

**ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP  
PENGELOLAAN BISNIS WARUNG KOPI DI DESA  
CAMPUREJO KECAMATAN SAMBIT  
KABUPATEN PONOROGO**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**YUDHA NUR IMRON**  
**NIM. 210213007**

**Pembimbing:**

**ATIK ABIDAH, M.S.I.**  
**NIP. 197605082000032001**

**JURUSAN MUAMALAH FAKULTAS SYARIAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

**2018**

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Secara bahasa, etika diartikan sebagai ethos dalam bahasa Yunani yang berarti kebiasaan (costum) atau karakter (character). Selanjutnya, moral berasal dari bahas latin mores, yang berarti tindakan manusia yang sesuai dengan ukuran yang diterima oleh umum. Dalam bahasa Indonesia, moral diterjemahkan dengan susila, yaitu: perilaku yang sesuai dengan pandangan umum, yang baik dan wajar, yang meliputi satuan sosial dan lingkungan tertentu.

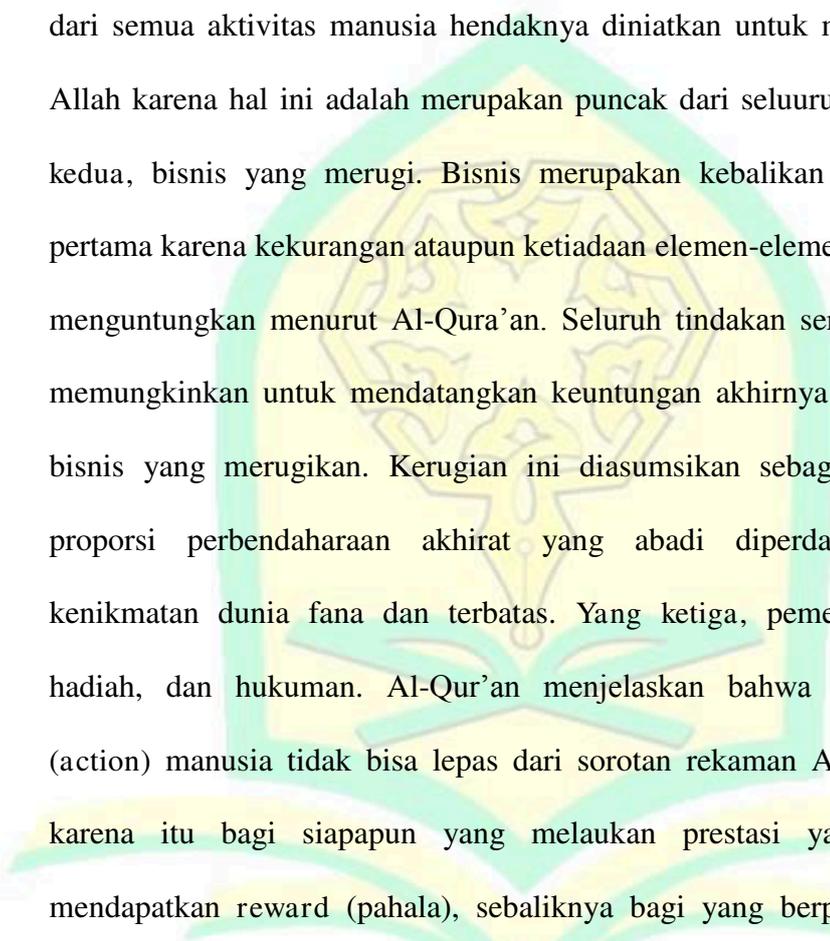
Dengan demikian ada kesamaan antara etika dan moral, namun ada pula perbedaannya yaitu etika lebih banyak bersifat teori dan moral lebih banyak bersifat praktis, etika merupakan tingkah laku manusia secara umum (universal), sedangkan moral bersifat lebih khusus. Dunia bisnis ingin mendapat ridho Allah SWT haruslah menjunjung nilai-nilai etika dan moral ini sehingga usaha dan hasil dari usaha yang ia lakukan merupakan hasil yang bersih dan mendapat berkah baik di dunia maupun di akhirat<sup>1</sup>.

Dalam uraian tentang konsep bisnis dalam Al-Qur'an, Ahmad membaginya ke dalam tiga pokok bahasan yaitu bisnis yang menguntungkan, bisnis yang merugi, dan pemeliharaan prestasi, hadiah, dan hukuman. Yang pertama, bisnis yang menguntungkan. Dalam pandangan Al-Qur'an, bisnis

---

<sup>1</sup> Buchari alma dan Donni Junia Priasa, *Manajemen Bisnis Syari'ah* (Bandung: alfabeta,2009), 204.

yang menguntungkan itu mengandung tiga elemen dasar yakni mengetahui investasi yang paling baik (syari'at Islam), membuat keputusan yang logis (jujur dan adil) dan mengikuti perilaku yang baik. Menurut Al-Qur'an, tujuan dari semua aktivitas manusia hendaknya diniatkan untuk mencari keridhaan Allah karena hal ini adalah merupakan puncak dari seluruuh kebaikan. Yang kedua, bisnis yang merugi. Bisnis merupakan kebalikan dari bisnis yang pertama karena kekurangan ataupun ketiadaan elemen-elemen dari bisnis yang menguntungkan menurut Al-Qura'an. Seluruh tindakan serta transaksi yang memungkinkan untuk mendatangkan keuntungan akhirnya berbalik menjadi bisnis yang merugikan. Kerugian ini diasumsikan sebagai yang merusak proporsi perbendaharaan akhirat yang abadi diperdagangkan dengan kenikmatan dunia fana dan terbatas. Yang ketiga, pemeliharaan prestasi, hadiah, dan hukuman. Al-Qur'an menjelaskan bahwa segala perbuatan (action) manusia tidak bisa lepas dari sorotan rekaman Allah SWT. Justru karena itu bagi siapapun yang melaukan prestasi yang positif akan mendapatkan reward (pahala), sebaliknya bagi yang berprestasi negatif ia pantas mendapat hukuman yang setimpal<sup>2</sup>. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an Surat Al-Jumuah ayat 11:



<sup>2</sup> H. Muhammad Dja'far, Agama Etika dan Ekonomi Wacana Menuju Pengembangan Ekonomi Rabbaniyah (Malang: Malang Press, 2007), 142-145.

*Artinya:* “Dan apabila mereka melihat perniagaan atau permainan, mereka bubar untuk menuju kepadanya dan mereka tinggalkan kamu sedang berdiri (berkhotbah). Katakanlah: "Apa yang di sisi Allah lebih baik daripada permainan dan perniagaan", dan Allah Sebaik-baik pemberi rezki<sup>3</sup>”.

Seiring perkembangan zaman di era modern ini, secara otomatis dapat menyebabkan pesatnya persaingan perekonomian di dunia. Dengan dasar ekonomi yang rendah menjadikan alasan persaingan bisnis yang ketat sehingga segala macam dilakukan demi untuk menambah pemasukan tanpa memperdulikan di dalamnya.

Di Desa Campurejo Kecamatan Sambit terdapat ajang bisnis yakni warung kopi yang di dalamnya terdapat berbagai menu minuman dan makanan dan beberapa fasilitas yang tujuannya sebagai daya tarik konsumen.

Di warung kopi tersebut tersedia beberapa minuman seperti: kopi hitam, kopi susu, es teh, es nutrisari dan lain sebagainya. Ada beberapa menu makanan seperti: tempe goreng, tahu goreng, pisang goreng dan nasi kucing. Untuk sebagai daya tarik konsumen pemilik warung kopi menambahkan fasilitas wifi dan penjual seorang wanita yang berpakaian serba minim namun seorang wanita tersebut sebatas sebagai pelayan tidak menjual dirinya sebagaimana PSK.

Adapun harga menu di warung kopi tersebut cenderung naik atau melebihi standart harga di warung kopi pada umumnya. Seperti harga satu gelas kopi yang standarnya Rp. 2.000,- bisa menjadi Rp. 5.000,- sampai Rp. 10.000,-, bahkan terkadang dalam penetapan harga tidak menentu. Hal ini

---

<sup>3</sup> Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, 62:11.

dikarenakan pemilik warung beralasan karena penjualnya seorang wanita cantik yang berpakaian minim dan ada fasilitas wifinya, sedangkan dalam warung tersebut tidak ada daftar menu termasuk ongkos penggunaan fasilitas wifi<sup>4</sup>. Di warung tersebut justru sangat ramai khususnya kaum lelaki kalangan pemuda. Namun, konsumen yang tidak sengaja datang ke warung tersebut atau konsumen yang belum pernah datang ke warung tersebut seringkali merasa di rugikan atas hal itu.

Untuk lebih mengetahui hukum secara Islam praktik bisnis warung kopi yang terjadi di Desa Campurejo Kecamatan Sambit yang hampir menyeluruh di wilayah Kabupaten Ponorogo, maka berdasarkan paparan di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PENGELOLAAN BISNIS WARUNG KOPI DI DESA CAMPUREJO KECAMATAN SAMBIT KABUPATEN PONOROGO”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini diuraikan dalam pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana analisis Etika Bisnis Islam terhadap strategi pemasaran warung kopi di Desa Campurejo Kecamatan Sambit Kabupaten Ponorogo?
2. Bagaimana analisis Etika Bisnis Islam terhadap penetapan harga warung kopi di Desa Campurejo Kecamatan Sambit Kabupaten Ponorogo?

---

<sup>4</sup> Lihat transkrip wawancara nomor: 04/W-1/SKP/18-02/2017 dalam lampiran hasil penelitian ini.

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menjelaskan analisis Etika Bisnis Islam terhadap strategi pemasaran dan pelayanan warung kopi di Desa Campurejo Kecamatan Sambit Kabupaten Ponorogo.
2. Untuk menjelaskan analisis Etika Bisnis Islam terhadap penetapan harga warung kopi di Desa Campurejo Kecamatan Sambit Kabupaten Ponorogo.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan yang penulis harapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Secara Teoritis

Hasil Penelitian ini diharapkan berguna sebagai bentuk sumbangsih dalam rangka memperkaya ilmu pengetahuan terutama yang berkaitan dengan masalah ilmu mu'amalah bagi para pembisnis warung kopi dalam hal menjalankan usahannya. Selain itu, penelitian ini dapat digunakan sebagai pijakan lebih lanjut bagi peneliti dan pihak-pihak yang konsen terhadap perkembangan yang berkaitan dengan masalah bisnis.

2. Secara Praktis

Dengan diadakan penelitian ini diharapkan hasilnya memiliki kegunaan antara lain:

a. Pihak Penjual

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada penjual khususnya pembisnis warung kopi yang tidak merugikan dirinya dan dibenarkan oleh syari'at Islam.

b. Pihak Pembeli

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberi masukan kepada para pembeli atau konsumen agar dalam pembelian di warung kopi tidak memperhatikan kepuasan semata, tetapi juga mempertimbangkan ketentuan-ketentuan dalam syari'at Islam.

c. Bagi Akademis

- 1) Sebagai bahan halaqah-halaqah (diskusi) bagi mahasiswa karena permasalahan ini termasuk masalah kontemporer yang terjadi di masyarakat.
- 2) Penelitian diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan, yaitu sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya dan diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam bidang pengelolaan bisnis.

## **E. Kajian Pustaka**

Terkait dengan penelitian yang akan diteliti penulis, maka penulis melakukan kajian awal terhadap beberapa karya ilmiah yang menyangkut tentang pemasaran dan penetapan harga dalam etika bisnis.

Pertama yaitu dari seorang penulis Aryunita Dwi Ratnasari salah satu Mahasiswa STAIN Ponorogo yang berjudul “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktek Sewa di Warnet Zakki Ponorogo”. Adapun rumusan masalahnya ialah: Bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap akad sewa di Warnet Zakki Ponorogo, bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap praktek pembulatan harga sewa di Warnet Zakki Ponorogo dan bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap pembayaran sewa di Warnet Zakki Ponorogo ketika listrik padam.

Kesamaan dari skripsi ini adalah dalam hal pembulatan atau penetapan harga yang kurang transparan terhadap konsumen. Sedangkan yang membedakan dengan skripsi ini adalah pembulatan harga ketika terjadi listrik padam. Dan kesimpulannya pembulatan harga Internet bertentangan dengan etika bisnis Islam karena mengandung unsur penipuan<sup>5</sup>.

Kedua yaitu dari seorang penulis Qori'atul Khasanah mahasiswa STAIN Ponorogo yang berjudul “Tinjauan Bisnis Islam Terhadap Pedagang Asongan Di Terminal Bungurasih Surabaya”. Adapun rumusan masalahnya ialah: Bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap tata cara pengambilan keuntungan pedagang asongan dan bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap strategi pemasaran di Terminal Bungurasih Surabaya.

Persamaan dari skripsi ini yaitu kurangnya transparan ketika hendak melakukan pemasaran terhadap konsumen, sedangkan perbedaannya adalah pedagang melakukan monopoli dan penipuan dalam pembungkusan buah

---

<sup>5</sup> Aryunita Dwi Ratnasari, Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktek Sewa di Warnet Zakki Ponorogo (Skripsi, STAIN Ponorogo, 2016).

ketika telah terjadi akad dan dalam melakukan pemasaran atau mempromosikan barangnya pedagang asongan tersebut cenderung membungkus-bungkus barangnya agar konsumen tertarik. Dan kesimpulannya tata cara pengambilan keuntungan dan pemasaran pedagang asongan ini bertentangan dengan etika bisnis Islam karena terdapat unsur monopoli dan ketidakjujuran dalam hal pemasaran<sup>6</sup>.

Ketiga, dari seorang penulis Wawan Kunaifi mahasiswa STAIN Ponorogo yang berjudul “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Kayu Di UD. Jati Makmur Desa Rejosari Kecamatan Kebonsari Kabupaten Madiun“. Adapun rumusan masalahnya ialah: Bagaimana tinjauan Mu’amalah terhadap penetapan harga pada jual beli kayu dan bagaimana tinjauan Mu’amalah terhadap penetapan kualitas kayu di UD. Jati Makmur.

Persamaan dari skripsi ini adalah dalam pembahasan penetapan harga dalam pengambilan keuntungan, sedangkan perbedaannya adalah dalam kasus ini penetapan harga dapat terlihat atau berdasarkan kualitas barangnya, sehingga terjadi akad jual beli terdahulu sebelum barang milik konsumen. Kesimpulannya adalah dalam menetapkan harga UD. Jati Makmur tidak bertentangan dengan etika bisnis Islam karena berdasarkan kualitas barang<sup>7</sup>.

---

<sup>6</sup> Qori’atul Khasanah, Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Pedagang Asongan DI Terminal Bungurasih Surabaya (Skripsi, STAIN Ponorogo, 2016).

<sup>7</sup> Wawan Kunaifi, Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Kayu Di UD. Jati Makmur Desa Rejosari Kecamatan Kebonsari Kabupaten Madiun (Sekripsi, Stain Ponorogo, 2014).

## F. Landasan Teori

Dalam Syari'ah Marketing, seluruh proses, baik proses penciptaan, proses penawaran maupun proses perubahan nilai (value) tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip mu'amalah yang Islami. Adapun dalam pandangan Islam tentang manusia dalam hubungan dengan dirinya sendiri dan lingkungan sosial, dapat dipresentasikan dengan empat aksioma etik:

### 1. Kesatuan

Sumber utama etika Islam adalah kepercayaan penuh dan murni terhadap kesatuan Tuhan. Ini secara khusus menunjukkan dimensi vertikal Islam yang menghubungkan institusi-institusi sosial yang terbatas dan tak sempurna dengan Dzat yang sempurna dan tak terbatas<sup>8</sup>.

### 2. Keseimbangan (Keadilan)

Keseimbangan (equilibrium) atau keadilan menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam yang berhubungan dengan keseluruhan harmoni pada alam semesta. Equilibrium (keseimbangan) adalah konsep adil, dimensi horizontal, jujur dalam bertransaksi, tidak merugikan dan tidak dirugikan. Hukum dan tatanan yang kita lihat pada alam semesta mencerminkan keseimbangan yang harmonis. Tatanan ini pula yang dikenal dengan sunatullah<sup>9</sup>.

---

<sup>8</sup> Syed Nawab Haider Naqqwi, *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*, Terj. M. Saiful Anam, Muhammad Ufuqul Mubin (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), 37.

<sup>9</sup> *Ibid.*, 37.

### 3. Kehendak Bebas (Ikhtiyar)

Dalam pandangan Islam manusia terlahir memiliki kehendak bebas, yakni: dengan potensi menentukan pilihan di antara pilihan-pilihan yang beragam. Dan dengan bersumber pada Al-Qur'an dan Hadist dasar etika kebebasan manusia dapat menentukan dalam pilihan yang benar<sup>10</sup>.

### 4. Pertanggungjawaban

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya.

Secara logis aksioma ini berhubungan erat dengan aksioma kehendak bebas, ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggung jawab atas semua yang dilakukannya.

### 5. Kebenaran (Kebijakan dan Kejujuran)

Di dalam prinsip-prinsip bisnis Rasulullah, yaitu salah satunya beliau mengajarkan dalam berbisnis harus *shiddiq*, yaitu benar dan jujur, tidak pernah berdusta dalam melakukan berbagai macam transaksi bisnis. Larangan menipu, berdusta, mengurangi takaran atau timbangan, dan mempermainkan kualitas, akan menyebabkan kerugian yang sesungguhnya, baik di dunia dan akhirat<sup>11</sup>.

---

<sup>10</sup> Ibid., 42.

<sup>11</sup> Didin Hafifuddin, *Manajemen Syari'ah Dalam Praktik* (Jakarta: Gema Insani Press, 2003), 461

## G. Metode Penelitian

### 1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam Penelitian ini digunakan metode penelitian dengan pendekatan kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskripsi berupa kata-kata tulisan atau dari orang-orang dan perilaku yang diamati.<sup>12</sup> Artinya, Penelitian kualitatif berasal dari situasi lapangan penelitian bersifat “natural” atau wajar, sebagai mana adanya, tanpa dimanipulasi.<sup>13</sup> Dalam tradisi kualitatif, peneliti harus menggunakan diri mereka sebagai instrumen. Mengikuti asumsi-asumsi kultural sekaligus mengikuti data.<sup>14</sup> Dikatakan kualitatif karena pada penelitian ini dilakukan pada kondisi yang alamiah yaitu kondisi yang terjadi di Desa Campurejo dan hampir memarak di wilayah Kabupaten Ponorogo.

Jenis Penelitian yang dilakukan adalah studi kasus penelitian lapangan (field research), yaitu penelitian yang dilakukan di lapangan dengan pengamatan tentang fenomena dalam suatu keadaan nyata. Dikatakan penelitian lapangan karena penelitian ini dilakukan pengamatan langsung di Desa Campurejo dan beberapa warung di wilayah Kabupaten Ponorogo.

### 2. Kehadiran Peneliti

Dalam penelitian ini, peneliti menggaali data secara langsung baik pengamat partisipan yang merupakan peneliti melakukan pengamatan

---

<sup>12</sup>Wahyu Pangestuti, “*Tinjauan Fiqh Terhadap Piutang Bersyarat...*”, (Skripsi, STAIN Ponorogo, Ponorogo, 2010)

<sup>13</sup>S. Nasution, *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif* (Bandung : Transito, 1996), 18.

<sup>14</sup>Julia Brannen, *Memadu Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2002). 11.

proses jual beli sekaligus berpartisipasi sebagai konsumen dan pengamat penuh yang merupakan peneliti hanya mengamati proses jual beli mulai dari pemesanan sampai konsumen melakukan pembayaran. Serta melakukan wawancara secara langsung dengan pemilik warung kopi dan masyarakat ataupun konsumen.

### **3. Lokasi Penelitian**

#### **a. Lokasi**

Dalam Penelitian ini, lokasi yang diambil oleh penulis untuk menyusun skripsi yaitu Desa Campurejo kecamatan Sambit Kabupaten Ponorogo. Pemilihan lokasi ini dikarenakan hampir mayoritas penduduk ataupun kalangan pemuda mempunyai hoby minum kopi di tempat warung-warung lesehan, sehingga menimbulkan persaingan bisnis warung kopi yang kuat tanpa mempertimbangkan pelajaran-pelajaran Syariah Islam. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti bagaimana usaha tersebut agar dapat berkembang dengan baik.

### **4. Data dan Sumber Data**

Adapun data-data yang penulis butuhkan untuk memecahkan masalah dalam penyusunan skripsi ini diantaranya:

- a. Penerapan strategi pemasaran warung kopi di Desa Campurejo Kecamatan Sambit Kabupaten Ponorogo
- b. Penerapan penetapan harga warung kopi di Desa Campurejo Kecamatan Sambit Kabupaten Ponorogo

Berdasarkan data-data yang akan diteliti dalam penelitian ini maka sumber data yang diperlukan adalah Data Primer, yaitu yang diperoleh penulis pada saat mengumpulkan data-data langsung dari lapangan. Pada skripsi ini data primer berasal dari hasil wawancara peneliti dengan beberapa masyarakat dan penjual warung kopi tersebut ataupun pemilik warung kopi.

## 5. Tehnik Pengumpulan Data

Teknik yang dipakai untuk pengumpulan data dalam penelitian ini sebagai berikut:

### a. Teknik Observasi

Yaitu pengamatan dilakukan oleh peneliti ketika ingin mengetahui tentang obyek yang akan dibahas. Pengamatan dilakukan agar data yang dikumpulkan relevan dengan masalah yang diteliti.<sup>15</sup> Dalam penelitian ini penulis mengadakan pengamatan langsung ke lokasi, untuk mengetahui pandangan terhadap strategi pemasaran serta dalam penetapan harga di warung tersebut.

### b. Teknik Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan cara menanyakan sesuatu kepada subyek penelitian atau informan.<sup>16</sup> Artinya, hal ini dilakukan secara lisan. Komunikasi yang dilakukan antara peneliti dengan narasumber dilakukan dengan tanya jawab atau bisa disebut diskusi. Pada akhirnya peneliti berusaha menarik

---

<sup>15</sup> Nasutions, Metode Penelitian.... 57.

<sup>16</sup> H. Arief Furchan, H. Agus Maimun, Studi Tokoh Metodologi Penelitian Mengenai Tokoh (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), 51.

kesimpulan. Kesimpulan-kesimpulan yang dikemukakan tersusun berdasarkan hasil diskusi terhadap data yang telah dihimpun dalam penelitian.<sup>17</sup> Pada teknik ini peneliti bertanya langsung kepada pemilik warung dan masyarakat yang menjadi konsumen di warung tersebut. Mulai dari awal mula terjadinya jual beli, faktor-faktor terjadinya akad, sampai sistim pembayaran di warung tersebut.

#### **6. Tehnik Analisis Data**

Dalam teknis analisis, penelitian ini menggunakan metode Deduktif. Yaitu, berangkat dari teori yang bersifat umum menuju ke khusus yaitu data-data yang bersifat nyata dari lapangan. Artinya, dalam metode deduktif teori menjadi alat penelitian sejak memilih dan menemukan masalah.<sup>18</sup>

Begitu juga dalam skripsi ini penulis berangkat dari teori Etika Bisnis Islam yaitu setrategi pemasaran dan penetapan harga dalam Islam guna untuk menganalisis data yang didapat dari lapangan baik dari proses jual belinya maupun sistim pengambilan keuntungannya.

#### **7. Tehnik Pengecekan Keabsahan Data**

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengecekan keabsahan data dengan menggunakan teknik pengecekan keabsahan data dengan teknik triangulasi yaitu peneliti menguji kredibilitas dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Teknik ini

---

<sup>17</sup>Dudung Abdurahman, Pengantar Metodologi Penelitian (Yogyakarta: Kurnia Kalam Semesta, 2003), 67.

<sup>18</sup>Burhan Bungin, Metodologi Penelitian Kualitatif (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2012) 28.

salah satunya dapat dicapai dengan membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara. Peneliti melakukan perbandingan dari hasil pengamatan langsung di Desa Campurejo Kecamatan Sambit Kabupaten Ponorogo.

Pembahasan menjadi lima bab dan akan diikuti dengan beberapa sub bab.

## **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini dimulai dengan latar belakang masalah untuk mendiskripsikan alasan penelitian ini dilakukan. Dilanjutkan dengan rumusan masalah yang berguna membantu peneliti memfokuskan terhadap kajian yang dilakukan. Kemudian adalah tujuan penelitian dan kegunaan penelitian yang berguna untuk mengetahui dapat atau tidaknya penelitian ini menghasilkan temuan.

Setelah itu adalah telaah pustaka untuk apakah penelitian ini jika dilihat dari penelitian terdahulu. Kemudian dilanjutkan dengan kerangka konseptual yang berisi tentang teori yang digunakan dalam penelitian. Kemudian dilanjutkan metode penelitian dan sistematika pembahasan.

## **BAB II : ETIKA BISNIS DALAM ISLAM**

Pada bab kedua berisikan landasan teori, yang merupakan alat untuk menganalisis data yang diperoleh dari lapangan.

Isi dari bab ini yaitu akan diuraikan mengenai teori setrategi pemasaran dan penetapan harga dalam Islam.

**BAB III : PRAKTIK BISNIS PADA WARUNG KOPI DI DESA  
CAMPUREJO KECEMATAN SAMBIT  
KABUPATEN PONOROGO**

Pada bab ini berisikan paparan dan temuan penelitian yang meliputi keadaan umum Desa Campurejo Kecamatan Sambit Kabupaten Ponorogo juga gambaran umum tentang usaha warung kopi di desa tersebut. Dalam penjelasan digambarkan umum membahas tentang sejarah tradisi warung kopi. Dan masalah yang inti mengenai bagaimana setrategi pemasaran dan penetapan harga terhadap konsumen.

**BAB IV : ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP  
BISNIS WARUNG KOPI DI DESA CAMPUREJO  
KECAMATAN SAMBIT KABUPATEN PONOROGO.**

Pada bab ini menjelaskan pokok bahasan yang meliputi analisa pemasaran terhadap warung kopi tersebut. Dilanjutkan dengan analisa penetapan harga terhadap usaha warung kopi ketika sistim pengambilan keuntungan diterapkan terhadap konsumen. Kedua masalah tersebut akan dianalisis sudah sesuai dengan hukum Islam atau belum.

## **BAB V : PENUTUP**

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran serta lampiran-lampiran sebagai solusi untuk kemajuan dan pengembangan dalam bisnis warung kopi di Desa Campurejo Kecamatan Sambit dan di seluruh wilayah Kabupaten Ponorogo. Kesimpulan ditulis berdasarkan hasil analisis dari Bab Empat dimana hasil tersebut adalah jawaban dari rumusan masalah.



## BAB II

### ETIKA BISNIS DALAM ISLAM

#### A. Etika Bisnis Islam

##### 1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia etika adalah ilmu tentang asas-asas akhlak. Secara bahasa etika diartikan sebagai ethos dalam bahasa Yunani yang berarti kebiasaan (costum) atau karakter (character). Selanjutnya moral berasal dari bahasa latin mores, yang berarti tindakan manusia yang sesuai dengan ukuran yang diterima oleh umum. Dalam bahasa Indonesia moral diterjemahkan dengan susila, yaitu: perilaku yang sesuai dengan pandangan umum, yang baik dan wajar, yang meliputi satuan sosial dan lingkungan tertentu.

Dengan demikian ada kesamaan antara etika dan moral, namun ada pula perbedaannya yaitu etika lebih banyak bersifat teori dan moral lebih banyak bersifat praktis, etika merupakan tingkah laku manusia secara umum (universal), sedangkan moral bersifat lebih khusus. Dunia bisnis ingin mendapat ridho Allah SWT haruslah menjunjung nilai-nilai etika dan moral ini sehingga usaha dan hasil dari usaha yang ia lakukan merupakan hasil yang bersih dan mendapat berkah baik di Dunia maupun di Akhirat.<sup>19</sup>

Dalam kata lain seperti dalam kamus Webster berarti "*the distinguishing character, sentiment, moral nature, or guiding beliefs of a*

---

<sup>19</sup> Ibid.,hal 204.

person, group or *institution*.” Karakter istimewa, sentiment, tabiat moral, atau keyakinan yang membimbing seseorang, kelompok atau institusi.

Dalam Islam, istilah yang dekat berhubungan dengan etika di dalam al-qur'an adalah *khuluq*. *Khuluq* dari kata dasar *khaluqa-khuluqun* yang berarti tabi'at, budi pekerti, kebiasaan, kesastrian. Kata dasar *khuluq* yaitu *khuluqa* sangat berdekatan sekali dengan kata dasar *khalqa-khalqan* yang berarti menjadikan, menciptakan. Dari kata *khalqa* berubah-ubah dalam bentuk menjadi *al-khaliq* yang menciptakan dan *al-makhluk* yang diciptakan. Sedangkan dari *khaluqa-khuluq* berubah menjadi *al-khalaq* yang kemudian dikenal menjadi sebuah ilmu yang berdiri sendiri.<sup>20</sup>

Etika bisnis (Business Ethics) merupakan sesuatu yang makin lama akan semakin penting peranannya didalam masyarakat, oleh karena itu proses bisnis akan berlangsung makin cepat dan makin merata. Etika bisnis juga dapat diartikan sebagai etika yang menyangkut tata pergaulan di dalam kegiatan-kegiatan bisnis.<sup>21</sup>

Etika merupakan dasar baik dan buruk yang menjadi referensi pengambilan keputusan individu sebelum melakukan serangkaian kegiatan. Etika bukan hanya larangan-larangan normatif, tetapi lebih merupakan puncak akumulasi kemampuan operasional intelegensi manusia. Karena melibatkan kemampuan operasional intelegensi manusia,

---

<sup>20</sup> Rafik Isa Beekun, Etika Bisnis Islam (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), 38.

<sup>21</sup> Pandji Anoraga, Pengantar Bisnis Pengelolaan Bisnis Dalam Era Globalisasi (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2007), 6.

etika juga disebut dengan sistem filsafat, atau filsafat yang mempertanyakan praksis manusia berkaitan dengan tanggung jawab dan kwajibannnya.<sup>22</sup>

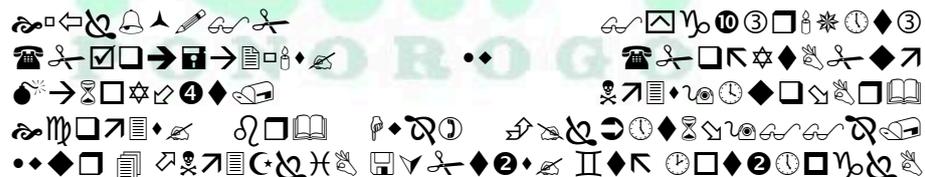
Apabila etika dipahami sebagai perangkat prinsip moral yang membedakan antara apa yang benar (the right) dari apa yang salah (the wrong), maka padanan kata yang lebih dekat dengan makna tersebut dalam Islam adalah *khuluq, khair, berr, adl, haq* dan *taqwa*. Dengan mengacu pada sejumlah term tersebut, maka kajian tentang perilaku etis dalam ekonomi dan bisnis dalam prespektif ekonomi Islam berakar dari sumber nilai auntetik dalam Islam yaitu Al-Qur'an dan Sunnah Nabi.

Dengan dasar normatif di atas jelaslah bahwa urusan ekonomi dan bisnis dalam ekonomi Islam tidak dapat dipandang sebagai sebuah entitas yang berdiri lepas dari nilai-nilai etika-religius, bersumber dari wahyu Tuhan. Etika bisnis Islam dalam prespektif ekonomi Islam memadukan unsure-unsur yang bersifat profane dengan etika religious sacral secara seimbang.<sup>23</sup>

## 2. Dasar Hukum

Dasar hukum etika bisnis Islam adalah sebagai berikut:

### a. An-Nisaa' ayat 29



<sup>22</sup> Muhammad, *Paradigma, Metodologi dan Aplikasi Ekonomi Syaria'ah* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 52.

<sup>23</sup> *Ibid.*, hal 62-63.



secara dalam sejarah manusia, tapi suatu konsesus yang luas telah berkembang pada masa kita sendiri tentang makna komulatifnya bagi prespektif sosial ekonomi muslim.

Rumusan aksioma ini diharapkan menjadi rujukan bagi koral awareness para pebisnis muslim untuk menentukan prinsip-prinsip yang dianut dalam menjalankan bisnisnya. Aksioma-aksioma tersebut adalah sebagai berikut.<sup>27</sup>

a. Kesatuan (utility)

Kesatuan disini adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial, menjadi suatu (homogeneous whole) atau keseluruhan yang homogeny serta mementingkan konsep konsensistensi dan keteraturan yang menyeluruh.

Dari konsep ini, maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini maka etika bisnis menjadi terpadu, vertical maupun horizontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam yang homogeny tidak mengenal kekusutan dan keterputusan.

Secara khusus harus dicatat bahwa pandangan Islam tentang kesatuan dunia tidak terbatas pada masyarakat muslim saja, melainkan

---

<sup>27</sup> Faisal Badroen, ETika Bisnis Dalam Islam (Jakarta: Kencana 2017) hal 88-89.



konsep adil, dimensi horizontal, jujur dalam bertransaksi, tidak merugikan dan tidak dirugikan. Hukum dan tatanan yang kita lihat pada alam semesta mencerminkan keseimbangan yang harmonis. Tatanan ini pula yang dikenal dengan sunatullah.<sup>30</sup>

Sifat keseimbangan atau keadilan bukan hanya sekedar karakteristik alami, melainkan merupakan karakteristik dinamis yang harus diperjuangkan oleh setiap muslim dalam kehidupannya. Kebutuhan akan sikap keseimbangan atau keadilan ini ditekankan oleh Allah dengan menyebut umat Islam sebagai *ummatan wasathan*. *Ummatan wasathan* adalah umat yang memiliki kebersamaan, kedinamisan dalam gerak, arah dan tujuannya pembeda. Dengan demikian keseimbangan, kebersamaan, kemoderatan merupakan prinsip etis mendasar yang harus ditetapkan dalam aktivitas maupun entitas bisnis misalnya dicantumkan dalam surat Al-Furqan ayat 67:



Artinya: “Dan orang-orang yang apabila menginfakkan (harta) mereka tidak berlebihan dan tidak (pula) kikir, di antara keduanya secara wajar”.<sup>31</sup>

Pada struktur ekonomi dan bisnis, agar kualitas kesimbangan dapat mengendalikan semua tindakan manusia, maka harus memenuhi beberapa persyaratan. Pertama, hubungan-hubungan dasara antara

<sup>30</sup> Ibid., 37.

<sup>31</sup> Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, 25:67.

konsumsi, distribusi, dan produksi harus berhenti pada suatu keseimbangan tertentu demi menghindari pemusatan kekuasaan ekonomi dan bisnis dalam genggamannya segelintir orang. Kedua, 'keadaan' perekonomian yang tidak konsisten dalam distribusi pendapatan dan kekayaan harus ditolak karena Islam menolak daur tertutup pendapatan dan kekayaan harus yang menjadi semakin menyempit. Ketiga, sebagai akibat dari pengaruh sikap egalitarian yang kuat demikian, maka dalam ekonomi dan bisnis Islam tidak mengakui asasnya, baik hak milik yang tak terbatas maupun sistem pasar bebas yang tak terkendali. Perilaku keseimbangandan keadilan dalam bisnis (Klasik) agar pengusaha muslim menyempurnakan takaran bila menakar dan menimbang dengan neraca yang benar, karena hal itu merupakan perilaku yang terbaik dan membawa akibat yang baik pula.<sup>32</sup>

### c. Kehendak Bebas (Ikhtiyar)

Kebebasan dalam prespektif ushul fiqh berarti bahwa dalam mu'amalah, Islam membuka pintu seluas-luasnya, dimana manusia bebas melakukan apa saja sepanjang tidak ada nash yang melarangnya. Aksioma ini di dasarkan pada kaidah, pada dasarnya dalam mu'amalah segala sesuatu dibolehkan sepanjang tidak aada dalil yang melarangnya.

Berdasarkan aksioma kehendak bebas ini, manusia di dalam berbisnis mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian,

---

<sup>32</sup> Muhammad, Visi, 13.

termasuk menepati atau mengingkarinya. Dalam masalah perjanjian, baik perjanjian kesetiaan kepada Allah maupun perjanjian yang dibuatnya dalam pergaulan sesama (kehidupan), manusia harus dapat memenuhi semua janji-janji tersebut.<sup>33</sup>

#### d. Pertanggungjawaban

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya.

Secara logis aksioma ini berhubungan erat dengan aksioma kehendak bebas, ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggung jawab atas semua yang dilakukannya.

Dalam bidang ekonomi dan bisnis, aksioma ini dijabarkan menjadi suatu pola perilaku tertentu. Karena manusia telah menyerahkan suatu tanggung jawab yang tegas untuk memperbaiki kualitas lingkungan ekonomi dan sosial, maka perilaku konsumsi seorang tidak sepenuhnya bergantung kepada penghasilannya sendiri, ia juga harus menyadari tingkat keberhasilan dan konsumsi berbagai anggota masyarakat yang lain.

Tanggungjawab merupakan prinsip dinamis yang berhubungan dengan perilaku manusia. Bahkan merupakan kekuatan dinamis

---

<sup>33</sup> Aryunita Dwi ratnasari, "Tinjauan Etika bisnis Islam ..., "

individu untuk mempertahankan kualitas keseimbangan dalam masyarakat. Dalam bidang ekonomi dan bisnis, aksioma ini dijabarkan menjadi suatu pola perilaku tertentu. Karena manusia telah menyerahkan suatu tanggung jawab yang tegas untuk memperbaiki kualitas lingkungan ekonomi dan sosial, maka perilaku konsumsi seorang tidak sepenuhnya bergantung kepada penghasilannya sendiri, ia harus menyadari tingkat penghasilan dan konsumsi sebagai anggota masyarakat yang lain. Konsep tanggung jawab dalam Islam mempunyai sifat berlapis ganda dan terfokus baik pada tingkat mikro (individual) maupun tingkat makro (organisasi dan sosial), yang keduanya harus dilakukan bersama-sama.

Aksioma pertanggungjawaban ini secara mendasar akan mengubah perhitungan ekonomi dan bisnis karena segala sesuatunya harus mengacu pada keadilan. Dan Islam melarang semua transaksi alegotoris yang dicontohkan dengan istilah *gharar*.<sup>34</sup>

Maksud *al-gharar* ialah “ketidakpastian”, maksud ketidakpastian dalam transaksi mu’amalah ialah, “terdapat sesuatu yang ingin disembunyikan oleh sebelah pihak dan ianya boleh menimbulkan rasa ketidakadilan serta penganiayaan kepada pihak yang lain”. Menurut Ibn Rush maksud *al-gharar* ialah “kurang maklumat tentang keadaan barang (obyek), wujud keraguan pada kewujudan barang, kuantitatif, dan maklumat yang lengkap berhubungan dengan harga. Ia turut berkait

---

<sup>34</sup> Muhammad, Visi, 17.

dengan masa untuk diserahkan barang terutamanya ketika uang sudah dibayar, tetapi masa untuk diserahkan barang tidak diketahui”. Ibn Taymiyāh menyatakan *al-gharar* ialah, “apabila suatu pihak mengambil haknya dan satu pihak lagi tidak menerima apa yang sepatutnya dia dapat”.<sup>35</sup>

e. Kebenaran (Kebijakan dan Kejujuran)

Di dalam prinsip-prinsip bisnis Rasulullah, yaitu salah satunya beliau mengajarkan dalam berbisnis harus *shiddiq*, yaitu benar dan jujur, tidak pernah berdusta dalam melakukan berbagai macam transaksi bisnis. Larangan menipu, berdusta, mengurangi takaran atau timbangan, dan mempermainkan kualitas, akan menyebabkan kerugian yang sesungguhnya, baik di Dunia dan Akhirat.

Kebenaran adalah nilai kebenaran yang dianjurkan dan tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku yang benar, yang meliputi proses akad (transaksi), proses mencari atau memperoleh komoditas, proses pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan margin keuntungan (laba).<sup>36</sup>

Kebijakan adalah sikap ihsan, benevolence yang merupakan tindakan yang memberi keuntungan bagi orang lain. Dalam pandangan Islam sikap ini sangat dianjurkan.

---

<sup>35</sup> M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam* (Solo: PT. Era Adicitra Indonesiam, 2011), 104.

<sup>36</sup> *Ibid.*, 461

Termasuk ke dalam kebijakan dalam bisnis adalah sikap kesukarelaan dan keramahtamahan. Kesukarelaan dalam pengertian, sikap suka-rela antara kedua belah pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian bisnis. Kedua belah pihak sama-sama mempunyai hak pilih atas transaksi dan tidak boleh bersegera memisahkan diri untuk menjaga jika ada ketidakcocokan, bahkan pembatalan transaksi. Hal ini ditekankan untuk menciptakan dan menjaga keharmonisan hubungan dan cinta mencintai antar sesama pelaku atau mitra bisnis. Keramahtamahan merupakan sikap ramah, toleran baik dalam menjual, membeli maupun menagih. Adapun kejujuran adalah sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan sedikitpun. Sikap ini dalam khazanah Islam dapat dimaknai dengan amanah.

Dalam Al-Qur'an, aksioma kebenaran mengandung kebajikan dan kejujuran dapat diambil dari penegasan keharusan menunaikan atau memenuhi perjanjian atau transaksi bisnis.

Dari sikap kebenaran, kebajikan (kesukarelaan) dan kejujuran maka suatu bisnis secara otomatis akan melahirkan persaudaraan. Persaudaraan, kemitraan antara pihak yang berkepentingan dalam bisnis yang saling menguntungkan, tanpa adanya kerugian dan penyesalan sedikitpun. Bukan melahirkan situasi dan kondisi permusushan dan perselisihan yang diwarnai dengan kecurangan. Dengan demikian

kebenaran, kebajikan, dan kejujuran dalam semua proses bisnis akan dilakukan pula secara transparan dan tidak ada rekayasa.

Pengejawantahan aksioma kebenaran dengan dua makna kebajikan dan kejujuran secara jelas telah diteladankan oleh Nabi Muhammad SAW yang juga merupakan pelaku bisnis yang sukses. Dalam menjalankan bisnisnya, Nabi tidak pernah sekalipun melakukan kebohongan, penipuan atau menyembunyikan kecacatan suatu barang. Sebaliknya Nabi mengharuskan agar bisnis dilakukan dengan kebenaran dan kejujuran.<sup>37</sup>

Keadilan bukan hanya diterapkan pada orang lain, tetapi juga harus diterapkan pada siapapun. Dengan demikian keadilan meliputi pula baik dalam perjanjian maupun sumpah-sumpah.

#### **4. Etika Bisnis Dalam pandangan Islam**

Islam merupakan agama yang komprehensif dan universal. Dikatakan komprehensif, karena Islam mengatur seluruh aspek kehidupan manusia. Universal karena daya berlakunya tidak terbatas oleh waktu dan tempat. Masalah bisnis, perdagangan, atau perniagaan, atau perekonomian merupakan salah satu bidang mu'amalah. Islam telah menyediakan rambu-rambunya.

Dalam bidang ibadah, Islam menetapkan hukum “tidak ada ibadah kecuali yang diatur dalam Al-Qur'an dan Sunnah”. Oleh karena itu ibadah yang dilakukan diluar Al-Qur'an dan Sunnah termasuk bid'ah. Semua

---

<sup>37</sup> Muhammad.,21-22.

kegiatan mu'amalah dapat dilakukan asalkan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip tersebut.

Berbicara tentang etika bisnis, maka harus merujuk ke prinsip-prinsip ekonomi Islam. Islam menetapkan prinsip-prinsip perekonomian anatara lain, sebagai berikut:

- a. Islam menentukan berbagai macam kerja yang halal dan yang haram. Kerja yang halal saja yang dipandang sah.
- b. Kerjasama kemanusiaan yang bersifat gotong royong dalam usaha memenuhi kebutuhan harus ditegakkan.
- c. Nilai keadilan dalam kerjasama kemanusiaan ditegakkan.

Secara khusus Islam menetapkan nilai-nilai atau etika yang harus dipatuhi dalam kegiatan bisnis. Salah satunya adalah etika atau moral dalam berdagang yang merupakan salah satu bentuk kegiatan ekonomi.<sup>38</sup>

Berikut ini akan diungkapkan nilai-nilai etika Islam yang dapat mendorong bertumbuhnya dan suksesnya bisnis yaitu:

- a. Konsep Ihsan

Ihsan adalah suatu usaha individu untuk sungguh-sungguh bekerja, tanpa mengenal menyerah dengan dedikasi penuh menuju optimalisasi, sehingga memperoleh hasil maksimal. Jadi kaum Muslimin harus mengerjakan setiap pekerjaannya sebaik mungkin, semaksimal mungkin, seperti misalnya kita beribadah, lakukanlah sebaik mungkin.

- b. *Itqan*

---

<sup>38</sup> Neni Sri Imaniyati, Hukum Ekonomi dan Ekonomi Islam Dalam Perkembangan (Bandung:Mandar Maju, 2002),168-169.

Artinya membuat sesuatu dengan teliti dan teratur. Jadi harus bisa menjaga kualitas produk yang dihasilkan, adakan penelitian dan pengawasan kualitas sehingga hasilnya maksimal. Allah SWT telah menjajikan bahwa siapa saja yang bersungguh-sungguh maka dia akan menunjukkan jalan kepadanya, dalam mencapai nilai setinggi-tingginya.<sup>39</sup>

#### c. Larangan Sumpah palsu

Salah satu hadist Nabi yang melarang sumpah palsu, Abu Hurairah berkata:

وَعَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عَمْرٍو رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ: ( جَاءَ أَعْرَابِيٌّ إِلَى النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَقَالَ: يَا رَسُولَ اللَّهِ! مَا الْكَبَائِرُ؟ فَذَكَرَ الْحَدِيثَ, وَفِيهِ قُلْتُ: وَمَا الْيَمِينُ الْعَمُوسُ؟ قَالَ: الَّذِي يَقْتَطِعُ مَالَ امْرِئٍ مُسْلِمٍ, هُوَ فِيهَا كَاذِبٌ ) أَخْرَجَهُ الْبُخَارِيُّ

Artinya: “Abdullah Ibnu Umar Radliyallaahu 'anhu berkata: Seorang Arab Badui menemui Nabi Shallallaahu 'alaihi wa Sallam dan bertanya: Wahai Rasulullah, apakah dosa-dosa besar itu? -perawi melanjutkan hadits dan di dalamnya disebutkan- "Sumpah palsu." Dalam hadits itu aku bertanya: Apa itu sumpah palsu? Beliau bersabda: "Sumpah yang digunakan untuk mengambil harta orang muslim, padahal ia bohong." Riwayat Muslim).<sup>40</sup>

#### d. Takaran yang Benar

<sup>39</sup> Buchari Alma, *Manajemen Syari'ah*, 205-206.

<sup>40</sup> muamal Hamidy, Terjemahan Nailul Author Himpunan Hadis-Hadis Hukum Jilid 6, (Surabaya: PT. Bina Ilmu, 1993), hlm 3221-3222.

Dalam perdagangan, nilai timbangan dan ukuran yang tepat dan standar benar-benar harus diutamakan. Islam meletakkan penekanan penting dari faedah yang memberikan timbangan yang baik.<sup>41</sup>

Etika bisnis Islam sebenarnya telah diajarkan Nabi Muhammad SAW saat menjalankan perdagangan. Karakteristik Nabi Muhammad SAW, sebagai pedagang adalah selain dedikasi dan keuletannya juga memiliki sifat *shidiq*, *fathanah*, *amanah*, dan *tabligh*. Ciri-ciri itu masih ditambah Istiqomah, yaitu:

- a. *Shidiq*, berarti mempunyai kejujuran dan selalu melandasi ucapan, keyakinan dan amal perbuatan atas dasar nilai-nilai yang diajarkan Islam. *Istiqomah* atau konsisten dalam iman dan nilai-nilai kebaikan, meski menghadapi godaan dan tantangan. *Istiqomah* dalam kebaikan ditampilkan dalam keteguhan, kesabaran serta keuletan sehingga menghasilkan sesuatu yang optimal.
- b. *Fathanah*, berarti mengerti, memahami, dan menghayati secara mendalam segala yang menjadi tugas dan kwajibannya. Sifat ini akan menimbulkan kreativitas dan kemampuan melakukan berbagai macam inivasi yang bermanfaat.
- c. *Amanah*, tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kwajiban. *Amanah* ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal, dan ihsan (kebajikan) dalam segala hal.

---

<sup>41</sup> Ibid., 169.

- d. *Tabligh*, mengajak sekaligus memberikan contoh kepada pihak lain untuk melaksanakan ketentuan-ketentuan ajaran islam dalam kehidupan sehari-hari (berbagai sumber).<sup>42</sup>

Dalam uraian konsep bisnis dalam Al-Qur'an, Ahmad membaginya ke dalam tiga pokok bahasan yaitu bisnis yang menguntungkan, bisnis yang merugi, dan pemeliharaan prestasi, hadiah, dan hukuman. Di dalam dikaji secara mendalam bagaimana proses aktivitas bisnis yang harus dilakukan oleh pelaku bisnis dan bagaimana seharusnya perilaku pelakunya sendiri.

Pertama, bisnis yang menguntungkan. Dalam pandangan Al-Qur'an, bisnis yang menguntungkan itu mengandung tiga elemen dasar yakni mengetahui investasi yang paling baik, membuat keputusan yang logis, sehat, masuk akal, dan mengikuti perilaku yang baik. Menurut Al-Qur'an, bisnis yang menguntungkan adalah bisnis yang tidak hanya mengejar keuntungan duniawi yang berjangka pendek dan untuk kepentingan sesaat, tetapi keuntungan yang bisa dinikmati di akhirat yang kekal dan abadi. Dengan demikian menurut Ahmad, perilaku bisnis yang benar adalah yang sesuai dengan ajaran Al-qur'an dan implementasinya tidak saja baik terhadap sesama manusia, tetapi juga harus selalu dekat terhadap Allah SWT.

Kedua, bisnis yang merugi. Bisnis ini merupakan kebalikan dari bisnis yang pertama karena kekurangan ataupun ketiadaan elemen-elemen

---

<sup>42</sup> Veithzal Rivai, Andi Buchori, Mengislamkan Ekonomi Masyarakat dan Memasyarakatkan Ekonomi Islam (Jakarta: PT. Bumi aksara, 2013), 236-237.

dari bisnis yang menguntungkan menurut Al-Qur'an. Kerugian ini diasumsikan sebagai yang merusak proporsi perbendaharaan akhirat yang abadi diperdagangkan dengan kenikmatan dunia fana dan terbatas.

Selanjutnya Ahmad menegaskan bahwa keputusan yang tidak sehat dalam hidup ini akan mengakibatkan kerugian yang besar. Contoh pengambilan keputusan yang tidak sehat jika seorang lebih mementingkan kehidupan dunia daripada kehidupan akhirat. Ia lebih menginginkan kemegahan dunia dan mengorbankan ketidakterikatannya terhadap kebenaran dan hidayah, terlalu disibukkan dengan harta kekayaan daripada ingat kepada Allah SWT.

Keputusan yang tidak sehat seperti itu pada akhirnya akan melahirkan perilaku jahat yang sangat dikutuk oleh Al-Qur'an. Mengkhianati amanah dan kepercayaan, mengurangi ukuran dan timbangan adalah di antara sekian banyak contoh dalam Al-Qur'an yang diangkat Ahmad dalam analisisnya.

Ketiga, pemeliharaan prestasi, hadiah dan hukuman. Dalam hal ini Al-Qur'an menjelaskan bahwa segala perbuatan (action) manusia tidak bisa lepas dari sorotan dan rekaman Allah SWT. Justru karena itu bagi siapapun yang melakukan prestasi yang positif akan mendapat reward (pahala), sebaliknya bagi yang berprestasi negatif ia pantas mendapat hukuman yang setimpal. Justru karena itu kepada manusia diingatkan.

“(1) Bahwasannya tidak ada kemungkinan untuk lari dari pengadilan di akhirat nanti; (2) bahwasannya pengadilan yang dilakukan

itu akan berjalan dengan sifat fair dan adil; (3) Bahwasannya pengadilan itu akan didasarkan pada bukti dan fakta yang tidak mungkin untuk dibantah; (4) Bahwasannya manusia akan diganjar dan disikasa sesuai dengan amalnya di dunia”<sup>43</sup>

### **BAB III**

## **PRAKTIK BISNIS PADA WARUNG KOPI DI DESA CAMPUREJO KECEMATAN SAMBIT KABUPATEN PONOROGO**

### **A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

#### **1. Letak Geografis Warung kopi**

Warung kopi dalam penelitian kami terletak di Desa Campurejo Kecamatan Sambit Kabupaten Ponorogo, tepatnya di jalan Ponorogo-Trenggalek, adapun batas-batas wilayahnya sebagai berikut:

- a. Sebelah Barat: Persawahan Desa Campursari
- b. Sebelah utara: Sungai Desa Mbulu
- c. Sebelah Timur: Desa Mbulu
- d. Sebelah Selatan: Desa Bancangan

Letak warung tersebut pada perumahan milik penduduk sekitar yang luasnya kurang lebih  $12 \text{ m}^2 \times 8 \text{ m}^2$ , sedangkan ruang bagian timur (bagian dapur) dengan luas  $4 \text{ m}^2$  digunakan untu warung tersebut ditambah

---

<sup>43</sup> Muhammad Djakfar, Agama, Etika, Dan Ekonomi ..,hal 145-147.

di Beranda rumah. Di Dalam area warung bagian dalam terdapat 4 meja kecil berukuran 1,5 m dengan duduk di atas Tikar atau lesehan, dengan ditambah fasilitas TV 21 Inc di dalamnya, sedangkan bagian luar warung ada tempat duduk meja lengkap dengan kursinya juga disediakan Tikar yang apabila konsumen menghendaki duduk di Lesehan. Selain itu di sekitar warung tersebut terdapat beberapa pertokoan mulai toko kecil, konter, warnet, pom mini, dan Alfa mart, yang biasanya tempat itu menjadi kunjungan warga sekitar Sambit di Malam hari karena berbagai kebutuhan yang tersedia di situ sudah lengkap siap saji.

Hal demikian yang menyebabkan warung tersebut selalu ramai dikunjungi konsumen. Selain lokasinya yang mudah dijangkau karena warung ini letaknya cukup strategis yakni terletak tepat di pinggir jalan raya di Jln. Ponorogo-Trenggalek . Sehingga konsumen dari arah Barat dan Timur dapat dengan mudah menemukan warung ini yang di hiasi dengan lampu-lampu.. Selain itu di warung tersebut juga terdapat Toilet yang mana dapat digunakan semua orang, sehingga ketika ada konsumen yang ingin ke toilet tidak perlu kebingungan mencari tempat.<sup>44</sup>

## **2. Sejarah Warung Kopi**

Warung kopi tersebut pada awalnya di huni oleh keluarga bapak Muhaimin atau yang biasa di sapa dengan Pak Muh, karena rumah tersebut merupakan Prabon (rumah tinggalan) dari orang tua bapak Muhaimin yang tentu saja rumah tersebut statusnya masih milik bersama, jadi bapak

---

<sup>44</sup> Lihat transkrip wawancara nomor: 07/W-02/SKP/21-02/2017 dalam lampiran hasil penelitian ini.

Muahaimin membuat rumah sendiri di Desa Campurejo juga yang letak sedikit jauh dari warung tersebut. Setelah rumah baru Bapak Muahaimin yang baru sudah siap dihuni maka Bapak Muahaimin beserta anak istrinya pindah kerumah baru tersebut pada tahun 2013. Mulai tahun 2013 itulah rumah tersebut tidak dihuni dan hanya ada lampu yang menyala ketika malam hari.

Kurang lebih 2 tahun rumah tersebut tidak dihuni. Karena bapak Muahaimin setelah membangun rumah yang tentu saja menghabiskan banyak dana, maka bapak Muahaimin beserta istri mulai kebingungan karena kebutuhan yang semakin banyak dan mendesak terutama untuk makan setiap hari dan kebutuhan anak-anaknya untuk sekolah. Bapak Muahaimin sendiri seorang petani yang mempunyai sawah yang tidak cukup luas yang menurut beliau untuk menghidupi keluarganya kadang masih keteteran, apalagi musim tahun ajaran baru anak sekolah, banyak kebutuhan yang wajib dipenuhi. Dan sebenarnya sebelum mendirikan dan masih belum mempunyai inisiatif mendirikan warung istri bapak Muahaimin banyak melakukan usaha-usaha kecil namun menurut beliau tidak menguntungkan (antara hasil, modal dan usaha) sama saja.

Dan sampai pada akhirnya pada awal tahun 2015 sekitar Bulan Februari, Bapak Muahaimin mempunyai inisiatif mendirikan warung kopi, hal ini berdasarkan berbagai masukan dan penelitian dari teman-teman Bapak Muahaimin, karena berbagai usaha kecil yang sudah ditlateni dan

dijalani istri Bapak Muhaimin banyak yang gagal, Bapak Muhaimin mengambil langkah dan mencoba menlateni usaha warung kopi ini.

Pada mulanya warung kopi tersebut hanya terletak pada rumah lama Bapak Muahaimin di bagaian dapur, yang penjualnya dari bapak Muahaimin sendiri dibantu istrinya. Konsumen yang datang ke warung tersebut awal mulanya bapak-bapak orang sekitar warung tersebut. Dan untuk menambah daya tarik konsumen pemilik warung mencoba menambah fasilitas TV tabung 21 Inc, yang biasanya setiap malam Minggu mulai banyak pengunjung di warung sekaligus menonton sepak bola. Pada waktu itu di dalam warung hanya ada meja panjang 2 dan alas tikar sebagi tempat duduknya.

Setelah berjalan beberapa bulan dan menurut pemilik warung semakin ramai, maka warung tersebut menambahkan fasilitas wifi dan ini merupakan satu-satunya jalan untuk mempromosikan warung tersebut. Pada waktu itu, fasilitas Wifi terutama di warung-warung masih sangat minim, sehingga dengan adanya hal tersebut konsumen mulai tertarik dan banyak yang mengunjunginya.

Dan mulai akhir tahun 2016 sekitar Bulan Oktober, bapak Muhaimin merasa kelelahan karena hampir setiap malam tidurnya sampai malam dan paginya harus ke Sawah. Dengan mengambil referensi dari warung-warung yang sudah ada, pemilik warung mencoba memperkerjakan dua orang wanita sebagai penjual sekaligus pelayan di warung tersebut.

Dua wanita tersebut berasal dari luar kota yang memang beralasan kerja di luar kota karena untuk memenuhi kebutuhannya. Namun, Bapak Muhaimin sendiri memberi batasan kepada karyawannya, mereka bekerja hanya sebatas penjual dan pelayan warung, dalam hal ini diambil arti wanita tersebut tidak boleh menjajakan dirinya layaknya PSK, karena Bapak Muhaimin sendiri merasa sungkan dan iba kepada warga sekitar dan ditakutkan ada tingkah yang tidak di inginkan dari warga sekitar. Dan warung tersebut masih banyak dikunjungi konsumen sampai saat ini.<sup>45</sup>

### **3. Sarana dan Fasilitas Warung Kopi**

Dari segi sarana di warung kopi yang terletak di Desa Campurejo tersebut, di bagian dalam lesehan dan di bagian luar ada kursi sekaligus mejanya, dan juga disediakan tikar apabila konsumen menghendaki duduk di luar, dan di sisi lain penjualnya dua orang wanita. Dan dilihat dari segi fasilitas warung dilengkapi wifi, TV 21 Inc, toilet dan warung tersebut dilengkapi hiasan lampu sebagai tambahan daya tarik konsumen.

### **4. Menu Warung Kopi**

Berdasarkan penelitian menu warung kopi tersebut ada makanan dan minuman. Makanan yang dijual di warung tersebut cenderung makanan ringan, seperti: Krupuk dalam plastik, pisang goreng, tahu goreng, tempe goreng, nasi kucing dan lain sebagainya. Dan minuman yang dijual cenderung banyak minuman dalam kemasan plastic yang kemudian diracik terlebih dahulu sebelum disajikan, seperti: kopi hitam

---

<sup>45</sup> Lihat transkrip wawancara nomor: 05/W-1/SKP/25-02/2017 dalam lampiran hasil penelitian ini.

cangkir, kopi hitam gelas, nutrisari, marimas, white chafee, top kopi, dan lain sebagainya. Dan di dalam warung tersebut tidak ada daftar menu harga sebagaimana warung-warung kopi lesehan pada umumnya.

### **5. Operasional Warung Kopi**

Warung kopi tersebut buka mulai 16.00 WIB sampai 01.00 WIB terkadang lebih, cenderung konsumen yang duduk di akhir tersebut. Jadi karyawan warung tersebut mempersiapkan mulai pukul 14.00 WIB, mulai dari bersih-bersih sampai menyiapkan berbagai hidangan makanan yang disajikan.

Setelah berjalan beberapa bulan semenjak pemilik warung kopi mempunyai karyawan dan mulai banyak pengunjung terutama dikalangan pemuda. Operasional warung kopi diserahkan kepada karyawan tersebut, mulai dari belanja sampai pengelolaan di warung kopi tersebut. Di sini hak dari pemilik warung hanya memberi batasan-batasan dalam pengelolaan warung kopi seperti larangan wanita tersebut untuk menjajakan dirinya layaknya PSK. Di sisi lain pemilik warung kopi memberi kebebasan dalam mencari keuntungan kepada karyawannya, yang jelas dengan prinsip menambah semakin banyaknya konsumen yang datang ke warung tersebut. Dan pemilik warung kopi sendiri hanya meminta kurang lebih 30% dari keuntungan dalam setiap bulannya dari jumlah keseluruhan.<sup>46</sup>

## **B. Data Deskriptif Penelitian**

---

<sup>46</sup> Lihat transkrip wawancara nomor: 05/W-1/SKP/25-02/2017 dalam lampiran hasil penelitian ini.

## 1. Strategi Pemasaran Di warung Kopi

Berdasarkan paparan di atas, warung kopi tersebut sangat membutuhkan banyak konsumen sehingga diperlukan pemasaran yang efektif, sehingga dengan tepat dapat menarik konsumen. Di dalam warung tersebut sebagai daya tarik konsumen di ruangan warung terdapat hiasan-hiasan lampu. Hal ini menurut pemilik warung dapat digunakan sebagai daya tarik konsumen terutama konsumen-konsumen yang dari jauh, yang sengaja mampir karena perjalanan jauh, karena yang kebetulan warung tersebut terletak di pinggir jalan raya lintas Kota/Kabupaten. Dengan langkah demikian menurut pelayan warung cukup berhasil dikarenakan banyak Truck-Truck pengangkut barang antar kota, seperti tujuan Trenggalek, Tulung Agung, Malang, Surabaya, Solo, Semarang yang melintas jalur tersebut yang mampir istirahat karena perjalanan jauh.

Di sisi lain pemilik warung menambahkan fasilitas Wifi, karena berdasarkan penelitian pemakainya wifi tanpa membeli Voucher terlebih dahulu. Di situ apabila konsumen menghendaki pemakaian Wifi tinggal tanya Passwordnya saja, dan tanpa penjelasan apapun pelayan warung memberitahu Password tersebut kepada konsumen secara langsung.<sup>47</sup> Dan berdasarkan penelitian dan menurut Mas Nur, kecepatan Wifi tersebut tergantung pemakaian konsumen di warung tersebut. Apabila pengguna di warung tersebut sedikit maka fasilitas Wifi ini dapat digunakan dengan baik dan begitu sebaliknya apabila konsumen di warung tersebut banyak

---

<sup>47</sup> Lihat transkrip wawancara nomor: 05/W-1/SKP/25-02/2017 dalam lampiran hasil penelitian ini..

maka fasilitas Wifi kurang maksimal. Dan kadang menurut salah satu konsumen dari luar wilayah Desa Campurejo fasilitas Wifi di warung tersebut seringkali trobel atau lambat. Dengan embel-embel fasilitas Wifi ini jugalah yang dulunya membuat kosnumen yang semakin nyaman dan betah berada di wrung tersebut.<sup>48</sup>

Dan sebagai langkah pemasaran dan promosi agar menjadi tujuan utama konsumen yang dari berbagi penjuru wilayah, maka pemilik warung kopi yakni Bapak Muahaimin memperkerjakan dua orang karyawan perempuan. Di karenakan pemilik warung juga memberi kebebasan kepada karyawannya dalam mencari keuntungan, maka salah satu jalannya adalah berpakaian minim, dan harus menyiapkan mental dari rayuan konsumen. Dan berdasarkan penelitian, karyanwan perempuan tersebut seringkali menggoda dengan cara mendatangi tempat duduk konsumen ketika baru saja datang. Tujuan itu agar konsumen merasa nyaman dan sering datang ke warung tersebut. Namun dalam warung ini tidak boleh melayani konsumen dengan hal-hal seksual. Dengan pelayanan seperti inilah pemilik warung dan karyawannya yang cukup berhasil menarik konsumen. Dan kebanyakan konsumen yang datang adalah dari luar wilayah Desa Campurejo bahkan dari luar wilayah Kecamatan Sambit. Bahkan, menurut Mas Hadi, salah satu konsumen dari luar wilayah Kecamatan alasan jauh-jauh datang ke warung tersebut karena ceweknya yang cantik, sehingga dia tidak bosan-bosan sering datang ke warung

---

<sup>48</sup> Lihat transkrip wawancara nomor: 03/W-1/SKP/15-02/2017 dalam lampiran hasil penelitian ini.

tersebut dan berlama-lama di warung tersebut dengan secangkir kopi dan jajanan gorengan yang disajikan. Dan di sini dengan fasilitas Wifi dan pelayannya seorang wanita pemilik warung memasukkan harga di menu yang di perjual belikan.

## **2. Penetapan Harga Di Warung Kopi**

Dari beberapa target yang sudah terpenuhi dari pemilik warung dan karyawan, tentu saja ada kaitannya dengan keuntungan yang harus dipenuhi. Berdasarkan keterangan dari pemilik warung, mengatakan sendiri kepada karyawannya, apabila meghendaki gaji yang banyak upayakan konsumen yang datang harus terus meningkat. Dengan prinsip demikian karyawan warung terus berfikir bagaimana mereka dapat memperoleh keuntungan yang maksimal.

Berdasarkan keterangan dari konsumen yakni Mas Hadi harga di warung kopi tersebut cenderung mahal dari pada warung lesehan lainnya, namun Mas Hadi sendiri karena Plusnya sendiri di warung tersebut. Dan berdasarkan penelitian harga di warung tersebut memang cukup mahal, sampai dua kali lipat harga pada umumnya, dan ini berlaku untuk semua menu. Dan seringkali terjadi dalam penetapan harga tidak menentu. Di sini Mas Hadi salah satu pelanggan di warung tersebut sama sekali tidak merasa dirugikan, karena ia datang jauh-jauh ke warung tersebut memang

sengaja mencari hiburan yang diinginkannya “meskipun tidak bisa menyetuh paling tidak bisa melihat dari jauh” ungkap Mas Hadi.<sup>49</sup>

Berdasarkan penelitian tidak ada daftar menu yang di paparkan di warung kopi tersebut. Namun penetapan harga langsung terjadi ketika hendak membayar setelah selesai. Dan Harga di warung kopi tersebut cenderung naik, seperti harga satu gelas Kopi Hitam dalam cangkir yang biasanya hanya Rp. 1.000,- di warung tersebut bisa Rp. 2.000,- sampai Rp. 5.000,-, sedangkan harga Kopi Hitam dalam gelas bisa mencapai Rp. 7.000,- sampai Rp. 10.000,-. Begitu pula pada menu minuman yang lainnya cenderung naik juga, berdasarkan penelitian secara langsung harga Es Teh dalam gelas besar mencapai harga Rp. 6.000,- sedangkan pada warung umumnya hanya Rp. 2000,- atau Rp. 2.500,-.

Dan hal itu terjadi juga pada menu makanan ringan yang disajikan di warung tersebut juga cenderung naik, seperti harga satu biji gorengan Tempe, Pisang Goreng Rp. 1.000,- sampai Rp. 2.000,-, nasi kucing di warung tersebut harganya Rp. 4.000,- sedangkan di warung pada umumnya Rp. 2.500,-. Dan sedangkan ukuran besar kecilnya gorengan di warung tersebut sama dengan di warung-warung pada umumnya.

Di karenakan pada warung tersebut tidak daftar menu yang terpasang, maka secara otomatis konsumen yang hendak melakukan pemesanan menu lebih terdahulu tanya kepada pelayan, dan di sini pelayan

---

<sup>49</sup> Lihat transkrip wawancara nomor: 05/W-1/SKP/25-02/2017 dalam lampiran hasil penelitian ini

sendiri hanya memberitahu secara lesan menu yang tersedia di warung tersebut tanpa menyebutkan harga.

Dan pembayaran di warung tersebut secara cash, setelah konsumen selesai secara langsung melakukan pembayaran setelah memberi keterangan berapa banyak menu yang di konsumsinya. Di sini, menurut Mas Irwan ketika hendak membayar terkadang menunjukkan harga jajanan yang yang di konsumsi. Dan berdasarkan keterangan konsumen lain juga sering terjadi ketika hendak melakukan pembayaran pelayan secara langsung memberikan jumlah total atas jajan yang di konsumsinya tanpa menjelaskan harga persatuannya.<sup>50</sup>

Sehingga berdasarkan paparan di atas seringkali konsumen merasa di rugikan karena merasa mahal di warung tersebut, berbeda dengan Mas Hadi konsumen yang sengaja datang di warung tersebut merasa tidak dirugikan sekali karena merasa puas, bahkan Mas Hadi memberi keterangan seringkali di warung tersebut “di entol” (dinaikkan harganya lebih dari biasanya).

Hal ini, pemilik warung sendiri menaikkan harga yang sedemikian beralasan karena ada fasilitas TV, Wifi dan pelayannya seorang wanita. Sehingga pemilik warung merasa ada plusnya sendiri atas usahanya di warung tersebut dari pada warung-warung pada umumnya. Padahal, di sini konsumen yang berada di warung tersebut belum tentu melihat TV ketika konsumen duduknya di Beranda karena TV terletak di dalam warung.

---

<sup>50</sup> Lihat transkrip wawancara nomor: 06/W-2/SKP/21-02/2017 dalam lampiran hasil penelitian ini.

Sedangkan konsumen yang menggunakan fasilitas wifi, juga tidak tahu berapa kb kuota yang digunakan, bahkan ada konsumen yang merasa dirugikan karena Wifi trobel. Sedangkan pada pelayan sendiri, hanya sekedar melayani atas pesanan konsumen, di sini memang pelayan memakai pakaian serba minim, dan seringkali mendapat rayuan-rayuan dari konsumen ketika hendak melakukan pemesanan. Dan memang terkadang pelayan menemani duduk ketika konsumen menikmati sajian yang ada, sambil ngobrol-ngobrol.

Dan berdasarkan keterangan di atas, tidak semua konsumen merasa diuntungkan dan tidak semua konsumen merasa dirugikan. Kebanyakan konsumen yang sengaja datang ke warung tersebut yang kebanyakan dari wilayah luar Desa Campurejo dan luar Kecamatan Sambit tidak merasa dirugikan. Dan sedangkan konsumen yang tidak sengaja datang di warung tersebut atau mampir merasa dirugikan, hal ini berdasarkan keterangan Mas Dika seorang pedagang dari Trenggalek yang mampir karena untuk istirahat. Karena alasan Mas Dika, tidak menggunakan wifi mbayarnya juga mahal.



**BAB IV**  
**ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PENGELOLAAN**  
**WARUNG KOPI DI DESA CAMPUREJO KECAMATAN SAMBIT**  
**KABUPATEN PONOROGO**

**A. Analisis Terhadap Strategi Pemasaran Warung Kopi Di Desa Campurejo Kecamatan Sambit**

Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan dari perusahaan tersebut.

Dalam pemasaran yang dilakukan pemilik kopi diantaranya adalah menambahkan fasilitas Wifi. Di warung tersebut berdasarkan penelitian tidak ada embel-embel tulisan Free Wifi ataupun menyediakan fasilitas Wifi. Namun, dengan alat Wifi yang terletak di tembok secara langsung konsumen

mengetahui adanya fasilitas tersebut. Fasilitas Wifi tersebut, tidak dijual dengan sistem Voucher, tetapi apabila konsumen menghendaki fasilitas Wifi secarang langsung menanyakan kepada pelayannya. Dan Pelayan tersebut secara lisan mengasih passwordnya kepada konsumen tanpa memberi penjelasan apapun terutama pada harga kuota Wifi.

Menurut konsumen Mas Nur, penggunaan fasilitas Wifi di warung tersebut tidak bisa maksimal. Di karenakan penggunaan fasilitas Wifi tergantung konsumen yang menggunakannya di warung tersebut, Mas Nur sendiri mengatakan apabila pengguna Wifi di warung tersebut sedikit wifi dapat bekerja dengan baik (48) dan begitu sebaliknya, apabila pengguna wifi di warung tersebut cenderung banyak maka seringkali trobel. Dan pengguna wifi sendiri tidak tahu berapa kuota yang digunakan selama duduk di warung tersebut, di sisi lain juga ada konsumen yang datang di warung tersebut tanpa menggunakan fasilitas wifi.

Menurut pelayan warung kopi dengan setrategi pemasaran penggunaan fasilitas Wifi cukup berhasil. Di karenakan setelah adanya wifi di warung tersebut konsumen semakin banyak yang datang, dan menurut keterangan pelayan warung kopi juga banyak yang menanyakan password wifi meskipun cenderung sering trobel.

Di sisi lain sebagai media daya tarik terhadap konsumen atau calon pembeli Bapak Muahaimin memperkerjakan Dua orang wanita yang tugasnya sebagai pelayan dan penjual di warung tersebut. Berdasarkan keterangan Mas Hadi pelayannya cukup ramah, dia dengan cara menghampiri konsumen yang

datang dan memesan menu yang ada. Dalam penjelasan menu yang tertera tanpa menjelaskan harga yang ada. Berdasarkan penelitian dua orang wanita yang sebagai pelayan dan penjual ini memang sengaja berpakaian minim yang tujuan untuk menarik konsumen. Akan tetapi, meskipun berpakaian minim Dua orang wanita tersebut tidak menjual dirinya layaknya PSK.

Berdasarkan sistem pemasaran dengan cara ini kata Bapak Muhaimin cukup menarik simpatik konsumen yang datang, terutama di kalangan pemuda.

Secara umum, pedoman Islam tentang masalah kerja tidak membolehkan pengikut-pengikutnya untuk bekerja mencari uang sesuka hatinya dan dengan jalan yang tidak baik, seperti penipuan, kecurangan, sumpah palsu, dan perbuatan bathil lainnya. Tetapi, Islam memberikan kepada mereka suatu garis pemisah antara yang boleh dan tidak boleh dalam mencari perbekalan hidup, dengan menitikberatkan juga kepada kemaslahatan umum. Sehingga, tidak ada pihak yang merasa dirugikan dan dizalimi dalam hal tersebut.

Berbicara tentang etika bisnis, maka harus merujuk ke prinsip-prinsip ekonomi Islam. Islam menetapkan prinsip-prinsip perekonomian, antara lain sebagai berikut ;

1. Islam menentukan berbagai macam kerja yang halal dan yang haram. Kerja yang halal saja yang dipandang sah.
2. Kerjasama kemanusiaan yang bersifat gotong royong dalam usaha memenuhi kebutuhan harus ditegakkan.

### 3. Nilai keadilan dalam kerjasama kemanusiaan ditegakkan.

Secara khusus Islam menetapkan nilai atau etika yang harus dipatuhi dalam kegiatan bisnis. Salah satunya adalah etika atau moral dalam berdagang yang merupakan salah satu bentuk ekonomi.

Segala bidang usaha yang berkaitan dengan bisnis sangat perlu dengan adanya pemasaran. Dengan berbagai etika bisnis yang dijelaskan dalam Islam, tentu saja menjadi bukti bahwasannya pemasaran diperbolehkan atau tidak diharamkan. Dalam menjalankan bisnisnya seorang pelaku bisnis berupaya semaksimal mungkin untuk mempromosikan atau mensosialisasikan atas usahanya, sehingga konsumen dapat terlibat dan tertarik secara langsung. Dan berdasarkan uraian di atas sebagai pedoman pelaku bisnis Islam membuat patokan agar pemasaran dapat dijalankan tanpa melanggar Syari'at Islam.

Di dalam prinsip-prinsip etika bisnis yang harus melandasi suatu bisnis, yakni paradigma bisnis yang dibangun dan dilandasi oleh aksioma-aksioma kesatuan, keseimbangan (keadilan), kehendak bebas/ ikhtiyar, pertanggungjawaban, kebenaran (kebijakan dan kejujuran);

#### 1. Ditinjau dari segi aksioma kesatuan

Kesatuan disini adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial, menjadi suatu (homogeneous whole) atau keseluruhan yang homogeny serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh.

Dari konsep ini, maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini maka etika bisnis menjadi terpadu, vertical maupun horizontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam yang homogeny tidak mengenal kekusutan dan keterputusan.

Berdasarkan aksioma ini maka pengusaha muslim dalam melakukan aktivitas maupun entitas bisnisnya tidak melakukan paling tidak tiga hal: Pertama, diskriminasi diantara pekerja, penjual, pembeli, mitra kerja atas dasar pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin atau agama. Kedua, terpaksa atau dipaksa melakukan praktek-praktek mal bisnis karena hanya Allah-lah yang semestinya ditakuti dan dicintai. Oleh karena itu, sikap ini akan terefleksikan dalam seluruh sikap hidup dalam berbagai dimensinya. Ketiga, menimbun kekayaan atau serakah, karena hakikatnya merupakan amanah Allah.

Berdasarkan uraian di atas yang terjadi di Warung Kopi milik Bapak Muhaimin, pemasaran tersebut cenderung terjadi kepada semua konsumen yang hendak datang ke warung, baik konsumen yang dari luar Desa ataupun dari wilayah setempat sendiri. Jadi pemasaran di warung kopi milik Bapak Muhaimin dilihat dari aspek konsep pemasaran tidak ada unsur dreskiminasi dan tidak ada unsur pemaksaan dalam jual beli, sehingga tidak bertentangan dengan aksioma etik kesatuan karena pemasaran berlaku kepada semua konsumen yang hendak datang tanpa memilah-milah.

2. Ditinjau Dari Aksioma Keseimbangan (Keadilan) dan Kebenaran (kebijakan dan kejujuran)

Keseimbangan (equilibrium) atau keadilan menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam yang berhubungan dengan keseluruhan harmoni pada alam semesta. Equilibrium (keseimbangan) adalah konsep adil, dimensi horizontal, jujur dalam bertransaksi, tidak merugikan dan tidak dirugikan. Hukum dan tatanan yang kita lihat pada alam semesta mencerminkan keseimbangan yang harmonis. Tatanan ini pula yang dikenal dengan Sunatullah.

Pada Struktur Ekonomi dan bisnis, agar kualitas keseimbangan dapat mengendalikan semua tindakan manusia, maka harus memenuhi beberapa persyaratan. Pertama, hubungan-hubungan dasar antara konsumsi, distribusi, dan produksi harus berhenti pada suatu keseimbangan tertentu demi menghindari pemusatan kekuasaan ekonomi dan bisnis dalam genggamannya segelintir orang. Kedua, "keadaan" perekonomian yang tidak konsisten dalam distribusi pendapatan dan kekayaan harus ditolak karena Islam menolak daur tertutup pendapatan dan kekayaan yang semakin menyempit. Ketiga, sebagai akibat dari pengaruh sikap egalitarian yang kuat demikian, maka dalam ekonomi dan bisnis Islam tidak mengakui adanya baik hak milik yang tak terbatas maupun sistem pasar bebas yang tak terkendali.

Dari sikap kebenaran, kebajikan (kesukarelaan) dan kejujuran maka suatu bisnis secara otomatis akan melahirkan persaudaraan. Persaudaraan,

kemitraan antara pihak yang berkepentingan dalam bisnis yang saling menguntungkan, tanpa adanya kerugian dan penyesalan sedikitpun. Bukan melahirkan situasi dan kondisi permusushan dan perselisihan yang diwarnai dengan kecurangan. Dengan demikian kebenaran, kebajikan, dan kejujuran dalam semua proses bisnis akan dilakukan pula secara transparan dan tidak ada rekayasa.

Pengejawantahan aksioma kebenaran dengan dua makna kebajikan dan kejujuran secara jelas telah diteladankan oleh Nabi Muhammad SAW yang juga merupakan pelaku bisnis yang sukses. Dalam menjalankan bisnisnya, Nabi tidak pernah sekalipun melakukan kebohongan, penipuan atau menyembunyikan kecacatan suatu barang. Sebaliknya Nabi mengharuskan agar bisnis dilakukan dengan kebenaran dan kejujuran.

Berdasarkan uraian di atas bahwa pemasaran di warung kopi yang dilakukan pemilik warung kopi ataupun karyawannya terkait dengan fasilitas Wifi diharuskan tertera secara jelas baik itu dari menu pelayanan atau fasilitas Wifi. Maka hal ini menyebabkan salah satu pihak yakni konsumen merasa tertindas atau dirugikan. Jadi, pemasaran di warung kopi milik Bapak Muhaimin tidak sesuai dengan etika bisnis, Karena kurang jelasnya dalam pemasaran sehingga konsumen seringkali merasa tidak ridho dan menyebabkan hilangnya persaudaraan (ukhuwah), serta persatuan antar pelaku bisnis, sehingga hal ini bertentangan dengan aksioma keseimbangan ataupun keadilan.

### 3. Ditinjau Dari Aksioma Pertanggungjawaban

Aksioma pertanggungjawaban ini secara mendasar akan mengubah perhitungan ekonomi dan bisnis karena segala sesuatunya harus mengacu pada keadilan. Dan Islam melarang semua transaksi alegotoris yang dicontohkan dengan istilah *ghoror* (ketidakpastian).

Berdasarkan paparan di atas pemasaran di warung kopi terkait kurang jelasnya dalam penggunaan berbagai fasilitas terhadap konsumen, dilihat dari strategi pemasarannya dapat dikatakan bertentangan dengan etika bisnis Islam, karena pihak pemilik warung ataupun karyawannya seakan-akan menyembunyikan hal ini dari para konsumen, sehingga dapat menimbulkan *gharar* atau ketidakpastian setelah akad pembayaran terjadi. Jadi, pemasaran di warung kopi milik Bapak Muhaimin tidak sesuai dengan etika bisnis, karena mereka tidak pernah menjelasakn secara gamblang atau jelas kepada konsumen terkait dengan berbagai fasilitas yang sebenarnya tujuannya untuk menarik konsumen atau sebagai setrategi pemasaran.

#### 4. Kehendak Bebas

Kebebasan dalam prespektif ushul fiqh berarti bahwa dalam mu'amalah, Islam membuka pintu seluas-luasnya, dimana manusia bebas melakukan apa saja sepanjang tidak ada nash yang melarangnya. Aksioma ini didasarkan pada kaidah, pada dasarnya dalam muamalah segala sesuatu dibolehkan sepanjang tidak ada dalil yang melarangnya.

Berdasarkan aksioma kehendak bebas ini, manusia di dalam berbisnis mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian, termasuk

menepati atau mengingkarinya. Dalam masalah perjanjian, baik perjanjian kesetiaan kepada Allah maupun perjanjian yang dibuatnya dalam pergaulan sesama (kehidupan), manusia harus dapat memenuhi semua janji-janji tersebut.

Berdasarkan paparan di atas pemasaran di warung kopi Desa Campurejo Kecamatan Sambit, untuk mendapat keuntungan yang Banyak Bapak Muhaimin dan pelayannya melakukan pemasaran yang tujuannya sebagai daya tarik konsumen. Jadi etika bisnis yang dilakukan oleh Bapak Muhain dan pelayannya dari segi visi dan misi pemasaran tidak bertentangan dengan aksioma etik kehendak bebas atau *ikhtiyar*. Karena mereka berikhtiyar melakukan pemasaran supaya dapat menarik simpatik kosumen sehingga mendapatkan keuntungan yang banyak.

## **B. Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Penetapan Harga Warung Kopi Di Desa Campurejo Kecamatan Sambit**

Pada dasarnya Islam menganut sistem ekonomi pasar bebas. Tingkat harga diserahkan pada kekuatan penawaran dan permintaan. Dalam keadaan pasar berjalan secara alami ini pemerintah tidak dibenarkan campur tangan dalam mekanisme pasar. Seperti yang disenyalir dalam hadist riwayat Bukhari dan Muslim bahwa penentu harga itu adalah Allah SWT, maksudnya diserahkan pada penawaran dan permintaan. Namun, apabila harga barang di pasar tidak lagi ditentukan oleh kekuatan penawaran dan permintaan, seperti melonjaknya harga suatu barang disebabkan oleh hilangnya barang dipasaran

karena ikhtikar (penimbunan barang komoditi tertentu yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat), atau kenaikan harga suatu barang disebabkan oleh ketiadaan barang komoditi karena bencana alam. Dalam keadaan seperti ini, menurut Ibn Taimiyyah, pemerintah dapat melakukan intervensi pasar dalam rangka melakukan regulasi harga. Karena harga yang adil terbentuk atas dasar *antaradin* semua pihak. Intervensi harga dilakukan adalah untuk kemaslahatan, yakni memenuhi kebutuhan dasar penduduk dan untuk memelihara kejujuran para pedegang (pelaku usaha).

Berdasarkan penelitian tidak ada daftar menu yang di paparkan di warung kopi tersebut. Namun, penetapan harga langsung terjadi ketika hendak membayar setelah selesai. Dan Harga di warung kopi tersebut cenderung naik, seperti harga satu gelas Kopi Hitam dalam cangkir yang biasanya hanya Rp. 1.000,- di warung tersebut bisa Rp. 2.000,- sampai Rp. 5.000,-, sedangkan harga kopi hitam dalam gelas bisa mencapai Rp. 7.000,- sampai Rp. 10.000,-. Begitu pula pada menu minuman yang lainnya cenderung naik juga, berdasarkan penelitian secara langsung harga Es Teh dalam gelas besar mencapai harga Rp. 6.000,- sedangkan pada warung umumnya hanya Rp. 2000,- atau Rp. 2.500,-.

Dan hal itu terjadi juga pada menu makanan ringan yang disajikan di warung tersebut juga cenderung naik, seperti harga satu biji gorengan tempe, pisang goreng Rp. 1.000,- sampai Rp. 2.000,-, nasi kucing di warung tersebut harganya Rp. 4.000,- sedangkan di warung pada umumnya Rp. 2.500,-. Dan

sedangkan ukuran besar kecilnya gorengan di warung tersebut sama dengan di warung-warung pada umumnya.

Di karenakan pada warung tersebut tidak daftar menu yang terpasang, maka secara otomatis konsumen yang hendak melakukan pemesanan menu lebih terdahulu tanya kepada pelayan, dan di sini pelayan sendiri hanya memberitahu secara lesan menu yang tersedia di warung tersebut tanpa menyebutkan harga.

Dan pembayaran di warung tersebut secara cash, setelah konsumen selesai secara langsung melakukan pembayaran setelah memberi keterangan berapa banyak menu yang di konsumsinya. Di sini, menurut Mas Irwan ketika hendak membayar terkadang menunjukkan harga jajanan yang yang di konsumsi. Dan berdasarkan keterangan konsumen lain juga sering terjadi ketika hendak melakukan pembayaran pelayan secara langsung memberikan jumlah total atas jajan yang di konsumsinya tanpa menjelaskan harga persatuannya.

#### 1. Ditinjau dari segi aksioma etik kesatuan

Kesatuan di sini adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial, menjadi suatu (homogeneous whole) atau keseluruhan yang homogeny serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh.

Dari konsep ini, maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini

maka etika bisnis menjadi terpadu, vertical maupun horizontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam yang homogeny tidak mengenal kekusutan dan keterputusan.

Berdasarkan aksioma ini maka pengusaha muslim dalam melakukan aktivitas maupun entitas bisnisnya tidak melakukan paling tidak tiga hal: Pertama, diskriminasi diantara pekerja, penjual, pembeli, mitra kerja atas dasar pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin atau agama. Kedua, terpaksa atau dipaksa melakukan praktek-praktek mal bisnis karena hanya Allah-lah yang semestinya ditakuti dan dicintai. Oleh karena itu, sikap ini akan terefleksikan dalam seluruh sikap hidup dalam berbagai dimensinya. Ketiga, menimbun kekayaan atau serakah, karena hakikatnya merupakan amanah Allah.

Berdasarkan paparan di atas, penetapan harga yang terjadi di warung kopi milik Bapak Muhaimin yang cenderung naik berlaku untuk semua konsumen, karena dengan tujuannya untuk mendapatkan keuntungan yang banyak. Jadi, hal ini sesuai dengan aksioma etik kesatuan karena dalam penetapan harga berlaku untuk semua konsumen yang datang, sehingga tidak ada unsur deskriminasi terhadap antar konsumen karena diberlakukan yang sama.

2. Ditinjau Dari Aksioma Keseimbangan (Keadilan), Kebenaran (kebijakan dan kejujuran) dan Pertanggungjawaban

Sifat keseimbangan atau keadilan bukan hanya sekedar karakteristik alami, melainkan merupakan karakteristik dinamis yang harus

diperjuangkan oleh setiap muslim dalam kehidupannya. Kebutuhan akan sikap keseimbangan atau keadilan ini ditekankan oleh Allah dengan menyebut umat Islam sebagai *ummatan wasathan*. *Ummatan wasathan* adalah umat yang memiliki kebersamaan, kedinamisan dalam gerak, arah dan tujuannya pembenar. Dengan demikian keseimbangan, kebersamaan, kemoderatan merupakan prinsip etis mendasar yang harus ditetapkan dalam aktivitas maupun entitas bisnis.

Pada Struktur Ekonomi dan bisnis, agar kualitas keseimbangan dapat mengendalikan semua tindakan manusia, maka harus memenuhi beberapa persyaratan. Pertama, hubungan-hubungan dasar antara konsumsi, distribusi, dan produksi harus berhenti pada suatu keseimbangan tertentu demi menghindari pemusatan kekuasaan ekonomi dan bisnis dalam genggamannya segelintir orang. Kedua, "keadaan" perekonomian yang tidak konsisten dalam distribusi pendapatan dan kekayaan harus ditolak karena Islam menolak daur tertutup pendapatan dan kekayaan yang semakin menyempit. Ketiga, Sebagai akibat dari pengaruh sikap egalitarian yang kuat demikian, maka dalam ekonomi dan bisnis Islam tidak mengakui adanya baik hak milik yang tak terbatas maupun sistem pasar bebas yang tak terkendali. Perilaku keseimbangan dan keadilan dalam bisnis secara tegas dijelaskan dalam konteks perbendaharaan bisnis (klasik) agar pengusaha muslim menyempurnakan takaran bila menakar dan menimbang dengan neraca yang benar, karena hal itu merupakan perilaku yang terbaik dan membawa akibat yang baik pula.

Kebenaran adalah nilai kebenaran yang dianjurkan dan tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku yang benar, yang meliputi proses akad (transaksi), proses mencari atau memperoleh komoditas, proses pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan margin keuntungan (laba).

Kebijakan adalah sikap Ihsan, benevolence yang merupakan tindakan yang memberi keuntungan bagi orang lain. Dalam pandangan Islam sikap ini sangat dianjurkan.

Dari sikap kebenaran, kebajikan (kesukarelaan) dan kejujuran maka suatu bisnis secara otomatis akan melahirkan persaudaraan. Persaudaraan, kemitraan antara pihak yang berkepentingan dalam bisnis yang saling menguntungkan, tanpa adanya kerugian dan penyesalan sedikitpun. Bukan melahirkan situasi dan kondisi permusushan dan perselisihan yang diwarnai dengan kecurangan. Dengan demikian kebenaran, kebajikan, dan kejujuran dalam semua proses bisnis akan dilakukan pula secara transparan dan tidak ada rekayasa.

Dalam bidang ekonomi dan bisnis, aksioma ini dijabarkan menjadi suatu pola perilaku tertentu. Karena manusia telah menyerahkan suatu tanggung jawab yang tegas untuk memperbaiki kualitas lingkungan ekonomi dan sosial, maka perilaku konsumsi seorang tidak sepenuhnya bergantung kepada penghasilannya sendiri, ia juga harus menyadari tingkat keberhasilan dan konsumsi berbagai anggota masyarakat yang lain.

Dalam aksioma pertanggungjawaban ini secara mendasar akan mengubah perhitungan ekonomi dan bisnis karena segala sesuatunya harus mengacu pada keadilan. Dan Islam melarang semua transaksi alegotoris yang dicontohkan dengan istilah *gharar*. Sedangkan Ibn Taimiyyah menyatakan *al-gharar* ialah, “apabila suatu pihak mengambil haknya dan satu pihak lagi tidak menerima apa yang sepatutnya dia dapat”.

Berdasarkan uraian di atas penetapan harga menu di warung kopi yang dilakukan Bapak Muhaimin dan karyawannya, di mana memasukkan fasilitas warung ke harga menu yang dikonsumsi konsumen dan cenderung harga melambung naik, sehingga banyak konsumen yang terutama tanpa sengaja datang ke warung tersebut yang mengeluh dengan hal ini. Dan juga terjadinya *gharar* dalam pembayaran karena dalam menetapkan harga, karyawan atau penjual warung kopi tersebut cenderung kurang jelas, karena seringkali langsung menetapkan totalitas biaya yang dikonsumsinya dan tidak menjelaskan bahwa mengenai fasilitas masuk ke dalam harga menu yang di konsumsi oleh pembeli.

Jadi, penetapan harga di warung kopi milik Bapak Muhaimin bertentangan dengan etika bisnis Islam yaitu tidak sesuai dengan aksioma kebenaran yang di dalamnya terdapat unsur kejujuran dan kebijakan. Di mana penjual melakukan penetapan harga tidak pernah menginformasikan atau memberitahu sebelumnya kepada konsumen terkait adanya kebijakan dimasukkannya biaya fasilitas yang ada di warung tersebut, dan hendak ketika pembayaran penjual juga tidak menjelaskan adanya hal tersebut, dan

hal ini tidak sesuai dengan unsur kejujuran. Selain itu, dengan penetapan harga yang sedemikian menyebabkan hilangnya unsur ridho dari para konsumen karena adanya unsur keterpaksaan dan hal ini bertentangan dengan unsur kebijakan.

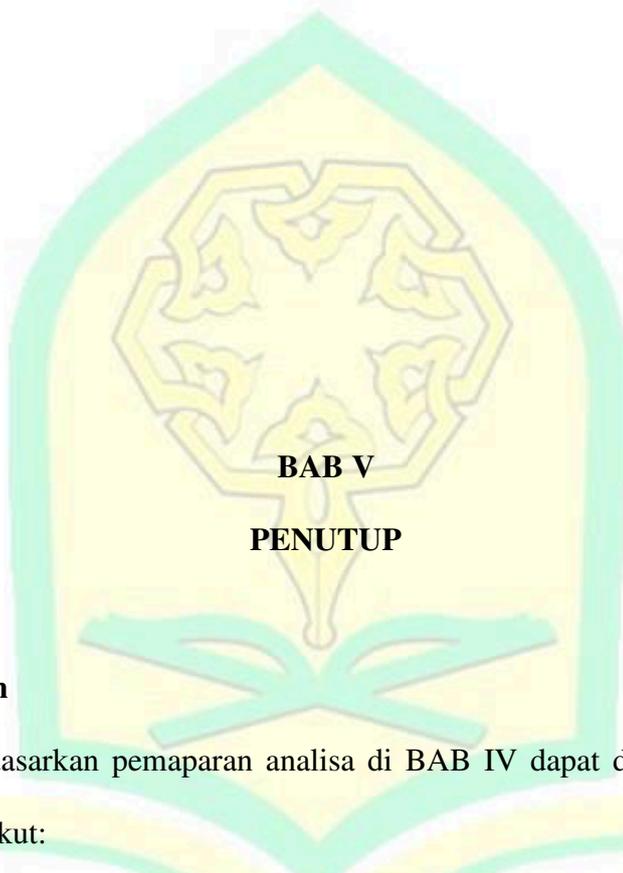
### 3. Ditinjau Dari Aksioma Kehendak Bebas

Berdasarkan aksioma kehendak bebas ini, manusia di dalam berbisnis mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian, termasuk menepati atau mengingkarinya. Dalam masalah perjanjian, baik perjanjian kesetiaan kepada Allah maupun perjanjian yang dibuatnya dalam pergaulan sesama (kehidupan), manusia harus dapat memenuhi semua janji-janji tersebut.

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif atau orang lain. Kepentingan individu dibuka lebar, tidak adanya batasan bagi seseorang untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Kecenderungan manusia untuk terus menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tidak terbatas dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya.

Bahwa penetapan harga di warung kopi yang dilakukan Bapak Muhaimin dan dua karyawannya cenderung bebas dan tersembunyi, seperti memasukkan biaya fasilitas warung ke dalam harga menu, karena mereka berprinsip mengambil keuntungan yang banyak. Jadi, penetapan harga di warung kopi tersebut bertentangan dengan etika bisnis Islam yaitu tidak

sesuai dengan aksioma kehendak bebas, dimana pemilik warung kopi terlalu bebas dalam mengambil atau mencari keuntungan tanpa memperdulikan syariah Islam yang sebagai batasannya.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pemaparan analisa di BAB IV dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pemasaran warung kopi di Desa Campurejo Kecamatan Sambit Kabupaten Ponorogo, berdasarkan aksioma etik kesatuan dan kehendak bebas tidak bertentangan dengan etika bisnis, karena dalam melakukan pemasaran berlaku untuk semua konsumen dan mereka mempunyai kehendak berdasarkan tujuannya pemasaran yaitu menarik simpatik konsumen tanpa deskriminasi. Sedangkan, berdasarkan aksioma etik Keseimbangan, Kebenaran dan pertanggungjawaban bertentangan dengan etika bisnis karena dalam melakukan pemasaran cenderung kurang transparan

terutama pada harga dan beberapa fasilitas di warung kopi tersebut sehingga dapat merugikan konsumen yang datang ke warung tersebut.

2. Penetapan harga warung kopi di Desa Campurejo Kecamatan Sambit Kabupaten Ponorogo, berdasarkan aksioma etik kesatuan tidak bertentangan dengan etika bisnis, karena dalam penetapan harga yang cenderung naik berlaku untuk semua konsumen, sehingga tidak ada unsur deskriminasi. Sedangkan, berdasarkan etika bisnis Islam yaitu dari segi aksioma keseimbangan, kebenaran, pertanggungjawaban dan kehendak bebas bertentangan dengan etika bisnis. Karena pihak pemilik warung kopi ataupun pelayannya memasukan biaya fasilitas dan sistem pemasaran ke dalam harga menu Rp 64 kopi tersebut. Sedangkan dalam penetapan harga tidak transparan dan cenderung menyebutkan totalitas dari banyaknya biaya yang dikonsumsi, tanpa menjelaskan persatuannya. Dengan hal ini, konsumen banyak yang merasa dirugikan.

## **B. Saran**

1. Dalam melakukan pemasaran, hendaknya dilakukan secara transparan dan jujur terhadap konsumen, mulai dari sistem pemasarannya sampai harga menu ataupun fasilitas yang disediakan tersebut untuk konsumen atau untuk kalangan sendiri.
2. Dalam melakukan penetapan harga, hendaknya diperjelaskan dari persatuan menu yang dikonsumsi. Sehingga, konsumen mengerti secara jelas, meskipun harga cenderung naik melebihi standarnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchori. Priasa, Junia, Donni. *Manajemen Bisnis Syari'ah*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Abdurahman, Dudung. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Kurnia Kalam Semesta, 2003.
- Anoraga, pandji. *Pengantar Bisnis Pengelolaan Bisnis Dalam Era Globalisasi*. Jakarta: PT.Rineka Cipta, 2007.
- Badroen, faisal. *Etika Bisnis Islam*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Beekun, Isa, Rafik. *Etika Bisnis islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007.
- Buchori, Andi. Rivai Veithzal. *Mengislamkan Ekonomi Masyarakat dan Memasyarakatkan Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: raja Grafindo, 2012.
- Brannen Julia. *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2002.
- Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penterjemah Al-Qur'an, 1979.
- Dja'far, Muhammad. *Agama Etika dan wacana Menuju pengembangan Ekonomi Rabbaniyah*. Malang: Malang Press, 2007.
- Dalam Praktik. Jakarta: Gema Insani Press, 2003. Furchan, Arief. Maimun Agus. *Studi Tokoh Metodologi Penelitian Mengenai Tokoh*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005.
- Hafifuddin, Didin. *Manajemen Syari'ah Dalam Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press, 2003.
- Hamidy, muamal. *Terjemahan Nailul Author Himpunan Hadis-Hadis Hukum Jilid 6*. Surabaya: PT. Bina Ilmu, 1993.
- Imaniyati, Sri, Neni. *Hukum Ekonomi Islam dalam Perkembangan*. Bandung: Mandar maju, 2002.

- Kurniafi, Wawan. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Kayu di UD. Jati Makmur Desa Rejosari Kecamatan Kebonsari Kabupaten Madiun. Skripsi, STAIN Ponorogo, 2014.
- Muhammad. *Paradigma, Metodologi dan Aplikasi Ekonomi Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- M, Al-arif, Rianto, Nur. *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*. Solo: PT. Era Adicitra Indonesian, 2011.
- Muhammad. Fauroni, Lukman. *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*. Jakarta: Salemba Diniyah, 2002.
- Naqqwi, Haider, Syed, Nawab. *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*, Terj. Saiful Anam, Muhammad Ufuqul Mubin. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.
- Nasution, S. *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Transito, 1996.
- Pangestuti, Wahyu. *Tinjauan Fiqh Terhadap Piutang Bersyarat*. Skripsi, STAIN Ponorogo, 2010.
- Qori'atul Khasanah. *Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Pedagang Asongan di Terminal Bungurasih Surabaya*. Skripsi, STAIN Ponorogo, 2016.
- Ratnasari, Dwi, Aryunita. *Tinjauan Etika Bisnis Terhadap Praktek Sewa di Warnet Zakki Ponorogo*. Skripsi, STAIN Ponorogo, 2016.

