna tersendiri dan menjadi pelengkap dari teori-teori etika bisnis yang telah dipaparkan oleh para pakar etika bisnis. Yusanto dan Wijayakusuma mendefinisikan lebih khusus tentang bisnis Islami adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram.<sup>2</sup>

Dalam membicarakan etika bisnis Islami adalah menyangkut “*Business Firm*” dan atau “*Business Person*”, yang mempunyai arti yang bervariasi. Berbisnis berarti suatu usaha yang menguntungkan. Jadi etika bisnis Islami adalah studi tentang seseorang atau organisasi melakukan usaha atau kontak bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam.<sup>3</sup>

Menurut Vincent Barry dalam bukunya “*moral issue in business*”, menyatakan bahwa *Business ethics is the study of what constitutes good and bad human conduct, including related action and values, in a business context*. (Etika bisnis adalah ilmu tentang baik buruknya terhadap suatu manusia, termasuk tindakan-tindakan relasi dan nilai-nilai dalam kontak bisnis).<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002), 37.

<sup>3</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha* (Bandung: Alfabeta, 2013), 35.

<sup>4</sup> Faisal Badroen, dkk, *Etika Bisnis Dalam Islam*, 70.

Secara sederhana mempelajari etika bisnis berarti mempelajari tentang mana yang baik dan buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. (*Learning what is right or wrong, and then doing the right thing. Right thing based on moral principle, and others believe the right thing to do depends on the situation*).<sup>5</sup> Kajian mengenai etika bisnis terkadang merujuk kepada etika manajemen dan etika organisasi. Etika bisnis dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis.

## 2. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam

### a. Al-Qur'an a. Surat al-Baqarah: 42<sup>6</sup>

وَلَا تَلْبِسُوا الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَتَكْتُمُوا الْحَقَّ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: “Dan janganlah kamu campur adukkan yang hak dengan yang bathil dan janganlah kamu sembunyikan yang hak itu, sedang kamu mengetahui.”<sup>7</sup>

### b. Al-Qur'an Surat an-Nisa: 29<sup>8</sup>

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

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. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”<sup>9</sup>

<sup>5</sup> Adm, “Bisnis dan Etika Islam”, <http://stebisdarusalamoki.ac.id/index.php?id=artikel&kode=1> (diakses tanggal 1 April 2021 pukul 0:15 WIB)

<sup>6</sup> Al-Qur'an , 2:42.

<sup>7</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Al Karim dan Terjemahannya* (Semarang: PT. Karya Toha Putra, 1995), 47.

<sup>8</sup> Al-Qur'an , 4:29.

<sup>9</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Al Karim dan Terjemahannya*, 83.

### 3. Prinsip Dasar Etika Bisnis Islam

Untuk membangun kultur bisnis yang sehat, idealnya dimulai dari perumusan etika yang akan digunakan sebagai norma perilaku sebelum aturan perilaku dibuat dan dilaksanakan. Rasulullah SAW juga banyak memberikan prinsip petunjuk mengenai etika bisnis dalam perdagangan yang baik. Maka dari itu, Islam menawarkan nilai-nilai dasar atau prinsip-prinsip umum yang penerapannya dalam bisnis disesuaikan dengan perkembangan zaman dan mempertimbangkan dimensi ruang dan waktu.<sup>10</sup> Prinsip dasar etika bisnis Islam tersebut adalah :

#### a. Kesatuan (*unity*)

Kesatuan merupakan cerminan dari konsep tauhid, yang merupakan dimensi vertikal Islam. Konsep kesatuan ini merupakan konsep yang paling mendalam pada diri seorang muslim, karena seorang muslim memandang apapun di dunia sebagai milik Allah, karena hanya Allah yang Maha Kuasa dan Maha Esa, karena ia percaya bahwa hanya Allah yang dapat menolong dan pengaruh paling besar bahwa kaum muslim akan mentaati dan melaksanakan hukum Allah.<sup>11</sup> Prinsip ini dikembangkan dari keyakinan bahwa seluruh aktivitas manusia termasuk aktivitas ekonominya diawasi oleh Allah SWT. Dan akan dipertanggungjawabkan di hadapan Allah di akhirat kelak.<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha*, 43.

<sup>11</sup> Rafik Isa Beekum, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Pusaka Pustaka, 2004), 33-34.

<sup>12</sup> Rozalinda, *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 18.

Kemudian dalam penerapan konsep keesaan ini, seorang pengusaha muslim tidak akan berbuat:

- 1) Diskriminatif terhadap pekerja, pemasok, pembeli atau siapa pun pemegang saham perusahaan atas dasar ras, jenis kelamin atau agama.
- 2) Dapat dipaksa untuk berbuat tidak etis, karena ia hanya takut dan cinta kepada Allah.
- 3) Menimbun kekayaannya dengan penuh keserakahan karena konsep amanah sangat penting bagi seorang muslim dan semua harta hanya bersifat sementara maka harus digunakan dengan bijaksana.<sup>13</sup>

#### **b. Keseimbangan (Keadilan)**

Keseimbangan atau *'adl* menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam dan berhubungan dengan harmoni segala sesuatu di alam semesta.<sup>14</sup> Keseimbangan adalah konsep adil, jujur dalam bertransaksi, tidak merugikan dan tidak dirugikan.<sup>15</sup> Dalam dunia kerja dan bisnis Islam sangat mengahruskan untuk berbuat adil. Karena berlaku adil akan dekat dengan taqwa, karena itu dalam perniagaan (*tijarah*), Islam melarang untuk menipu walaupun hanya sekedar membawa sesuatu pada kondisi yang menimbulkan keraguan sekalipun.<sup>16</sup>

Konsep keseimbangan juga dapat dipahami bahwa keseimbangan hidup di dunia dan akhirat harus diterapkan oleh seorang pembisnis muslim.

<sup>13</sup> Rafik Isa Beekun, *Etika Bisnis Islam*, 35.

<sup>14</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta: Penebar Plus, 2012), 55.

<sup>15</sup> Faisal Badroen, dkk., *Etika Bisnis Dalam Islam*, 37.

<sup>16</sup> *Ibid.*, 91.

Oleh karenanya, konsep keseimbangan berarti menyerukan kepada para pengusaha muslim untuk bisa merealisasikan tindakan-tindakan (dalam bisnis) yang dapat menetapkan dirinya dan orang lain dalam kesejahteraan duniawi dan keselamatan akhirat. Individu-individu diciptakan oleh Allah dengan keterampilan, intelektualitas dan talenta yang berbeda-beda. Sehingga manusia secara instingtif diperintah untuk hidup bersama, bekerja sama dan saling memanfaatkan keterampilan mereka masing-masing.<sup>17</sup>

### c. Kehendak

Bebas Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapat bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Kecenderungan manusia untuk terus-menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya melalui zakat, infak dan sedekah.<sup>18</sup>

Manusia bebas menentukan kreativitas untuk melakukan produksi dengan tujuan untuk menjawab permasalahan sosial dan bermanfaat bagi kemaslahatan umat. Jadi bukan kebebasan yang sebeb-bebasnya namun bebas yang tidak melanggar aturan, nilai dan yang tidak mengganggu kebebasan orang lain.<sup>19</sup> Larangan adanya bentuk monopoli,

---

<sup>17</sup> Ibid.,88.

<sup>18</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha*, 46.

<sup>19</sup> Muslich, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Ekonisia, 2010), 72

kecurangan, dan praktik riba adalah jaminan terhadap terciptanya suatu mekanisme pasar yang sehat dan persamaan peluang untuk berusaha tanpa adanya keistimewaan-keistimewaan pada pihak-pihak tertentu.<sup>20</sup> Dalam tataran ini, kebebasan manusia sesungguhnya tidaklah mutlak akan tetapi merupakan kebebasan yang bertanggung jawab dan berkeadilan.<sup>21</sup>

#### **d. Tanggung Jawab (*Ikhtiyar*)**

Islam menekankan konsep tanggung jawab, dan bukan berarti mengabaikan kebebasan individu namun yang dikehendaki pada ajaran Islam adalah kebebasan yang bertanggung jawab. Meskipun banyak manusia yang melepaskan tanggung jawab dari perbuatan yang merugikan orang lain, namun kelas ia tidak akan pernah lepas dari tanggung jawab di hadapan Allah yang Maha Mengetahui.<sup>22</sup>

Penerapan konsep tanggung jawab dalam etika bisnis Islam misalnya jika seseorang pengusaha muslim berperilaku secara tidak etis, ia tidak menyalahkan tindakannya pada persoalan tekanan bisnis ataupun pada kenyataan bahwa setiap orang juga berperilaku tidak etis. Ia harus memikul tanggung jawab tertinggi atas tindakannya sendiri.<sup>23</sup>

---

<sup>20</sup> Faisal Badroen, dkk., *Etika Bisni Dalam Islam*, 96.

<sup>21</sup> Veithzal Rivai dan Andi Buchari, *Islamic Economic*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), 39

<sup>22</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, 67-68.

<sup>23</sup> *Ibid.*, 68.

Dengan firman Allah SWT : (QS. *Al-Muddatstsir* :38)<sup>24</sup>

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ

Artinya: “Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya.”<sup>25</sup>

#### e. Kebajikan (kebenaran)

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran, mengandung pula dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar meliputi proses transaksi, proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses menetapkan keuntungan. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian dalam bisnis.<sup>26</sup>

Sebagaimana firman Allah SWT : (QS *Al-Baqarah*: 82)<sup>27</sup>

وَالَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ ءُولَٰئِكَ أَصْحَابُ الْجَنَّةِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: “Dan orang-orang yang beriman serta beramal saleh, mereka itu penghuni surga; mereka kekal di dalamnya.”<sup>28</sup>

<sup>24</sup> Al-Qur’an, 74:38.

<sup>25</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur’ān Al Karim dan Terjemahannya*, 576.

<sup>26</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha*, 46.

<sup>27</sup> Al-Qur’ān , 2:82.

<sup>28</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur’ān Al Karim dan Terjemahannya*, 12.

Mengenai penerapan konsep kebenaran, kebajikan dan kejujuran, al-Ghazali merumuskan enam kebajikan berikut:

- 1) jika seseorang membutuhkan maka orang lain harus memberikannya dengan mengambil sedikit keuntungan, jika sang pemberi melupakan keuntungan maka hal itu lebih baik.
- 2) Jika membeli sesuatu dari orang miskin, akan lebih baik bagi dirinya membayarnya sedikit berlebih.
- 3) Dalam mengabdikan hak pembayaran dan pinjaman, seseorang harus bertindak bijaksana dengan memberi waktu banyak bagi peminjam.
- 4) Sudah sepiantasnya meraka yang ingin mengembalikan barang yang telah dibeli seharusnya diperbolehkan demi kebajikan.
- 5) Merupakan tindakan yang lebih baik bagi sang peminjam bila membayar hutangnya tanpa diminta.
- 6) Ketika menjual secara kredit, seseorang harus cukup bermurah hati, tidak memaksa membayar jika seseorang tidak mampu membayar dalam waktu yang ditetapkan.<sup>29</sup>

Melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan manfaat bagi orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut dilakukan. Namun diniatkan sebagai ibadah dan berbuat baik seakan akan melihat Allah. Karena sesungguhnya Allah memang melihat segala perbuatan yang kita lakukan.<sup>30</sup> Meskipun

---

<sup>29</sup> Rafik Isa Beekun, *Etika Bisnis Islami*, 43-44.

<sup>30</sup> Faisal Badroen, dkk., *Etika Bisni Dalam Islam*, 100-102.



konsep-konsep di atas menentukan kita dalam tingkah laku sehari-hari, konsep-konsep tersebut lebih merupakan deskripsi filsafat etika Islam. Al-Qur'ān dan Sunnah melengkapi konsep-konsep ini dengan merumuskan tingkat keabsahan hukum bentuk-bentuk perilaku penting sebagaimana juga wilayah haram dan halal bisnis pengusaha Muslim.<sup>31</sup>

## **B. Etika Bisnis Islam dalam Produksi**

Produksi dalam perspektif Islam mempunyai banyak penjelasan, salah satunya ialah menurut Monzer Khaf, produksi perspektif Islam adalah usaha manusia untuk memperbaiki tidak hanya kondisi fisik materialnya, tapi juga moralitas sebagai sarana untuk mencapai tujuan hidup sebagaimana digariskan dalam agama, yaitu kebahagiaan dunia dan akhirat. Sedangkan menurut Afzalur Rahman produksi dalam Islam adalah menekankan pentingnya keadilan dan pemerataan produksi.<sup>32</sup>

Akhlak utama dalam produksi yang wajib diperhatikan kaum muslim baik secara individu maupun kelompok ialah bekerja pada bidang yang diharamkan Allah. Tidak melampaui apa yang diharamkan-Nya. Dengan demikian, tujuan produksi menurut Yusuf Qardhawi adalah untuk memenuhi kebutuhan setiap individu dan mewujudkan kemandirian umat.<sup>33</sup>

Dalam kegiatan etika Islam, perlunya landasan moral dalam kegiatan produksi dengan alasan kegiatan produksi tidak hanya bergerak pada ranah

---

<sup>31</sup> Rafik Isa Beekun, *Etika Bisnis Islam*, 43.

<sup>32</sup> M. Nur Rianti, Al-Arif, *Dasar-dasar Ekonomi Islam*, (Solo: PT Era Adicitra Intermedia, 2011), 163-164.

<sup>33</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islami Tataran Teoritis dan Praktis*, (Malang: UIN Malang Press, 2008), 103.

ekonomi tapi juga sosial. Selain itu kegiatan produksi merupakan tanggung jawab sosial untuk memenuhi kebutuhan masyarakat serta manifestasi keterhubungan manusia dengan Tuhan. Prinsip-prinsip etika produksi yang implementatif terkandung dalam prinsip tauhid, prinsip keadilan, prinsip kebajikan, prinsip kemanusiaan, serta prinsip kebebasan dan tanggung jawab. Implementasi prinsip etika produksi ini akan mempengaruhi tingkat pertumbuhan ekonomi, pemerataan dan keadilan distributif, kelestarian lingkungan hidup, serta tanggung jawab sosial produsen.

Prinsip etika produksi Islam dilakukan dengan menjadikan Al-Qur'an sebagai landasan ontologis kegiatan produksi. Kaidah-kaidah moral imperatif dalam Al-Qur'an dipetakan secara rasional untuk menentukan pemberlakuannya, mengidentifikasi unsur hak dan kewajiban yang terkandung di dalamnya, dan relevasinya dengan konsep lain. Dalam hal produksi para fuqoha' menetapkan hukum *fardu 'ain* bagi setiap muslim untuk berusaha memanfaatkan sumber-sumber alam. Manusia harus mengoptimalkan pikiran dan keahliannya untuk mengembangkan sumber-sumber investasi dan jenis-jenis usaha dalam menjalankan apa yang telah disyari'atkan.<sup>34</sup> Hal ini sesuai dengan tuntutan Al-Qur'an agar manusia memakmurkan bumi.

Sebagaimana Allah berfirman: (QS *Hud*: 61)<sup>35</sup>

وَالِىٰ ثَمُوْدَ اٰخَاهُمْ صٰلِحًا قَالَ يٰقَوْمِ اَعْبُدُوْا اللّٰهَ مَا لَكُمْ مِّنْ اِلٰهٍ غَيْرُهُ هُوَ اَنْشَأَكُمْ  
مِّنَ الْاَرْضِ وَاَسْتَعْمَرَكُمْ فِيْهَا فَاسْتَغْفِرُوْهُ ثُمَّ تُوْبُوْا اِلَيْهِ اِنَّ رَبِّيْ قَرِيْبٌ مُّجِيْبٌ

<sup>34</sup>Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha*, 148-150.

<sup>35</sup> Al-Qur'an , 11: 61.

Artinya: “Dan kepada Tsamud (Kami utus) saudara mereka Shaleh. Shaleh berkata: Hai kaumku, sembahlah Allah, sekali-kali tidak ada bagimu Tuhan selain Dia. Dia telah menciptakan kamu dari bumi (tanah) dan menjadikan kamu pemakmurnya, karena itu mohonlah ampun-Nya, kemudian bertobatlah kepada-Nya, Sesungguhnya Tuhanku amat dekat (rahmat-Nya) lagi memperkenankan (doa hamba-Nya)”.<sup>36</sup>

Sebagaimana dikutip oleh Khusniati Rofi’ah, prinsip-prinsip dalam produksi adalah sebagai berikut:<sup>37</sup>

1. Dilarang memproduksi dan memperdagangkan komoditas yang tercela karena bertentangan dengan syariah.
2. Dilarang melakukan kegiatan produksi yang mengarah pada kedzaliman.
3. Larangan melakukan ihtikar (penimbunan barang).
4. Tidak merusak lingkungan.

### C. Prinsip Etika Pemasaran Islami

Distribusi merupakan kegiatan ekonomi lebih lanjut setelah produksi dan konsumsi. Hasil produksi yang diperoleh kemudian disebar dan dipindah tangankan dari suatu pihak ke pihak yang lain. Mekanisme yang digunakan dalam distribusi ini tiada lain adalah dengan cara pertukaran antara hasil produksi dengan hasil produksi lainnya atau dengan alat tukar (uang).<sup>38</sup>

Secara umum, distribusi artinya proses yang menunjukkan penyaluran barang dari produsen sampai ke tangan konsumen (pembeli). Usaha untuk memperlancar arus barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Menurut

<sup>36</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur’ān Al Karim dan Terjemahannya*, 228.

<sup>37</sup> Khusniati Rofi’ah, “Urgensi Etika di dalam Sistem Bisnis Islam”, *Justitia Islamica*, Vol.11, (Ponorogo: STAIN Ponorogo, 2014), 178.

<sup>38</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha*, 176

Marius P. Ariponga, distribusi merupakan suatu jalur yang dilalui oleh arus barang dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai pada konsumen (pembeli). Namun adapula distribusi atau penyaluran barang secara langsung, yakni produsen menjualnya langsung kepada konsumen atau pembeli.<sup>39</sup>

Ada sembilan etika pemasaran yang menjadi prinsip-prinsip Syariah Marketing dalam menjalankan fungsi pemasaran, yaitu :<sup>40</sup>

a. Memiliki Kepribadian Spiritual (*Taqwa*)

Seorang pedagang dalam menjalankan bisnisnya harus di landasi sikap takwa dengan selalu mengingat Allah, bahkan dalam suasana mereka sedang sibuk dalam aktifitas mereka dalam melayani pembelinya, ia hendaknya sadar penuh dalam responsive terhadap prioritas-prioritas yang telah ditentukan oleh sang Maha Pencipta. Kesadaran akan Allah hendaknya menjadi sebuah kekuatan pemicu (*driving force*) dalam segala tindakan. Sesuai dengan firman Allah (QS *At-Taubah* :119)<sup>41</sup>

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar.”<sup>42</sup>

b. Berlaku Baik dan Simpatik (*Shidiq*)

Berprilaku baik, sopan dan santun dalam pergaulan adalah fondasi dasar dan inti dari kebaikan tingkah laku. Sifat ini sangat dihargai dengan nilai yang sangat tinggi dan mencakup semua sisi manusia. Islam juga

<sup>39</sup> Ibid., 176.

<sup>40</sup> Hermawan Kartajaya, dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan, 2006), 104.

<sup>41</sup> Al-Qur’ān , 9:119.

<sup>42</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur’ān Al Karim dan Terjemahannya*, 301.

mengharuskan pengikutnya untuk berlaku sopan disetiap hal, bahkan dalam melakukan transaksi bisnis dengan orang-orang yang bodoh. Tetap harus bicara dengan ucapan dan ungkapan yang baik.

c. Berlaku Adil dalam Bisnis (*Al-Adl*)

Islam mendukung prinsip keadilan, Secara umum Islam mendukung semua prinsip dalam pendekatan keadilan terhadap etika, namun dalam proporsi yang seimbang. Islam tidak mendukung prinsip keadilan buta. Kebutuhan semata-mata tidak memerlukan keadilan. Karena seorang muslim yang tengah berusaha untuk keluar dari situasi yang menindas lebih membutuhkan bantuan dibanding dengan orang yang sekedar menuntut hak sebagai kekayaan dari orang-orang kaya.<sup>43</sup>

Berbisnislah secara adil, dalam Islam menyuruh untuk selalu berbuat adil dan melarang berbuat dzalim. Allah mencintai orang-orang berbuat adil dan membenci orang-orang yang berbuat dzalim, Islam telah mengharamkan setiap hubungan bisnis yang mengandung kezaliman dan kewajiban terpenuhinya keadilan yang teraplikasi dalam hubungan dagang dan kontrak bisnis.

Di samping itu sikap berbisnis tidak membedakan, adil di hadapan memperlakukan semua konsumen dengan sama. dengan sikap secara adil yaitu tergambar semua dalam *stakeholder*, semuanya harus merasakan keadilan. Tidak boleh ada satu pihak pun yang haknya

---

<sup>43</sup> Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2004), 26.

terdzalimi, terutama bagi tiga *stakholder* utama yaitu pemegang saham, pelanggan dan karyawan.

d. Bersikap Melayani dan Rendah hati (*Khidmah*)

Sikap melayani merupakan sikap utama seorang pemasar. Tanpa sikap melayani, yang melekat dalam kepribadiannya. Melekat dalam sikap ini adalah sikap sopan, santun, dan rendah hati. Orang yang beriman diperintahkan untuk bermurah hati, sopan, dan bersahabat saat berelasi dengan mitra bisnisnya. Suatu bisnis akan senantiasa berkembang dan sukses manakala ditunjang dengan adanya pelayanan terbaik. Misalnya dengan keramahan, senyuman kepada para konsumen akan semakin baik bisnisnya.<sup>44</sup>

Sikap melayani juga merupakan salah satu ajaran yang cukup mewarnai pola kerja umat kristiani. Kita dapat melihat bagaimana profesionalisme mereka dalam melakukan pelayanan bagi pasien yang ada di rumah sakit mereka. Ini adalah salah satu implementasi dari ajaran mereka.<sup>45</sup>

e. Menepati Janji dan Tidak Curang

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

---

<sup>44</sup> Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), 107.

<sup>45</sup> Hermawan Kartajaya, dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, 77.

barang, ketepatan waktu pembayaran serta melaksanakan sesuatu sesuai dengan kontrak yang disepakati. Pelaku bisnis yang tidak bisa memenuhi janjinya dapat dikatakan sebagai golongan orang yang munafiq. Terlebih di era informasi yang terbuka dan cepat seperti sekarang ini mengingkari janji dalam dunia bisnis sama halnya dengan menggali kubur bagi bisnisnya sendiri. Karena dalam waktu singkat para rekan bisnis akan mencari mitra kerja yang dapat dipercaya.<sup>46</sup>

Sikap pebisnis yang selalu menepati janji baik kepada para pembeli maupun diantara sesama pedagang lainnya, janji yang dimaksudkan dalam hal ini adalah janji dimana seorang pedagang terhadap pembelinya dalam melakukan transaksi ketika menjanjikan barang yang dijual itu barang yang baik, Semisal seorang

pedagang menjadi seorang produsen, ataupun distributor harus senantiasa menepati janjinya dalam mengirimkan barang kepada para konsumen atau pembeli misalnya tepat waktu pengiriman, menyerahkan barang yang kualitasnya, kuantitas, warna, ukuran, atau spesifikasinya sesuai dengan perjanjian semula, memberi garansi dan lain sebagainya. Sedangkan janji yang harus ditepati kepada sesama para rekan pedagang misalnya, pembayaran dengan jumlah dan waktu tepat dan lain sebagainya.<sup>47</sup>

---

<sup>46</sup> Sony Keraf, *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*, (Yogyakarta: Kanisius, 1998), 78.

<sup>47</sup> Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, 159.

f. Jujur dan Terpercaya (*Al-Amanah*)

Kejujuran merupakan sikap yang dianggap mudah untuk dilaksanakan bagi orang awam manakala tidak dihadapkan pada ujian berat atau dihadapkan pada godaan duniawi. Dengan sikap kejujuran seorang pedagang akan dipercaya oleh para pembelinya akan tetapi bila pedagang tidak jujur maka pembeli tidak akan membeli barang dagangannya. Tak diragukan bahwasannya ketidak jujuran adalah sikap bentuk kecurangan yang paling jelek. Orang tidak jujur akan selalu berusaha melakukan penipuan pada orang lain, Al-Qur'an dengan tegas melarang ke tidak jujuran sebagaimana firmanya (QS. *Al-Anfal: 27*)<sup>48</sup>.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمْنَتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui.”(QS *Al-Anfal : 27*).<sup>49</sup>

g. Tidak Berburuk Sangka (*Su'udz zhan*)

Saling menghormati satu sama lain adalah ajaran Nabi Muhammad SAW yang harus di Implementasikan dalam perilaku bisnis modern. Tidak boleh satu pengusaha menjelekkan pengusaha lain hanya untuk persaingan bisnis. Amat Naif jika perbuatan seperti itu terjadi dalam praktek bisnis yang dilakukan oleh seorang muslim.

<sup>48</sup> Al-Qur'an, 8:27.

<sup>49</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Al Karim dan Terjemahannya* , 264.



Allah SWT berfirman (QS *Al-Hujurat*:12)<sup>50</sup>

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَب بَّعْضُكُم بَعْضًا أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَن يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan purba-sangka (kecurigaan), karena sebagian dari purba-sangka itu dosa. Dan janganlah mencari-cari keburukan orang dan janganlah menggunjingkan satu sama lain. Adakah seorang diantara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Maka tentulah kamu merasa jijik kepadanya. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Penerima Taubat lagi Maha Penyayang.”<sup>51</sup>

#### h. Tidak Suka Menjelek-Jelekan (*Gībah*)

*Ghibah* adalah keinginan untuk menghancurkan orang, menodai harga diri, kemuliaan dan kehormatan orang lain, sedangkan mereka itu tidak ada dihadapannya. Ini merupakan kelicikan, sebab hal ini sama saja dengan menusuk dari belakang. Sikap semacam ini merupakan salah satu bentuk penghancuran karakter, sebab pengumpatan dengan model seperti ini berarti melawan orang lain yang tidak berdaya.

Biasanya seorang pemasar senang apabila telah mengetahui kelemahan, kejelekan dan kekurangan lawan bisnisnya. Dan biasanya kelemahan dan kejelekan ini senjata untuk memenangkan pertarungan dipasar dengan jalan menjelek-jelekan atau menfitnah lawan bisnisnya.

<sup>50</sup> Al-Qur'an, 49:12.

<sup>51</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemah*, 847.

i. Tidak Melakukan Suap/Sogok (*riswah*)

Dalam syariah, menyuap (*riswah*) hukumnya haram, dan menyuap termasuk kedalam kategori memakan harta orang lain dengan cara bathil. Islam tidak saja mengharamkan penyuapan melainkan juga mengancam kedua belah pihak yang terlibat dengan neraka diakhirat. Suap adalah dosa besar dan kejahatan kriminal didalam suatu Negara. Oleh karena itu mendapat kekayaan dengan cara penyuapan jelas haram.<sup>52</sup>

#### D. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian Nur Fitria Fahrona yang berjudul “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam di Home Industry Tempe Bendul Merisi Surabaya dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Keluarga”<sup>53</sup> ini merupakan hasil penelitian lapangan yang bertujuan untuk menjawab rumusan masalah mengenai bagaimana penerapan etika bisnis Islam di home industry tempe untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi keluarga. Metode penerapan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dengan beberapa pemilik home industry tempe Bendul Merisi Jaya Gang V Surabaya dan dokumentasi beberapa wujud mengenai home industry tempe.

---

<sup>52</sup> Muhammad sharif Chaudhry, *Sistem Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana Perdana Media Group, 2012), 54.

<sup>53</sup> Nur Fitria Fahrona, *Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam di Home Industry Tempe Bendul Merisi Surabaya dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Keluarga*, *Skripsi* (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2015).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam di home industry tempe sesuai dengan prinsip-prinsip dalam etika bisnis Islam yakni kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan kebenaran dalam menjalankan usahanya. Pemilik home industry juga bersikap jujur ketika menjual langsung tempe di pasar.

Persamaan penelitian ini terletak pada pembahasan mengenai penerapan nilai Islam dalam lingkup usaha dan metode yang digunakan . sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian yang diambil. penelitian ini meneliti Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Produksi dan Pemasaran Usaha Pentol Mercon Maknyus Jalan Suromenggolo, sedangkan pada penelitian Rimiwati dan Munawaroh menguji penerapan nilai-nilai kewirausahaan Islami terhadap keberhasilan usaha pada pengusaha UMKM muslim di kota Yogyakarta serta metode yang digunakan dalam penelitian

2. Penelitian Puspitasari, Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Tingkat Profitabilitas Rumah Yoghurt Berdasarkan Perspektif Karyawan, Mahasiswa Jurusan Akuntansi, Tahun 2015.<sup>54</sup> Agama Islam selalu mengarahkan kaum muslimin melakukan sebuah tindakan yang sesuai dengan Syariah Islam, baik itu dalam melakukan kegiatan bisnis atau kegiatan lainnya. Untuk itu maka Nilai Islam selalu senantiasa menjadi tombak atau landasan utamanya. Dan subjek pembahasan ini yaitu para pelaku usaha makanan di Jawa Tengah. Maka dalam melakukan aktivitas

---

<sup>54</sup> Laili Latifah Puspitasari, Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Tingkat Profitabilitas Rumah Yoghurt Berdasarkan Perspektif Karyawan, *Skripsi* (Malang: UIN Malang, 2015).

bisnisnya para pedagang sudah berpegang atau belum kepada Prinsip Syariah yang telah digariskan oleh Al-Qur'ān dan Hadits Rasulullah. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis seberapa besar pemahaman Nilai Syariah dalam konteks pelaku usaha makanan di Jawa Tengah.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan jenis penelitian lapangan, yaitu penelitian yang dilakukan di lapangan atau di lingkungan tertentu untuk memperoleh data yang konkrit. Dan dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian kecil para pelaku usaha di Jawa Tengah yang menerapkan Nilai Islam dalam melakukan usahanya.

Persamaan dari penelitian ini adalah topik bahasannya yaitu mengenai penerapan nilai Islam pada suatu usaha serta metode yang di gunakan dan perbedaannya terletak pada objek yang dikaji. Yaitu penelitian ini menguji Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Produksi dan Pemasaran Usaha Pentol Mercon Maknyus Jalan Suromenggolo, sedangkan pada penelitian Puspitasari meneliti penerapan nilai-nilai kewirausahaan Islami terhadap keberhasilan usaha pada pengusaha UMKM muslim di kota Yogyakarta.

3. Peneliti Umi Mursidah dengan judul “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional (Studi Pada Pasar Betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat)”<sup>55</sup> Penelitian ini dilatar

---

<sup>55</sup> Umi Mursidah, Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional, *Skripsi* (Lampung: UIN Raden Intan, 2017).

belakangi oleh perkembangan zaman yang ditandai dengan perkembangan ekonomi yang semakin pesat sehingga menimbulkan persaingan bisnis yang semakin tinggi. Dengan persaingan yang begitu tinggi pelaku bisnis bisa menggunakan segala cara untuk mendapatkan keuntungan bahkan para pelaku bisnis sering mengabaikan etika dalam menjalankan bisnisnya. Perilaku yang menyimpang banyak ditemukan di pasar tradisional antara lain: pengurangan takaran dari timbangan, pengoplosan barang kualitas bagus dengan kualitas buruk, dan juga ada beberapa pedagang ketika melayani pembeli tidak bersikap ramah atau murah hati dengan ditandai pelayanan dengan raut wajah yang kurang bersahabat.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*). Metode pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Analisis datanya bersifat Deskriptif Analisis dimana data yang diperoleh dianalisis.

Berdasarkan hasil observasi dan kuesioner yang diperoleh dari para pedagang dan pembeli di Pasar Betung apabila dilihat dari ke-empat indikator etika bisnis secara umum yang dijadikan tolak ukur, penerapan etika bisnis secara umum belum diterapkan dengan baik oleh para pedagang di Pasar Betung karena hanya indikator hukum dan indikator ajaran agama saja yang sudah diterapkan dengan baik. Sedangkan indikator ekonomi dan indikator etika dari masing-masing pelaku bisnis belum diterapkan dengan baik oleh para pedagang di Pasar Betung. Penerapan etika bisnis Islam di Pasar Betung jika ditinjau dari ke-empat prinsip-

prinsip etika bisnis Islam yang dijadikan tolak ukur, penerapan etika bisnis Islam di Pasar Betung belum diterapkan dengan baik oleh para pedagang karena hanya prinsip tanggungjawab saja yang sudah diterapkan dengan baik oleh para pedagang di Pasar Betung. Sedangkan prinsip keadilan, prinsip kehendak bebas, dan prinsip kebenaran belum diterapkan dengan baik oleh para pedagang di Pasar Betung.

Persamaan dari penelitian ini adalah topik bahasannya yaitu mengenai penerapan etika Islam pada suatu usaha serta metode yang di gunakan dan perbedaannya terletak pada objek yang dikaji. Yaitu penelitian ini menguji Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Produksi dan Pemasaran Usaha Pentol Mercon Maknyus Jalan Suromenggolo, sedangkan pada penelitian Umi Mursidah meneliti penerapan nilai-nilai Islami pada Pasar Betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat.

4. Skripsi Fery Prasetio, “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Daging Sapi di Toko Pojok Jaya Ponorogo.”<sup>56</sup> Masalah yang diangkat adalah mengenai transaksi jual beli daging sapi kualitas campuran di toko Pojok Jaya belum sesuai dengan etika bisnis Islam. Karena belum sesuai dengan prinsip keseimbangan dan prinsip kebenaran yang didalamnya ada unsur kebajikan dan kejujuran. Transaksi jual beli daging di simpan dalam *freezer* di toko Pojok Jaya juga masih belum sesuai dengan etika bisnis Islam, karena belum sesuai dengan prinsip

---

<sup>56</sup> Fery Prasetio, “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Daging Sapi di Toko Pojok Jaya Ponorogo”, *Skripsi* (Ponorogo: STAIN Ponorogo, 2015), 7.

keseimbangan dan prinsip kebenaran. Teori yang digunakan ialah teori tentang etika bisnis Islam. Masalah yang diteliti dalam skripsi ini adalah bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap transaksi jual beli daging sapi kualitas campuran di toko Pojok Jaya Kabupaten Ponorogo dan bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap Transaksi jual beli daging yang disimpan dalam freezer di toko Pojok Jaya Kabupaten Ponorogo. Skripsi ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan adalah metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan observasi. Teknik pengumpulan datanya adalah penelitian lapangan (*Field Research*). Kemudian penulis berkesimpulan transaksi jual beli daging sapi kualitas campuran di toko Pojok Jaya belum sesuai dengan etika bisnis Islam, karena belum sesuai dengan prinsip keseimbangan dan prinsip kebenaran yang ada di dalamnya ada unsur kebajikan dan kejujuran. Transaksi jual beli daging disimpan dalam freezer di Toko Pojok Jaya juga masih belum sesuai dengan etika bisnis Islam, karena belum sesuai dengan prinsip keseimbangan dan prinsip kebenaran.

Adapun posisi penelitian ini memiliki persamaan dan perbedaan.. Persamaan dari penelitian ini adalah topik bahasannya yaitu mengenai penerapan nilai Islam pada suatu usaha dan metode yang digunakannya, sedang perbedaannya ialah letak objek yang dikaji. Yaitu penelitian ini meneliti Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Produksi dan Pemasaran Usaha Pentol Mercon Maknyus Jalan Suromenggolo, sedangkan pada penelitian

Fery Prasetio meneliti Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Daging Sapi di Toko Pojok Jaya Ponorogo.

5. Skripsi Fitriani dengan judul “Nilai-nilai Islam dalam Berwirausaha pada Masyarakat Desa Manimbahoi Kecamatan Parigi Kabupaten Gowa”<sup>57</sup>

Skripsi ini membahas tentang nilai-nilai Islam dalam berwirausaha pada masyarakat Desa Manimbahoi Kecamatan Parigi Kabupaten Gowa. Pokok permasalahan adalah Bagaimana Nilai-nilai Islam dalam Berwirausaha pada Masyarakat Desa Manimbahoi Kecamatan Parigi Kabupaten Gowa, penulis ingin mengetahui bagaimana Nilai-nilai Islam dalam Berwirausaha pada Masyarakat Desa Manimbahoi dan Yang kedua, bagaimana peluang dan tantangan dalam berwirausaha Desa Manimbahoi.

Metode yang dipakai dalam penelitian ini ialah metode kualitatif dengan pendekatan manajemen, sumber data yaitu data sekunder dan data primer.

Dengan melakukan pengamatan (observasi), wawancara dan dokumentasi.

Wawancara dilakukan oleh masyarakat yang berwirausaha dengan informan empat orang. Hasil penelitian mengenai Nilai-nilai Islam dalam

Berwirausaha Masyarakat Desa Manimbahoi Kecamatan Parigi Kabupaten Gowa menunjukkan bahwa dalam melakukan wirausaha sebagai umat

muslim harus menjalankan wirausaha sesuai ketentuan-ketentuan Islam dengan menerapkan nilai-nilai Islam seperti meluruskan niat, menerapkan kejujuran, sabar dan gotong royong. Peluang dalam menjalankan wirausaha

---

<sup>57</sup> Fitriani, “Nilai-nilai Islam Dalam Berwirausaha Pada Masyarakat Desa Manimbahoi Kecamatan Parigi Kabupaten Gowa”, *Skripsi* (Makasar: UIN Alauddin, 2017).



di Desa Manimbahoi Kecamatan Parigi Kabupaten Gowa yaitu peluang usaha di bidang pertanian dan peternakan seperti bertanam sayuran dan buah-buahan, pada bidang peternakan mengelola ayam ras dan ayam petelur. Peluang usaha dibidang penjualan seperti, toko penjualan alat ATK, toko pertanian dan peternakan dan toko pulsa dan token listrik. Peluang usaha di bidang jasa seperti, jasa menyewakan mesin, jasa penjahit pakaian dan jasa make-up. Adapun tantangan yang menjadi hambatan dalam berwirausaha adalah kurangnya modal dan kurangnya ilmu pengetahuan tentang berwirausaha.

Persamaan dari penelitian ini adalah topik bahasannya yaitu mengenai penerapan nilai Islam pada suatu usaha serta metode yang digunakan dan perbedaannya terletak pada objek yang dikaji. Yaitu penelitian ini menguji Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Produksi dan Pemasaran Usaha Pentol Mercon Maknyus Jalan Suromenggolo, sedangkan pada penelitian Fitriani yaitu Nilai-nilai Islam Berwirausaha Pada Masyarakat Desa Manimbahoi Kecamatan Parigi Kabupaten Gowa.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Penelitian skripsi ini penulis menggunakan penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian secara rinci satu subyek tunggal, satu kumpulan dokumen, atau satu kejadian tertentu. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang diperoleh penulis berdasarkan data dari lapangan.<sup>1</sup> Metode penelitian naturalistik/kualitatif, digunakan untuk meneliti pada tempat yang alamiah, dan penelitian tidak membuat perlakuan, karena peneliti dalam mengumpulkan data bersifat emic, yaitu berdasarkan pandangan dari sumber data, bukan pandangan peneliti. Selain itu Metode ini disebut juga sebagai metode artistik, karena proses penelitian lebih bersifat seni (kurang terpola), dan disebut sebagai metode interpretative karena data hasil penelitian lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan.

Pada hakikatnya penelitian kualitatif merupakan satu kegiatan sistematis untuk menemukan teori dari lapangan, bukan untuk menguji teori atau hipotesis. Metode penelitian kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam dan mengandung makna. Makna pada penelitian kualitatif adalah data yang sebenarnya, di mana makna ini mengandung nilai dibalik data yang tampak. Dalam memandang realitas, gejala atau obyek yang diteliti ada perbedaan antara penelitian kuantitatif dengan penelitian kualitatif. Realitas dalam penelitian kualitatif tidak hanya yang tampak (teramati), tetapi

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, dan Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2008), 137.

sampai dibalik yang tampak tersebut. Misalnya melihat ada orang yang sedang mancing, penelitian kuantitatif akan menganggap bahwa mancing itu adalah kegiatan mencari ikan, sedangkan dalam penelitian kualitatif akan melihat lebih dalam mengapa ia mancing. Ia mancing mungkin untuk menghilangkan stress, daripada nganggur, atau mencari teman. Jadi realitas itu merupakan konstruksi atau interpretasi dari pemahaman terhadap semua data yang tampak di lapangan.<sup>1</sup>

Karakteristik penelitian kualitatif yakni dilakukan pada kondisi yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen), langsung ke sumber data dan peneliti adalah instrumen kunci, penelitian kualitatif lebih bersifat deskriptif. Data yang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambar, sehingga tidak menekankan pada angka, penelitian kualitatif lebih menekankan pada proses daripada produk atau *outcome*, penelitian kualitatif melakukan analisis data secara induktif, penelitian kualitatif lebih menekankan makna.

## **B. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian ini bersifat deskriptif analitik dengan menjelaskan data yang ada di lapangan dan sekaligus peneliti memberikan penilaian terhadap Usaha Pentol Mercon Maknyus Jalan Suromenggolo. Dari pengolahan data penelitian akan dapat diketahui etika bisnis islam dalam produksi dan pemasaran usaha tersebut. Objeknya dilakukan pada usaha Pentol Mercon Maknyus Jalan Suromenggolo.

---

<sup>1</sup> Ibid.,207.

### **C. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini bertempat pada Usaha Pentol Mercon Maknyus beralamatkan di Jl. Muria no.10 dan Jl. Suromenggolo (jalan baru), Kel. Bangunsari Kec. ponorogo, Kota ponorogo, Jawa Timur, 63419.

### **D. Data dan Sumber Data**

#### 1. Data Penelitian

Data yang dipergunakan dalam penelitian ini berkaitan tentang:

- a. Proses produksi usaha Pentol Mercon Maknyus.
- b. Proses pemasaran usaha Pentol Mercon Maknyus .

#### 2. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya data primer yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

- a. Informasi dari pemilik usaha Pentol Mercon Maknyus.
- b. Informasi dari karyawan usaha Pentol Mercon Maknyus
- c. Informasi dari konsumen usaha Pentol Mercon Maknyus

#### 3. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang digunakan untuk mendukung data primer yaitu melalui studi kepustakaan, dokumentasi, buku, majalah, koran, arsip tertulis yang berhubungan dengan obyek yang diteliti pada penelitian ini. Pada penelitian ini sumber data sekunder yang dipakai adalah sumber tertulis seperti buku yang berhubungan dengan penelitian etika bisnis Islam, dan penelitian terdahulu tentang etika bisnis Islam yang didapat dari studi kepustakaan.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Inti dari teknis pengumpulan data penelitian kualitatif adalah observasi mendalam, wawancara mendalam, dan dokumentasi.<sup>2</sup>

### 1. Observasi

Observasi adalah suatu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki untuk memberikan suatu kesimpulan atau diagnosis.<sup>3</sup>

Peneliti menggunakan teknik ini karena memungkinkan bagi peneliti untuk melihat dan mengamati sendiri fenomena-fenomena yang terjadi di lapangan dan memudahkannya dalam bentuk tulisan. Untuk itu peneliti terjun langsung ke lapangan untuk meneliti bagaimana etika produksi dan pemasaran Usaha Pentol Mercon Maknyus Jalan Suromenggolo, peneliti hadir dalam tempat produksi dan juga tempat penjualan pentol usaha tersebut memperoleh data yang akurat dan konkret juga untuk mempelajari lebih jauh dan lebih dalam.

### 2. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (panduan wawancara).<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> Ibid., 138-140.

<sup>3</sup> Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003),

<sup>4</sup> Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), 194.

Wawancara yang peneliti ambil yaitu dengan cara wawancara mendalam (*Indepth Interview*). Wawancara mendalam adalah percakapan yang dilakukan untuk memperoleh pendapat, persepsi, perasaan, pengetahuan, pengalaman pengindraan dan informan mengenai masalah-masalah yang diteliti.<sup>5</sup>

Wawancara dilakukan langsung dengan pemilik usaha Pentol Mercon Maknyus dan juga pihak-pihak yang terkait dalam penelitian. Adapun jenis wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara terstruktur maupun tidak struktur, wawancara terstruktur ialah peneliti menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Sedangkan wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis.

#### **F. Teknik Pengolahan Data**

Pada Jenis penelitian kualitatif ini, pengolahan data tidak harus dilakukan setelah data terkumpul atau pengolahan data selesai. Dalam hal ini, data sementara yang terkumpulkan, data yang sudah ada dapat diolah dan dilakukan analisis data secara bersamaan.<sup>6</sup> Pada saat analisis data, dapat kembali lagi ke lapangan untuk mencari tambahan data yang dianggap perlu dan mengolahnya kembali. Suyanto dan Sutinah, mengatakan pengolahan data dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan cara mengklasifikasikan atau

---

<sup>5</sup> Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Teras, 2009), 183.

<sup>6</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, dan Kualitatif*, 255.

mengkategorikan data berdasarkan beberapa tema sesuai fokus penelitiannya.

Pengolahan data pada penelitian ini terdiri dari:<sup>7</sup>

#### 1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan lapangan (Miles dan Huberman). Langkah-langkah yang dilakukan adalah menajamkan analisis, menggolongkan atau pengkategorisasian ke dalam tiap permasalahan melalui uraian singkat, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasikan data sehingga dapat ditarik dan diverifikasi. Data yang di reduksi antara lain seluruh data mengenai permasalahan penelitian.<sup>8</sup>

Data yang di reduksi akan memberikan gambaran yang lebih spesifik dan mempermudah peneliti melakukan pengumpulan data selanjutnya serta mencari data tambahan jika diperlukan. Semakin lama peneliti berada di lapangan maka jumlah data akan semakin banyak, semakin kompleks dan rumit. Oleh karena itu, reduksi data perlu dilakukan sehingga data tidak bertumpuk agar tidak mempersulit analisis selanjutnya.

#### 2. Penyajian Data

Setelah data di reduksi, langkah analisis selanjutnya adalah penyajian data. Penyajian data merupakan sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan

---

<sup>7</sup> Ibid., 257.

<sup>8</sup> Ibid., 268.

pengambilan tindakan. (Miles dan Huberman). Penyajian data diarahkan agar data hasil reduksi terorganisaikan, tersusun dalam pola hubungan sehingga makin mudah dipahami. Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian naratif, bagan, hubungan antar kategori serta diagram alur. Penyajian data dalam bentuk tersebut mempermudah peneliti dalam memahami apa yang terjadi.<sup>9</sup>

Pada langkah ini, peneliti berusaha menyusun data yang relevan sehingga informasi yang didapat disimpulkan dan memiliki makna tertentu untuk menjawab masalah penelitian. Penyajian data yang baik merupakan satu langkah penting menuju tercapainya analisis kualitatif yang valid dan handal. Dalam melakukan penyajian data tidak semata-mata mendeskripsikan secara naratif, akan tetapi disertai proses analisis yang terus menerus sampai proses penarikan kesimpulan. Langkah berikutnya dalam proses analisis data kualitatif adalah menarik kesimpulan berdasarkan temuan dan melakukan verifikasi data.

### 3. Menarik kesimpulan atau verifikasi

Tahap ini merupakan tahap penarikan kesimpulan dari semua data yang telah diperoleh sebagai hasil dari penelitian. Penarikan kesimpulan atau verifikasi adalah usaha untuk mencari atau memahami makna/arti, keteraturan, pola-pola, penjelasan, alur sebab akibat atau proposisi. Sebelum melakukan penarikan kesimpulan terlebih dahulu dilakukan reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan atau verifikasi dari kegiatan-

---

<sup>9</sup> Ibid., 270.



kegiatan sebelumnya<sup>10</sup>. Sesuai dengan pendapat Miles dan Huberman, proses analisis tidak sekali jadi, melainkan interaktif, secara bolak-balik diantara kegiatan reduksi, penyajian dan penarikan kesimpulan atau verifikasi selama waktu penelitian. Setelah melakukan verifikasi maka dapat ditarik kesimpulan berdasarkan hasil penelitian yang disajikan dalam bentuk narasi. Penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dari kegiatan analisis data. Penarikan kesimpulan ini merupakan tahap akhir dari pengolahan data.

#### **G. Teknik Analisis Data**

Dari data yang terkumpul penulis berusaha menganalisis dengan metode deduktif yakni diawali dengan mengemukakan teori-teori untuk selanjutnya dikemukakan kenyataan yang bersifat khusus dari hasil riset.<sup>11</sup> Dalam hal ini penulis menjelaskan terlebih dahulu berbagai hal mengenai etika bisnis Islam Setelah itu dihubungkan dengan kenyataan-kenyataan di lapangan. Pengolahan data dilakukan berdasarkan pada setiap perolehan data dari catatan lapangan, direduksi, dideskripsikan, dianalisis, kemudian ditafsirkan. Prosedur analisis data terhadap masalah lebih difokuskan pada upaya menggali fakta sebagaimana adanya (*natural setting*), dengan teknik analisis pendalaman kajian (*verstegen*).

---

<sup>10</sup> Ibid., 271.

<sup>11</sup> Ibid., 143.

Untuk memberikan gambaran data hasil penelitian maka dilakukan prosedur sebagai berikut :

1. Tahap penyajian data : data disajikan dalam bentuk deskripsi yang terintegrasi.
2. Tahap komparasi : merupakan proses membandingkan hasil analisis data yang telah deskripsikan dengan interpretasi data untuk menjawab masalah yang diteliti. Data yang diperoleh dari hasil deskripsi akan dibandingkan dan dibahas berdasarkan landasan teori, yang dikemukakan pada bab 2.
3. Tahap penyajian hasil penelitian : tahap ini dilakukan setelah tahap komparasi, yang kemudian dirangkum dan diarahkan pada kesimpulan untuk menjawab masalah yang telah dikemukakan peneliti.

#### **H. Teknik pengecekan Keabsahan Data**

Keabsahan data dalam penelitian ini diuji dengan cara membercek dan triangulasi. Membercheck adalah proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data. Tujuan membercheck adalah agar informasi yang diperoleh dan akan digunakan dalam penulisan laporan sesuai dengan apa yang dimaksud sumber data atau informan. Sedangkan triangulasi adalah pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu. Triangulasi dilakukan terhadap sumber data, teknik pengumpulan data dan waktu pengumpulan data Artinya disini bahwa dilakukan pengecekan terhadap

data yang diperoleh dari berbagai sumber dengan berbagai teknik pengumpulan (Observasi, Wawancara dan Dokumentasi) dalam waktu yang berbeda.<sup>12</sup>

Pada penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik yaitu peneliti menggunakan lebih dari satu informan untuk mendapatkan data usaha Pentol Mercon Maknyus dengan mewawancarai orang-orang yang berkaitan dengan usaha tersebut.



---

<sup>12</sup>Ibid., 143

## **BAB IV**

### **DATA DAN ANALISIS**

#### **A. Data Umum**

##### **1. Gambaran Umum Usaha Pentol Mercon Maknyus**

Usaha Pentol Mercon Maknyus adalah usaha yang bergerak dalam bidang kuliner, usaha ini dirintis oleh bapak Dadi dan ibu Legi pada tahun 2008 setelah pulang dari tanah perantauan di Riau. Disana bapak Dadi bekerja sebagai seorang kuli bangunan dan ibu Legi berprofesi sebagai karyawan rumah makan. Mereka berinisiatif untuk mendirikan usaha sendiri guna untuk mencukupi kebutuhan keluarga, dan menggunakan modal dari uang sendiri, berawal dari modal uang 15.000 rupiah yang saat itu dibelanjakan tepung aci, tepung terigu dan dua buah sachet kecap manis, lalu dibuatlah pentol yang sebenarnya mereka sendiri belum pernah membuat atau bisa disebut belum mengenal resep.<sup>1</sup>

Saat itu bapak Dadi menjual produknya keliling, memakai sepeda motor sederhana yang bapak Dadi miliki. Lama dalam perjalanan, pentol belum juga laku terjual. bapak Dadi lalu memikirkan bagaimana agar produk yang sangat minim bahan baku ini laku terjual. Akhirnya bapak Dadi mempunyai inisiatif berjualan di depan lembaga pendidikan sekolah dasar. Bapak Dadi saat itu menjual pentol dengan harga yang sama seperti penjual lainnya, hanya saja bapak dadi mempunyai strategi dengan memberikan bonus satu sampai dua buah pentol kepada anak

---

<sup>1</sup> Dadi, *Wawancara*, 19 Agustus 2020.

Sekolah Dasar. Karena senang mendapatkan bonus, anak tersebut memberikan kabar kepada teman-temannya yang akhirnya juga ikut membeli pentol bapak Dadi, sehingga pentol bapak dadi ludes habis terjual, dan menghasilkan uang 75.000 rupiah. Lalu, uang tersebut di jadikan modal bapak Dadi untuk jualan selanjutnya.<sup>1</sup>

Seiring berjalannya waktu modal terkumpul semakin banyak, bapak Dadi dan ibu Legi berinisiatif untuk membuat pentol yang mempunyai rasa yang khas dan enak. Pentol diminati oleh masyarakat umum tidak hanya anak-anak sekolah dasar. Kala itu mereka mencoba menciptakan resep pentol sendiri, mereka membeli dua buah jenis pentol yang banyak diminati konsumen di Ponorogo, lalu bapak Dadi dan ibu Legi mamadukan rasa dari kedua buah pentol tersebut. Bapak dadi dan ibu legi terus mencoba dan membenahi resep setiap harinya hingga didapatkan resep yang ideal.<sup>2</sup>

Mulai tahun 2012 usaha tersebut semakin diminati konsumen, bapak Dadi tidak keliling lagi berjualan pentol melainkan mangkal di jalan Pramuka, barat Stadion Batoro Katong, menggunakan gerobak yang dibuatnya sendiri dari hasil modal yang telah didapatkan.<sup>3</sup>

Usaha bapak Dadi dan ibu Legi semakin berkembang hingga saat ini mempunyai empat lapak berjualan. dua lapak berlokasi di jalan Pramuka dan dua diantaranya berlokasi di jalan Suromenggolo dan jalan Sultan Agung depan gedung Okaz.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Ibid.,

<sup>2</sup> Ibid.,

<sup>3</sup> Ibid.,

<sup>4</sup> Legi, *Wawancara*, 25 Agustus 2020.

Usaha pentol ini sangat diminati oleh konsumen karena pentol ini mempunyai kualitas rasa tersendiri, dalam durasi tidak sampai satu hari jam kerja, usaha tersebut bisa menghabiskan pentol yang berbahan 30 kg adonan.<sup>5</sup>

Konsumen terdiri dari berbagai kalangan mulai anak-anak sampai dewasa. Pada waktu tertentu, khususnya waktu istirahat tempat tersebut ramai dikunjungi konsumen tidak sedikit mereka dari kalangan mahasiswa. Mereka Ada yang langsung dikonsumsi di tempat yang telah disediakan oleh penjual dan ada yang dibungkus untuk dinikmati di tempat lain.<sup>6</sup>

## **B. Data khusus**

### **1. Pengelolaan Produksi Pentol Mercon Maknyus**

Pentol Mercon Maknyus sangatlah diminati berbagai kalangan konsumen, karena memang mempunyai kualitas rasa yang enak dan harga sangat terjangkau sehingga tidak harus dari orang golongan menengah keatas yang hanya dapat menikmati pentol tersebut. Produksi Usaha Pentol Mercon Maknyus langsung ditangani oleh sang pemilik dibantu dengan keluarga beserta karyawannya. Pemilik usaha sangat memperhatikan kualitas rasa, karena persaingan di bidang kuliner terletak pada kualitas rasa untuk membangun persepsi di lidah pembeli.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Ibid.,

<sup>6</sup> Ibid.,

<sup>7</sup> Ibid.,

Seperti yang di paparkan oleh ibu legi pemilik usaha Pentol Mercon

Maknyus:

*“...Alhamdulillah, pentol kami soal rasa banyak konsumen yang suka. Ya karena memang kami memahami usaha dalam bidang kuliner yang paling utama adalah soal rasa mas, karena rasa tak pernah bohong..hh.”<sup>8</sup>*

Produksi Pentol Mercon Maknyus berlokasi di jalan Muria, tidak lain ialah rumah pemilik usaha itu sendiri sehingga lebih menghemat biaya tempat produksi, selain itu tempat tersebut sangat strategis karena lokasi berdekatan dengan sumber bahan baku dan tidak jauh dari tempat berjualan yaitu pasar stasiun Ponorogo untuk mendapatkan bahan baku dan area jalan baru dan Stadion Batoro Katong sebagai tempat pemasaran.<sup>9</sup>

Seperti yang di paparkan oleh bapak Dadi pemilik Pentol Mercon

Maknyus:

*“untuk produksi pentol saya lakukan di rumah kami sendiri mas, karena kebetulan rumah saya berdekatan dengan pasar saya ambil bahan baku, juga dekat dengan mangkal gerobak kami....”<sup>10</sup>*

Pemilik usaha memilih bahan baku yang baik dan berkualitas, bahan baku didapatkan di area Pasar Stasiun pada penjual yang sudah berlangganan lama yang juga berstatus muslim.<sup>11</sup>

Dalam memilih bahan baku dipilihlah daging yang baik, kata lainnya ialah halal dan layak untuk dikonsumsi karena pemilik usaha menyadari

---

<sup>8</sup> Ibid.,

<sup>9</sup> Dadi, Wawancara, 19 Agustus 2020.

<sup>10</sup> Ibid.,

<sup>11</sup> Legi, Wawancara, 25 Agustus 2020.

bahwa mayoritas konsumen pentol tersebut ialah umat Islam, maka dipilihlah bahan baku dengan kriteria tersebut.<sup>12</sup>

Seperti yang di paparkan oleh bapak dadi pemilik usaha Pentol

Mercon Maknyus:

*“....saya tidak mau mencampurkan dengan bahan yang lain. Bahan yang haram atau tidak layak untuk dikonsumsi karena saya seorang muslim dan saya sadar bahwa rata-rata konsumen saya juga umat muslim. Jadi, saya berikan bahan baku yang halal dan baik untuk dikonsumsi apabila tidak saya takut dosa, maka memberikan bahan baku yang tepat adalah sebuah keharusan...”<sup>13</sup>*

Pernyataan diatas juga di ungkapkan oleh ibu Legi pemilik usaha pentol maknyus:

*“kriteria bahan baku yang kami gunakan saya selalu usahakan daging yang segar dan layak konsumsi mas, saya menggunakan daging yang halal, daging sapi dan daging ayam yang saya beli dari langganan kami yang juga dia orang islam”<sup>14</sup>*

Untuk mengefisiensikan waktu dan proses pembuatan terutama dalam menggiling daging dan mencampurnya dengan bumbu rempah-rempah, maka dibutuhkan sumber daya alat atau mesin penggiling daging, akan tetapi untuk mesin ini mahal harganya. Untunglah ada jasa penggilingan daging yang dimanfaatkan oleh pemilik untuk memproses produknya, sehingga tidak ada biaya lebih untuk perawatan mesin dan hanya mengeluarkan biaya untuk membayar jasa penggilingan.<sup>15</sup>

---

<sup>12</sup> Dadi, Wawancara, 19 Agustus 2020.

<sup>13</sup> Ibid.,

<sup>14</sup> Legi, wawancara, 25 agustus 2020

<sup>15</sup> Dadi, Wawancara, 19 Agustus 2020,



Sebelum diberikankan ke penggilingan daging, dan bahan lainnya dicuci dengan air bersih dan mengalir ini bertujuan untuk menjaga kebersihan dan kesucian dari bahan produk tersebut.<sup>16</sup>

Adonan pentol yang sudah siap dicetak dimasukkan dalam lemari es, agar daya tahan adonan terjaga karena proses pengolahan pentol pada usaha ini berlangsung kisaran jam 3 dini hari, dan ini juga bertujuan untuk daya tahan pentol.<sup>17</sup>

Adonan dicetak dan dimasak menggunakan alat-alat sederhana seperti alat-alat yang digunakan masak ibu dapur rumah tangga. Untuk menjaga kebersihan alat, alat tersebut langsung dibersihkan setelah selesai terpakai.<sup>18</sup>

Agar mendapat perhatian konsumen, pemilik usaha membuat beberapa varian produk pentolnya yaitu dengan ukuran pentol yang disesuaikan dengan harga dan bahan baku ada yang besar, kecil dan varian selanjutnya pentol berisikan telur Puyuh dan pentol Mercon yang identik dengan cita rasa yang khas mempunyai rasa pedas.<sup>19</sup>

Seperti yang di paparkan oleh ibu Legi pemilik usaha pentol mercon maknyus:

*“sekarang pentol kami dua varian kalo dulu banyak karena varian yang lain membutuhkan biaya produksi lebih, seperti pentol kuah sambel kacang, sekarang tinggal pentol puyuh pentol yang berisi telur puyuh sama pentol mercon pentol yang identik dengan rasa pedasnya. Dan untuk ukurannya ada yang besar sedang dan kecil-kecil. Yah al tersebut saya lakukan agar dapat perhatian dari konsumen mas.”<sup>20</sup>*

---

<sup>16</sup> Ibid.,

<sup>17</sup> Legi, Wawancara, 25 Agustus 2020.

<sup>18</sup> Dadi, Wawancara, 19 Agustus 2020.

<sup>19</sup> Legi, Wawancara, 25 Agustus 2020.

<sup>20</sup> Ibid.,

Untuk dapat bertahan dan mengembangkan bisnis ini maka untuk produksi harus dilakukan secara rutin yang telah memiliki saluran distribusi untuk memenuhi permintaan pasar. Saluran distribusi telah terbentuk dengan berjalannya waktu, dari awal hanya berkeliling di daerah yang dianggap ramai sampai akhirnya memasuki daerah yang ramai dan strategis.<sup>21</sup>

Seperti yang di ungkapkan bapak Dadi pemilik Pentol Mercon Maknyus:

*“Saat itu saya berjualan keliling dan mangkal di depan sekolah dasar hingga akhirnya pentol terjual habis dan mendapatkan uang 75 ribu rupiah.dengan hasil tersebut saya bertambah semangat dalam meneruskan bisnis pentol ini. Kemudian uang tersebut saya belanjakan untuk berjualan besok karena menurut saya usaha tersebut mempunyai peluang meraih keuntungan. Hingga saat ini usaha tersebut saya teruskan dan Alhamdulillah berkembang dan sekarang pentol pada usaha kami mempunyai 4 lokasi yang menurut saya strategis mangkal dan di fasilitasi dengan gerobak.”<sup>22</sup>*

Pentol yang terjual disajikan dalam mangkok bagi yang menginginkan makan di tempat dan dibungkus plastik bening bagi yang menginginkan dinikmati di tempat lain. Belum ada transparasi mengenai komposisi atau kandungan produk dalam kemasan atau pada gerobak usaha tersebut.<sup>23</sup>

Seperti yang diungkapkan nanik karyawan pentol mercon maknyus:

*untuk transparasi untuk saat ini masih harga produk dan apa saa yang di tampilkan pada gerobak tersebut mas, tidak lebih dari itu, kemasan yang di gunakan masih kantong plastik dan mangkok bagi yang menikmati langsung di lokasi.”<sup>24</sup>*

Hal tersebut juga diungkapkan oleh salah satu konsumen pentol mercon maknyus:

---

<sup>21</sup> Dadi, Wawancara, 19 Agustus 2020.

<sup>22</sup> Ibid.,

<sup>23</sup> Nanik, wawancara, 26 Agustus 2020.

<sup>24</sup> Ibid.,

*“harga sama pentolnya yang di sajikan, sudah gitu saja, soalnya kemasannya ya hanya plastik bening dan mangkok bagi yang di nikmati di tempat tidak lebih dari itu”<sup>25</sup>*

Dan,

*“transparasi produk hanya harga saja, ya selama ini saya belum tahu pedagang pentol yang ada transparasi produknya, paling ya ada pentol daging, kalo gg gitu petol kuah, bakar dll”<sup>26</sup>*

## 2. Pemasaran Pentol Mercon Maknyus

Untuk hal promosi usaha Pentol Mercon Maknyus tidaklah mempunyai strategi yang khusus, yaitu hanya dengan berjualan pada sebuah gerobak yang bertuliskan Pentol Mercon Maknyus dan dilampirkan nomor *whatsapp*, kemudian konsumen membeli produknya dengan harapan sang pembeli membangun persepsi yang baik tentang rasa kuliner tersebut dan mempromosikan kepada orang lain atau teman-temannya (*person to person promotions*).<sup>27</sup>

Seperti yang di ungkapkan oleh ibu Legi pemilik usaha Pentol Mercon Maknyus:

*“Awal merintis dulu kami pasarkan petol dengan keliling, setelah usaha kami berkembang kami mangkal di jalan baru mas, ya Cuma mangkal saja ada konsumen beli kami layani, tak ada iklan atau apa, ya Cuma tulisan di grobak itu, dan nomer whatsapp kalau ada yang pesan kebanyakan konsumen tau pentol kami dari temen temen nya. Alhamdulillah, ...”<sup>28</sup>*

Sang pemilik usaha memiliki kiat sukses untuk membangun bisnis pentolnya yaitu dengan berusaha dan tetap bertahan, tidak malu ataupun gengsi untuk melakukan sesuatu yang baru, dan juga tidak lupa untuk

<sup>25</sup> Fiqi Surya, Wawancara, 26 Agustus 2020.

<sup>26</sup> Fatimah Zahra, Wawancara, 26 Agustus 2020.

<sup>27</sup> Legi, Wawancara, 25 Agustus 2020.

<sup>28</sup> Ibid.,

berdoa. Walaupun pesaing bisnis pentol tersebut banyak, pemilik usaha tetap mempunyai tekad yang kuat, karena pemilik yakin bahwa rezeki manusia sudah ada yang mengatur. Banyak orang yang bisa membuat pentol yang lebih enak dan lezat dari apa yang dibuat oleh pemilik usaha, tetapi tidak banyak orang yang mempunyai tekad yang kuat seperti pemilik usaha tersebut. Uang memang penting, tetapi pemilik usaha tidak mau menghabiskan hidup untuk mencari uang artinya berkeja secara langsung atau menjadi karyawan, dalam hal ini pemilik usaha telah sukses menjadi *business owner* Pentol Mercon Maknyus.<sup>29</sup>

Seperti yang di ungkapkan bapak Dadi selaku pemilik usaha Pentol Mercon Maknyus:

*“ prinsip saya walaupun banyak pesaing yang saya anggap mereka lebih dulu, lebih senior, lebih mahir dan handal. Saya tetap inginn berusaha dan tetap bertahan, saya tidak akan malu ataupun gengsi dalam melakukan usaha ini saya harus pokoknya saya harus saya tetap berusaha dan berdoa kepada yang maha kuasa. Saya harus mempunyai tekad yang kuat, karena jarang para pengusaha pemula yang mempunyai tekad yang kuat dalam membangun usahanya, walau banyak pesaing saya yakin untuk masalah rezeki sudah ada yang mengatur. Saya tak mau jadi karyawan yang kerja lalu dapat uang, saya ingin lebih dari itu dan alhamdulillah saya bersyukur usaha saya bertahan dan berkembang sampai saat ini.”*<sup>30</sup>

Pemberian nama Pentol Mercon Maknyus, ini bertujuan agar ketika pembeli tertarik, kemudian dapat mencarinya kembali ketika dikehendaki atau dibutuhkan. Istilah Mercon adalah salah satu jenis varian pentol yang identik dikenal oleh konsumen dengan rasa yang sangat pedas. Pemberian

---

<sup>29</sup> Dadi, *Wawancara*, 19 Agustus 2020.

<sup>30</sup> *Ibid.*,

nomor *Whatsapp* tidak lebih hanya bertujuan untuk melayani konsumen yang menginginkan pesanan.<sup>31</sup>

Mengenai transparansi produk, pada Pentol Mercon Maknyus masih minim. Transparansi mengenai produk hanya tentang harga dan merk pentol merk tidak lebih dari itu. Kemasan yang digunakan masih menggunakan plastik bening dan mangkok bagi yang menginginkan makan di tempat.<sup>32</sup>

Untuk menarik perhatian Sang pemilik memberikan kepada konsumen untuk pembelian tertentu mendapatkan bonus lebih secara gratis. Ini secara tidak langsung bertujuan membujuk konsumen untuk membeli produk pentol tersebut.<sup>33</sup>

Seperti yang di ungkapkan ibu Legi selaku pemilik usaha Pentol Mercon Maknyus:

*“Alhamdulillah, pentol kami soal rasa banyak konsumen yang suka. Ya karena memang kami memahami usaha dalam bidang kuliner yang paling utama adalah soal rasa mas, karena rasa tak pernah bohong..hhh. dan untuk konsumen yang beli pentol saya dalam jumlah tertentu saya beri bonus, jadikan konsumen senang, dan ada keinginan beli lagi dalam jumlah yang tidak sedikit karena menginginkan bonus”<sup>34</sup>*

Pentol Mercon Maknyus berjualan hadir di pusat keramaian atau tempat-tempat yang sudah mempunyai daerah target pemasaran tersendiri seperti area jalan Suromenggolo (jalan baru) dan area Stadion Batoro Katong. Ini mengingatkan kepada konsumen bahwa produk usaha tersebut masih ada dan masih mampu bersaing dengan produk-produk yang lainnya

---

<sup>31</sup> Legi, *Wawancara*, 25 Agustus 2020.

<sup>32</sup> Nanik, *Wawancara*, 26 Agustus 2020

<sup>33</sup> Legi, *Wawancara*, 25 Agustus 2020.

<sup>34</sup> *Ibid.*,

atau pesaing yang sejenis dan ini pun mengingatkan pembeli di mana dapat memperoleh atau membelinya.<sup>35</sup>

Jam buka usaha pentol ini antara pukul 08.00 sampai 15.00 Usaha pentol ini mempunyai empat gerobak yaitu dua gerobak di jalan pramuka, dan dua lainnya di jalan Suromenggolo (jalan baru) dan jalan Sultan Agung barat gedung Okaz. Pemilik usaha memilih lokasi-lokasi tersebut karena lokasi tersebut sangat strategis, berdekatan dengan Gedung Olahraga, Stadion, lembaga pendidikan dan lain-lain. Maka sangat mudah dijumpai oleh konsumen. Di lokasi tersebut banyak pesaing-pesaing usaha sejenis maupun usaha lain, tetapi sampai saat ini tidak ditemukan adanya kasus konflik antar pedagang, karena khususnya di jalan baru seluruh penjual merupakan satu organisasi, satu komunitas yaitu Paguyuban Pedagang Jalan Baru.<sup>36</sup>

Seperti ungkapan ibu Legi selaku pemilik usaha Pentol Mercon Maknyus:

*“ Alhamdulillah baik mas, karena ya kami yang jualan di jalan baru ini satu organisasi, yang setiap bulannya pun ada kegiatan arisan paguyuban, jadi ya kami saling kenal dan kalau ada masalah di selesaikan dengan baik-baik, jadi ya tetap berjalan harmonis ”<sup>37</sup>*

Pemilik usaha memberikan harga produk dengan harga yang dapat dijangkau oleh konsumen tetapi tidak membuat usaha tersebut mengalami kerugian. Dengan harga 5 ribu rupiah sampai 8 ribu rupiah per porsi.<sup>38</sup>

---

<sup>35</sup> Dadi, *Wawancara*, 19 Agustus 2020.

<sup>36</sup> Legi, *Wawancara*, 25 Agustus 2020.

<sup>37</sup> Ibid.,

<sup>38</sup> Nanik, *Wawancara*, 29 Agustus 2020.

Harga yang dapat dijangkau oleh seluruh kalangan masyarakat. Melihat penikmat pentol sendiri mulai dari kalangan anak-anak bahkan sampai orang dewasa sekalipun.<sup>39</sup>

Pentol bapak Dadi dan ibu Legi dengan empat gerobak lapak berjualan. dengan begitu pemilik usaha membutuhkan tenaga kerja untuk mengelola usaha tersebut. Sampai saat ini pemilik usaha sudah merekrut enam tenaga kerja.<sup>40</sup>

Dalam perekrutan tenaga kerja tersebut pemilik usaha tidak mensyaratkan sesuatu yang berkaitannya dengan lembaga semisal Ijazah, sertifikat dll. Pemilik usaha hanya mensyaratkan sesuatu yang berkaitannya dengan etika seperti kejujuran, sopan, disiplin dan lainnya.<sup>41</sup>

Seperti ungkapan ibu legi selaku pemilik usaha pentol mercon maknyus:

*“untuk kriteria karyawan di tempat saya, ya pertama cukup umur, maksud saya bukan anak-anak. selanjutnya, yang penting orangnya jujur, sopan baik berpakaian rapi, sudah gitu aja mas. yang lainnya tidak ada. tidak harus punya ijazah atau yang sejenisnya.”<sup>42</sup>*

Untuk mendapatkan karyawan, pemilik usaha memberikan informasi recrutmen tenaga kerja melalui media sosial, saat itu pemilik usaha memaparkan informasi pada media sosial *facebook*. Dalam paparan tersebut pemilik usaha menginformasikan adanya lowongan kerja tentang usaha tersebut dan mencantumkan nomor *whatsapp*. pemberian nomor

---

<sup>39</sup> Ibid.,

<sup>40</sup> Legi, *Wawancara*, 25 Agustus 2020.

<sup>41</sup> Ibid.,

<sup>42</sup> Ibid.,

*whatsapp* ini bertujuan untuk memudahkan hubungan calon karyawan dan pemilik usaha.<sup>43</sup>

Seperti ungkapan ibu Legi selaku pemilik Usaha Pentol Mercon Maknyus:

*“karyawan datang sendiri mas, kami hanya memberi informasi lowongan kerja ditempat saya yaitu jualan pentol, informasi tersebut saya paparkan pada media sosial Facebook dan saya cantumkan nomor whatsapp. apabila ada yang berminat saya suruh hubungi wa langsung. dan saya suruh untuk datang ke tempat kami.”*<sup>44</sup>

Untuk karyawan baru biasa pemilik usaha langsung menempatkan karyawan bartersebut pada lapangan kerja, tanpa adanya seleksi. pemilik usaha mengamati bagaimana etika kerja calon karyawan tersebut. Apabila terjadi sesuatu yang kurang sesuai maka ada semacam teguran dari pemilik usaha tersebut. Jika masih terjadi secara berulang-ulang maka dengan terpaksa karyawan tersebut harus dipulangkan.<sup>45</sup>

Semenjak usaha Pentol Mercon Maknyus ini berdiri pemilik usaha sudah pernah melakukan pemulangan karyawan satu kali, karena ketidaksesuaian etika. Saat itu karyawan sering kali merubah isi porsi pentol tersebut, guna untuk mendapat keuntungan sendiri. Perbuatan ini diketahui pemilik usaha, dan karyawan langsung mendapat teguran. Setelah beberapa saat kemudian karyawan melakukan perbuatan yang kurang sesuai kembali dilakukan, yaitu dengan memanipulasi laporan uang belanja plastik. Karena

---

<sup>43</sup> Ibid.,

<sup>44</sup> Ibid.,

<sup>45</sup> Ibid.,



menurut pemilik usaha karyawan ini kurang jujur dalam kerja, akhirnya secara terpaksa karyawan tersebut dipulangkan.<sup>46</sup>

Seperti ungkapan ibu Legi selaku pemilik Usaha Pentol Mercon Maknyus:

*“pernah mas satu kali dan semoga tidak ada lagi, karyawan itu sudah saya suruh untuk berhenti bekerja saja, karyawan tersebut telah melakukan perbuatan yang kami anggap kurang sesuai dengan etika yaitu kurang jujur terhadap apa yang harus dikerjakannya, karyawan tersebut melakukan pengurangan porsi yang seharusnya diberikan kepada konsumen biasanya pada saat awal pengambilan pentol jumlah pentol tersebut langsung dihitung oleh karyawan saya, jadikan karyawan saya tahu berapa nanti jumlah yang harus disetorkan kepada saya, lalu saat melayani konsumen karyawan tersebut mengurangi isi pentol dalam satu porsi biasanya isinya 5 jadi 4 misalnya, begitu nanti kan uang yang didapat akan ada kelebihan dari yang seharusnya disetorkan. Lha kelebihannya itu dia ambil untuk tambahan keuntungan pada dirinya, yang pertama masalahnya itu dan itu saya maafkan karena baru terjadi satu kali dan berharap karyawan tersebut tidak mengulangi lagi, tapi lama-kelamaan karyawan tersebut mengulangi kesalahan lagi tetapi berbeda yang kedua ini karyawan saya, memanipulasi uang belanja plastik, yang seharusnya plastik belum habis dia ngomong sudah habis dan minta uang belanja untuk pembelian plastik. Dan akhirnya dengan terpaksa karyawan tersebut saya keluarkan mas.”<sup>47</sup>*

Untuk kesejahteraan karyawan pemilik usaha memberikan kompensasi harian jika diakumulasi satu bulan penuh maka, kompensasi tersebut sudah melebihi UMR daerah setempat, selain itu pemilik usaha juga memberikan uang transportasi setiap beberapa hari sekali dan juga *reward* setiap tahun sekali.<sup>48</sup>

---

<sup>46</sup> Ibid.,

<sup>47</sup> Ibid.,

<sup>48</sup> Ibid.,

Hal tersebut seperti yang diungkapkan oleh ibu Legi sebagai pemilik usaha dan Nanik sebagai karyawan:

*“untuk tanggung jawab saya yang saya berikan kepada karyawan saya yaitu kompensasi. karena mereka sudah bekerja pada usaha saya, karyawan setiap hari kerja, mereka saya beri kompensasi 70.000 rupiah dan dalam beberapa hari sekali kadang saya berikan uang transportasi sebesar 20.000”<sup>49</sup> dan,*

*“bos saya berikan saya kompensasi setiap hari kerja, dan itu kalau saya full masuk jam kerja selama satu bulan gaji saya sudah lebih dari UMR ponorogo lho mas dan kadang beri saya uang transportasi, juga bos saya menekankan agar saya berbuat sopan dan santun. menurut saya itu bentuk tanggung jawab bos saya kepada saya.”<sup>50</sup>*

Pemilik usaha memberikan tugas karyawannya setiap pagi untuk mengambil pentol, menyiapkan gerobak lapak berjualan, melayani konsumen, dan membersihkan lokasi setelah selesai lapak tutup. Untuk kegiatan produksi, hanya terkhusus pada karyawan pilihan pemilik usaha. Karyawan pilihan ini biasa ditempati oleh karyawan yang masih usia muda.<sup>51</sup>

Karyawan melayani kosumen dengan sopan, santun, dan ramah.

Karyawan menyapa ketika ada konsumen datang dan melayani apa yang dibutuhkan oleh konsumen.<sup>52</sup>

<sup>49</sup> Legi, *Wawancara*, 25 Agustus 2020.

<sup>50</sup> Nanik, *Wawancara*, 25 Agustus 2020.

<sup>51</sup> Legi, *Wawancara*, 25 Agustus 2020.

<sup>52</sup> Nanik, *Wawancara*, 26 Agustus 2020.

Seperti ungkapan karyawan usaha tersebut:

*“saya melayani konsumen ya biasa mas, Cuma saya berusaha untuk selalu sopan, santun dan ramah, saya sapa duluan ketika konsumen datang dan saya layani, kadang ada yang minta kuah sedikit ada yang banyak, ada yang minta pedes, kalo anak-anak biasa minta pake kecap saja. pernah ada mas konsumen itu ambil sambel sendiri banyak karena memang dasarnya dia suka pedas, lalu beberapa konsumen tersebut datang lagi dan bilang kalau dia kapok ambil sambal banyak banyak karena membuat perutnya sakit terasa mules.”<sup>53</sup>*

Dari ungkapan di atas karyawan juga menyatakan bahwa ada keluhan konsumen setelah mengkonsumsi pentol tetapi hal tersebut disebabkan oleh konsumen sendiri yaitu memberikan sambal yang berlebih pada sajian pentolnya. Dan mengakibatkan perut konsumen terasa sakit.<sup>54</sup>

Karyawan pilihan dipilih oleh pemilik usaha bukan semata-mata untuk memajukan usaha Pentol Mercon Maknyus ini, melainkan untuk memberikan pengetahuan dan pengalaman kepada karyawan tersebut. Pemilik usaha menyadari karyawan tersebut membutuhkan pengalaman dan pengetahuan yang luas untuk bekal hidup di masa depan. Setelah kisaran dua tahun, karyawan tersebut tidak diperbolehkan bekerja lagi di tempat. Melainkan diberi pesangon untuk mencari pengalaman lain atau membuka lapak jual sendiri.<sup>55</sup>

---

<sup>53</sup> Ibid.,

<sup>54</sup> Ibid.,

<sup>55</sup> Dadi, *Wawancara*, 29 Agustus 2020

Untuk memastikan penjualan ini untung atau rugi, pemilik usaha hanya memiliki catatan sederhana, yaitu pengeluaran belanja dan hasil penjualan hari itu. Pemilik usaha setiap harinya menyisihkan uang untuk modal hari besok, dan sisanya digunakan untuk kebutuhan keluarga dan pengembangan usaha kedepan.<sup>56</sup>

### C. Analisis Data

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan dilapangan dan dibuat dalam bentuk penyajian data, maka analisis berikut ini adalah menjawab rumusan masalah yang ada pada bab sebelumnya.

Untuk membangun kultur bisnis yang sehat, idealnya dimulai dari perumusan etika yang akan digunakan sebagai norma perilaku sebelum aturan perilaku dibuat dan dilaksanakan. Rasulullah SAW juga banyak memberikan prinsip petunjuk mengenai etika bisnis dalam perdagangan yang baik. Maka dari itu, Islam menawarkan nilai-nilai dasar atau prinsip-prinsip umum yang penerapannya dalam bisnis disesuaikan dengan perkembangan zaman dan mempertimbangkan dimensi ruang dan waktu.<sup>57</sup>

Etika bisnis ialah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma di mana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai daratan atau tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.<sup>58</sup>

---

<sup>56</sup> Legi, *Wawancara*, 25 Agustus 2020.

<sup>57</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha* (Bandung: Alfabeta, 2013), 43.

<sup>58</sup> Faisal Badroen, Dkk, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2006), 15.

Dalam usaha Pentol Mercon Maknyus walau pengetahuan akademis mengenai etika bisnis Islam pemilik usaha tersebut belum bisa dikatakan cukup bisa. Namun secara tidak sadar pemilik usaha tersebut telah menjalankan bisnis sesuai etika Islam.

Berikut analisis penulis tentang prinsip dasar etika bisnis Islam dalam produksi dan pemasaran dalam usaha Pentol Mercon Maknyus:

### **1. Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Produksi Usaha Pentol Mercon Maknyus**

Produksi dalam perspektif Islam mempunyai banyak penjelasan, salah satunya ialah menurut Monzer Khaf, produksi perspektif Islam adalah usaha manusia untuk memperbaiki tidak hanya kondisi fisik materialnya, tapi juga moralitas sebagai sarana untuk mencapai tujuan hidup sebagaimana digariskan dalam agama, yaitu kebahagiaan dunia dan akhirat. Sedangkan menurut Afzalur Rahman produksi dalam Islam adalah menekankan pentingnya keadilan dan pemerataan produksi.<sup>59</sup>

Berikut penerapan prinsip produksi etika bisnis islam dalam usaha Penton Mercon Maknyus:

- 1) Kesatuan merupakan cerminan dari konsep tauhid, yang merupakan dimensi vertikal Islam. Prinsip ini dikembangkan dari keyakinan bahwa seluruh aktivitas manusia termasuk aktivitas ekonominya diawasi oleh Allah SWT. Dan akan dipertanggungjawabkan dihadapan Allah di

---

<sup>59</sup> M. Nur Rianti, Al-Arif, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam* (Solo: Pt Era Adicitra Intermedia, 2011), 163-164.

akhirat kelak.<sup>60</sup> Dalam usaha Pentol Mercon Maknyus sang pemilik selalu berusaha menjaga kualitas dan kehalalan produk, Seperti yang telah disyariatkan dalam agam Islam. Pemilik usaha mengambil bahan baku dari sesama muslim, tempat pemotongan yang sudah dijamin kehalalannya. Seperti daging ayam dan sapi. Pemilik usaha membuat produk pentolnya dengan daging tersebut. Pemilik usaha tidak akan mencampurkan dengan daging yang haram atau tidak layak dikonsumsi, karena beliau tidak ingin menanggung dosa bila produk yang dijual mengandung barang yang haram. Maka dari itu pemilihan bahan baku produk haruslah bahan baku yang halal dan layak dikonsumsi adalah sebuah keharusan. Hal ini menunjukkan bahwa pemilik usaha telah menerapkan prinsip kesatua, karena telah mematuhi perintah agama dan menjauhi larangannya.

- 2) Keseimbangan atau *'adl* menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam dan berhubungan dengan harmoni segala sesuatu di alam semesta.<sup>61</sup> Keseimbangan adalah konsep adil, jujur dalam bertransaksi, tidak merugikan dan tidak dirugikan.<sup>62</sup> Dalam usaha Pentol Mercon Maknyus produksi pentol menggunakan bahan baku yang seharusnya digunakan dalam membuat produk tersebut, tidak mencampurkan

---

<sup>60</sup> Rozalinda, *Ekonomi Islam: Teori Dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 18.

<sup>61</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta: Penebar Plus, 2012), 55.

<sup>62</sup> Faisal Badroen, Dkk., *Etika Bisnis Dalam Islam*, 37.

barang yang haram atau tidak layak konsumsi hal ini merupakan tindakan adil pemilik usaha terhadap konsumen.

- 3) Kehendak atau Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Tidak adanya batasan pendapat bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya.<sup>63</sup> Dalam usaha Pentol Mercon Maknyus pemilik usaha mempunyai kebebasan dalam berinovasi dan berkreasi mengenai produk yang akan diciptakan. Dalam Pentol Mercon Maknyus pemilik usaha menciptakan produk pentol dan memberinya beberapa varian pentol dengan rasa yang dikehendaki. Ini menunjukkan sebuah kebebasan bagi pemilik usaha tapi pemilik usaha dalam membuat produknya tersebut masih memperhatikan aturan-aturan dalam syariat dalam produksi makanan seperti memakai bahan baku yang halal dan layak dikonsumsi.
- 4) Tanggung jawab ialah konsep ini yang ditekankan dalam Islam, dan bukan berarti mengabaikan kebebasan individu namun yang dikehendaki pada ajaran Islam adalah kebebasan yang bertanggung jawab.<sup>64</sup> Dengan menggunakan bahan baku yang halal dan layak dikonsumsi dalam pembuatan pentol itu merupakan bentuk tanggung jawab pemilik usaha mengenai produk terhadap konsumen. Pemilik

---

<sup>63</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha*, 46.

<sup>64</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, 67-68.

usaha memperhatikan bagaimana bahan bakunya akan digunakan dalam pembuatan produk yang diberikan kepada konsumen. Pemilik usaha juga mempekerjakan karyawan dan memberikan kompensasi sebagai bentuk tanggung jawabnya karena bagaimanapun juga karyawan tersebut telah bekerja pada usaha tersebut.

- 5) Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran, mengandung pula dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar meliputi proses transaksi, proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses menetapkan keuntungan.<sup>65</sup> Dalam bisnis kuliner Pentol Mercon Maknyus penggunaan bahan baku yang tepat, halal, dan baik untuk dikonsumsi merupakan sebuah prinsip kejujuran produsen terhadap konsumen bahwa produknya diproduksi dengan bahan yang semestinya.

Sebagaimana dikutip oleh Khusniati Rofi'ah, prinsip-prinsip dalam produksi adalah sebagai berikut:<sup>66</sup>

1. Dilarang memproduksi dan memperdagangkan komoditas yang tercela karena bertentangan dengan syariah.
2. Dilarang melakukan kegiatan produksi yang mengarah pada kedzaliman.

---

<sup>65</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha*, 46.

<sup>66</sup> Khusniati Rofi'ah, "Urgensi Etika di Dalam Sistem Bisnis Islam", *Justitia Islamica*, Vol.11, (Ponorogo: Stain Ponorogo, 2014), 178.



3. Larangan melakukan ihtikar (penimbunan barang).
4. Tidak merusak lingkungan.

Dalam produksi Pentol Mercon tidak ditemukannya pemilik usaha memproduksi dan memperdagangkan komoditas yang tercela bertentangan syariat, pemilik usaha mengolah tepung dan daging yang halal dan layak dikonsumsi untuk dijadikan pentol, dan sang pemilik usaha mendirikan bisnis tersebut adalah untuk mencari keuntungan untuk kebutuhan keluarganya tidak mengarah kepada kedzaliman. Dan tidak ada penimbunan bahan baku dalam usaha tersebut dan tidak perbuatan yang dapat merusak lingkungan, karena limbah dalam pembuatan pentol ini berupa air bekas rebusan pentol dan menurut peneliti air tersebut tidak berbahaya.

## **2. Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Pemasaran Pentol Mercon Maknyus**

Distribusi artinya proses yang menunjukkan penyaluran barang dari produsen sampai ke tangan konsumen (pembeli). Usaha untuk memperlancar arus barang atau jasa dari produsen ke konsumen.<sup>67</sup>

Untuk membangun kultur bisnis yang sehat, idealnya dimulai dari perumusan etika yang akan digunakan sebagai norma perilaku sebelum aturan perilaku dibuat dan dilaksanakan. Rasulullah SAW juga banyak memberikan prinsip petunjuk mengenai etika bisnis dalam perdagangan

---

<sup>67</sup> Ibid., 176.

yang baik. Maka dari itu, Islam menawarkan nilai-nilai dasar atau prinsip-prinsip umum yang penerapannya dalam bisnis disesuaikan dengan perkembangan zaman dan mempertimbangkan dimensi ruang dan waktu.<sup>68</sup>

Ada sembilan etika pemasaran yang menjadi prinsip-prinsip Syariah Marketing dalam menjalankan fungsi pemasaran, yaitu :<sup>69</sup>

Memiliki Kepribadian Spiritual (Takwa)

- a. Berlaku Baik dan Simpatik (*Shidiq*).
- b. Berlaku Adil dalam Bisnis (*Al-Adl*).
- c. Bersikap Melayani dan Rendah hati (*Khidmah*).
- d. Menepati Janji dan Tidak Curang.
- e. Jujur dan Terpercaya (*Al-Amanah*).
- f. Tidak Berburuk Sangka (*Su'udz zhan*).
- g. Tidak Suka Menjelek-Jelekkkan (*Ghibah*)
- h. Tidak Melakukan Suap/Sogok (*riswah*)

Dalam usaha Pentol Mercon Maknyus pemilik usaha selalu menekankan agar karyawan selalu beretika sopan dan santun, tidak melakukan kecurangan terhadap konsumen, hal ini merupakan bentuk ketakwaan, karena perbuatan tersebut merupakan perintah dan larangan dalam syariat agama. pelayanan yang sopan kepada siapapun, tidak peduli entah golongan rendah atau golongan atas, semua dianggap sebagai konsumen yang harus dilayani, semua konsumen yang datang

<sup>68</sup> Ibid., 43.

<sup>69</sup> Hermawan Kartajaya, dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan, 2006), 104.

disapa duluan oleh karyawan. dan memberikan apa kebutuhan konsumen tentang produk yang dijualnya. Hal ini merupakan penerapan etika dalam Islam, bahwa dalam menjual atau memasarkan produknya pedagang muslim harus, mempunyai sifat yang baik, rendah hati dan adil kepada semua konsumen. Semisal ada pesanan dari konsumen, pemilik usaha memberikan pentol dengan sesuai pesanan tidak merubah isi maupun resep semua diberikan sama seperti biasa dan pesanan diberikan tepat waktu sesuai dengan yang telah ditetapkan, hal ini menunjukkan prinsip menepati janji dan tidak curang, selain itu prinsip ini bisa digolongkan kedalam Prinsip kejujuran. Hanya saja untuk transparasi produk pemilik usaha tidak mencantumkan secara maksimum mengenai transparasi produk pemilik usaha baru menampilkan harga pentol tersebut dan wujud dari pentol tersebut tidak lebih dari itu. Prinsip kejujuran yang lainnya ialah karyawan memberikan setoran uang hasil jualan kepada pemilik usaha dengan tanpa mengurangi sedikitpun. Walaupun usaha ini sudah tergolong lebih baik dalam usaha lain yang sejenis, sang pemilik usaha tidak merendahkan usaha yang lain dan juga tidak menjelek-jelekan. Pemilik usaha menyadari bahwa semua disini sama-sam mencari uang untuk kebutuhan hidup. Pemilik usaha juga tidak melakukan tipu daya (suap) seperti menyuruh orang untuk membuat usaha lain merugi atau bentuk-bentuk kecurangan lain terhadap usaha yang sejenis maupun non sejenis untuk meraup keuntungan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan dari beberapa pembahasan dan analisa yang telah dilakukan pada sub bab terdahulu, maka penulis dapat menyimpulkan:

1. Produksi pada usaha Pentol Mercon Maknyus telah sesuai dengan etika bisnis Islam, dalam produksi usaha tersebut menggunakan bahan baku yang halal dan layak di konsumsi, tidak mencampur dengan barang yang haram, dalam produksi juga tidak ditemukan sesuatu yang melanggar etika bisnis islam. Dalam hal ini usaha tersebut telah menerapkan prinsip kesatuan, keadilan, tanggung jawab dan kebenaran. Dan dalam prinsip penerapan prinsip kebebasan usaha tersebut menciptakan produk pentol dengan rasa dan varian sesuai kehendak pemilik usaha tetapi kehendak tersebut masih dalam batasan-batasan yang tidak menyimpang. Mengenai ungkapan konsumen tentang keluhan mengalami sakit perut setelah mengkonsumsi pentol tersebut memang benar tetapi hal tersebut bukan salah dari penjual pentol melainkan murni hasil perbuatan konsumen sendiri yaitu memberikan sambal pedas yang berlebih pada sajian pentol karena pada dasarnya konsumen tersebut menyukai makanan pedas dan mengakibatkan perut konsumen tersebut terasa sakit.
2. Pemasaran pada usaha pentol maknyus telah sesuai dengan etika bisnis Islam. Dalam usaha tersebut distribusi barang kepada konsumen telah

sesuai dengan etika bisnis Islam. Dalam distribusi tidak ditemukan adanya nilai-nilai yang menyimpang etika bisnis islam. Hanya saja dalam transparansi produk kepada konsumen masih minim tetapi tidak sampai menyalahi etika bisnis Islam. Mengenai ungkapan perbedaan isi dalam satu porsi hal tersebut murni kenakalan dari karyawan usaha tersebut, tidak ada perintah dari sang pemilik. Dan karyawan akhirnya diberhentikan oleh sang pemilik karena kurang memiliki etika yang baik.

## **B. Saran**

Dengan selesainya penelitian ini, untuk pengembangan lebih lanjut maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi pemilik usaha diharapkan selalu mempertahankan aturan-aturan serta prinsip-prinsip syariah yang telah mereka terapkan diperusahaan ini. Dan menjadikan suatu pedoman untuk para calon pembisnis yang hendak ingin melakukan suatu bisnis. Sebaiknya memperhatikan setiap aturan yang ingin ditetapkan nantinya dan bukan hanya untuk kepentingan duniawi semata tetapi juga selalu menetapkan semua aturan yang telah diperintah Allah Swt kepada kita. Agar apa yang telah kita kerjakan selalu diridhoi oleh Allah Swt.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharap mampu Melakukan pengembangan teori etika bisnis islam agar dapat membantu diri sendiri maupun masyarakat khususnya para pemilik usaha dan juga para peniliti Lebih meningkatkan ketekunan diri dalam mencari, mengolah, dan

menganalisis data penelitian dengan harapan lebih baik dari penelitian sebelumnya.



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Alma, Buchari dan Donni Junia Priasa. *Manajemen Bisnis Syari'ah*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Arifin, Johan. *Etika Bisnis Islami*. Semarang: Walisongo Press, 2009
- Aziz, Abdul. *Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Badroen, Faisal, dkk.. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Beekun, Rafik Isa. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Pusaka Pustaka, 2004.
- , *Islamic Business Athics terjemahan*. Pent. Muhammad. Pustaka Pelajar Jakarta, 2004.
- Chasanah, Siti Uswatun. *Pemasaran Sosial Kesehatan*. Yogyakarta: Deepublish, 2013.
- Chaudhry, Muhammad sharif. *Sistem Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group, 2012.
- Departemen Agama RI. *Al Qur'an Al Karim dan Terjemahannya*. Semarang: PT. Karya Toha Putra, 1995.
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis Islami Tataran Teoritis Dan Praktis*. Malang: UIN Malang Press, 2008.
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Jakarta: Penebar Plus, 2012.
- Gulo, W.. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Grasindo, 2004.
- Hermawan, dan Muhammad Syakir Sula. *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan, 2006.
- Kasmir, *Kewirausahaan*. Jakarta: Raja grafindo Persada, 2006.
- , *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.

- Keraf, Sony. *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*. Yogyakarta: Kanisius, 1998.
- Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia, 2003.
- Muhammad, *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002
- Mulyawan, Setia. *Manajemen Keuangan*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2015.
- Muslich, *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Ekonisia, 2010.
- Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara, 2003.
- Nazir, Moh.. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003.
- Rianti, M. Nur, dan Al-Arif. *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*. Solo: Pt Era Adicitra Intermedia, 2011.
- Rivai, Veithzal dan Andi Buchari. *Islamic Economic*. Jakarta: Bumi Aksara, 2009.
- Rozalinda. *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2008.
- Sujarweni, Wiratna. *Manajemen Keuangan Teori, Aplikasi dan Hasil Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2017.
- Sule, Ernie Trisnawat dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2005.
- Tanzeh, Ahmad. *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Teras, 2009.
- Velasquez, Manuel G. *Etika Bisnis Konsep dan Kasus*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2005.

## **Jurnal**

- Ermawati Usman. “Perilaku Produsen Dalam Etika Bisnis Islam Suatu Upaya Perlindungan Konsumen”. *Jurnal Hunafa*, 03 2017.
- Rofi’ah, Khusniati. “Urgensi Etika di dalam Sistem Bisnis Islam.” *Justitia Islamica*. 02 2014.



Sampurno, Wahyu Mijil. "Penerapan Etika Bisnis Islam Dan Dampaknya Terhadap Kemajuan Bisnis Industry Rumah Tangga." *Journal Of Islamic Economic Lariba*. 02 2016.

Sarah wijayanti putri, "System Ekonomi Islam Dengan Aspek Kehidupan Masyarakat Madani Ditinjau Dari Hukum Islam," *al-adalah*, 02 2010.

### **Skripsi**

Fahrona, Nur Fitria. Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam di Home Industry Tempe Bendul Merisi Surabaya dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Keluarga,. *Skripsi*. Surabaya: Uin Sunan Ampel, 2015.

Husna, Hania. "Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Islam Pada Bank BNI Syariah Banda Aceh Terhadap Semangat Kerja Karyawan." *Skripsi*, Banda Aceh: UIN Ar-Raniry, 2018.

Mursidah, Umi. Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional. *Skripsi*. Lampung: UIN Raden Intan, 2017.

Puspitasari, Laili Latifah. Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Tingkat Profitabilitas Rumah Yoghurt Berdasarkan Perspektif Karyawan. *Skripsi*. Malang: UIN Malang, 2015.

Prasetio, Fery. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Daging Sapi di Toko Pojok Jaya Ponorogo. *Skripsi*. Ponorogo: STAIN Ponorogo, 2015.

Fitriani, "Nilai-nilai Islam Dalam Berwirausaha Pada Masyarakat Desa Manimbahoi Kecamatan Parigi Kabupaten Gowa." *Skripsi* Makasar: UIN Alauddin, 2017.

### **Internet**

Abrar, "Polisi Tetapkan Penuil Cilok Kasus Keracunan," <https://www.google.com/amp/s/m.medcom.id/amp/ybdqpppk-polisi-tetapkan-penjual-cilok-tersangka-kasus-keracunan>, (Diakses Pada 26 Oktober 2021 Pukul 22.15)

Adm, "Bisnis dan Etika Islam". <http://stebisdarussalamoki.ac.id/index.php?id=artikel&kode=1> di akses tanggal 1 April 2021 pukul 00:15 WIB.

Anggeng Rasmi, "Kasus Penjual Bakso Ludahi Mangkok Pelanggan : Disuruh Dukun Agar Laris, Akan Dibina," <https://www.google.com/amp/s/newsmaker.tribunnews.com/amp/2020/06/29/populer-update-kasus-penjual-bakso-ludahi-mangkok-pelanggan-disuruh-dukun-agar-laris-akan-dibina>, (Diakses Pada 26 Oktober 2021 Pukul 22:10).

M Iqbal Fahmi, “Ingin Laris Seorang Penjual Cilok Beri Bonus Video Porno ke Siswa Sd,”

<https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/regional/read/2018/04/06/15513521/ingin-laris-seorang-penjual-cilok-beri-bonus-video-porno-ke-siswa-sd>. Diakses Pada 26 Oktober 2021 Pukul 22:05).

Odi, “Ancaman Pidana 5 Tahun Penjara Atau Denda Rp 2 Miliar Bagi Para Pengoplos Daging,” <https://food.detik.com/info-kuliner/d-2577526/ancaman-pidana-5-tahun-penjara-atau-denda-rp-2-miliar-bagi-para-pengoplos-daging>, Diakses Pada 10 Juni 2021 Pukul 13:23.

“Tips Pengelolaan Menejemen Keuangan Untuk UKM.”

<http://www.berdesa.com/tips-pengelolaan-manajemen-keuangan-untuk-ukm/>, diakses pada tanggal 23 Februari 2019 pukul 11:16 WIB.

Try, “Pemilik Bakso Ayam Tiren di Bantul di Tangkap”,

<https://news.detik.com/berita/d-2003537/pemilik-bakso-ayam-tiren-di-bantul-ditangkap->, (Diakses Pada 26 Oktober 2021 Pukul 22.00).

