

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA PELAYANAN  
PENJUALAN DI BINTANG SWALAYAN JIMBE**

**SKRIPSI**



Oleh:

**Alvina Nurcahyani**

NIM. 401200009

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO  
2024**

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA PELAYANAN  
PENJUALAN DI BINTANG SWALAYAN JIMBE**

**SKRIPSI**

Diajukan  
untuk memenuhi salah satu persyaratan  
dalam menyelesaikan Program Sarjana Ekonomi



Oleh:

**Alvina Nurcahyani**

NIM. 401200009

Pembimbing:

**Unun Roudlotul Janah, M.Ag.**

NIP. 197507162005012004

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

**202**

## ABSTRAK

Nurchayani, Alvina. *IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA PELAYANAN PENJUALAN DI BINTANG SWALAYAN JIMBE*. Skripsi. 2024. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Dosen pembimbing:Unun Roudlotul Janah, M.Ag

**Kata Kunci:***Implementasi, Etika Bisnis Islam, Pelayanan, Penjualan, Bintang Swalayan*

Penerapan etika bisnis Islam yang dilakukan pada pelayanan penjualan Bintang Swalayan Jimbe Jenangan belum maksimal. Problematika seperti, pelayanan yang tidak ramah, tidak memberikan pelayanan kepada pelanggan sesuai kebutuhan, dan kurang berkomunikasi sehingga, tidak sesuai dengan etika bisnis Islam. penyimpangan tersebut membuat konsumen merasa tidak puas.

Pendekatan penelitian adalah kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*Field Riset*). Selanjutnya dapat diidentifikasi sebagai studi kasus. Teknik pengumpulan data berupa, observasi, wawancara, dokumentasi. Teknik analisis data adalah analisis deskriptif kualitatif untuk mengeksplorasi data. Adapun wawancara dalam penelitian ini dilakukan kepada Kepala dan karyawan Bintang Swalayan Jimbe Jenangan, Ponorogo.

Penerapan etika bisnis Islam pada pelayanan penjualan di Bintang Swalayan Jimbe Jenangan Ponorogo telah berhasil dilaksanakan. Karyawan memahami secara mendasar apa yang dimaksud dengan etika bisnis islam. Adapun konsep pelaksanaan sebagai berikut; Pertama, tabligh yang dilakukan guna untuk menerapkan rasa tanggung jawab, kejujuran, dan mengedepankan akhlak dengan komunikasi yang baik kepada pelanggan. Kedua, fathonah adalah mewujudkan penataan yang baik pada manajemen swalayan. Ketiga, kejujuran adalah dengan menjalankan kedisiplinan, tanggung jawab dan juga pelayanan yang baik. Keempat, adalah amanah melayani dengan responsif, dan memastikan kelayakan produk yang di jual. Penerapan etika bisnis Islam pada pelayanan penjualan di Bintang Swalayan Jimbe Jenangan Ponorogo memiliki efek yang baik tidak hanya kepada karyawan dan manajemen akan tetapi memiliki kebermanfaatan bagi masyarakat secara luas. Adapun bentuknya adalah amanah dalam tugas dan tanggung jawab yang diberikan, jujur, ramah, sopan, menjalankan ibadah sholat lima waktu, dan penerapan tanggung jawab dalam hal pelayanan yang baik kepada pelanggan. Adapun dampak penerapan etika bisnis pada keberhasilan bisnis yang ditimbulkan yaitu tabligh, amanah, shidiq, fathonah. Berbagai dampak tersebut sebenarnya erat kaitannya dengan pelaksanaan tugas dan tanggung jawab karyawan yang nantinya bisa mewujudkan keberhasilan Bisnis di Bintang Swalayan Jimbe.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Puspita Jaya, Desa Pintu, Jenangan, Ponorogo Telp. (0352) 3576565 Fax. (0352) 461893  
e-mail: febi@iainponorogo.ac.id website: www.iainponorogo.ac.id

**PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alvina Nurcahyani  
NIM : 401200009  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA PELAYANAN  
PENJUALAN DI BINTANG SWALAYAN JIMBE**

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali kegiatan tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 07 November 2024

Membuat Pernyataan

**Alvina Nurcahyani**  
NIM. 401200009



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Puspita Jaya, Desa Pintu, Jenangan, Ponorogo Telp. (0352) 3576565 Fax. (0352) 461893

e-mail: febi@iainponorogo.ac.id website: www.iainponorogo.ac.id

**LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI**

Yang bertandatangan d bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:


NO	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
I.	Alvina Nurcahyani	401200009	Ekonomi Syariah	IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA PELAYANAN PENJUALAN DI BINTANG SWALAYAN JIMBE

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

Ponorogo, 07 November 2024


Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

  
**Dr. Luhur Prasetyo.S.Ag., M.E.I**  
NIP/ 197801122006041002

Menyetujui

Dosen Pembimbing

  
**Unun Roudlotul Janah, M.Ag.**  
NIP. 197507162005012004



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Puspita Jaya, Desa Pintu, Jenangan, Ponorogo Telp. (0352) 3576565 Fax. (0352) 461893  
e-mail: febi@iainponorogo.ac.id website: www.iainponorogo.ac.id

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

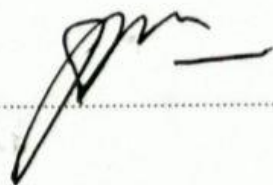
Naskah skripsi berikut ini:

Judul : IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM  
PADA PELAYANAN PENJUALAN DI  
BINTANG SWALAYAN JIMBE  
Nama : Alvina Nurcahyani  
NIM : 401200009  
Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sisang *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.

**Dewan penguji:**

Ketua Sidang :  
**Prof. Dr H.Lutfi Hadi Aminuddin., M.Ag**  
NIP. 197207142000031005

()

Penguji I :  
**Ridho Rokamah, S.Ag., MSI**  
NIP. 197412111999032002

()

Penguji II :  
**Unun Roudlotul Janah, M.Ag.**  
NIP. 197507162005012004

()

Ponorogo, 22 November 2024  
Mengesahkan,  
Dekan FEBI IAIN Ponorogo

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

## PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Alvina Nurcahyanu

NIM : 401200009

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

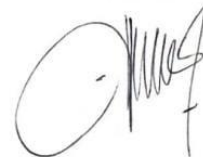
Judul Skripsi / Tesis : Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pelayanan Penjualan di Bintang Swalayan Jimbe

Menyatakan bahwa naskah skripsi/tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat di akses 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 dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 28 November 2024

Penulis



Alvina Nurcahyani

P O N O R O G O

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Perdagangan atau jual beli atau bisnis adalah salah satu kebutuhan hidup manusia. Ia selalu menyertai manusia sepanjang sejarahnya. Bisnis hadir melengkapi kebutuhan lainnya. Tidak sekedar melengkapi, tetapi sebagai salah satu kebutuhan utama.<sup>1</sup> Kelangsungan hidup sebuah perusahaan sangat tergantung pada kepuasan pelanggannya di satu sisi dan kemampuan menghasilkan laba di sisi yang lain. Jika sebuah perusahaan mampu memuaskan dalam hal pelayanan kepada pelanggannya, namun tidak mampu menghasilkan laba, akan tetap eksis dan makin berkembang. Kedua hal tersebut harus dicapai secara simultan, dan ini disadari oleh manajemen setiap perusahaan.<sup>2</sup>

Kegiatan jual beli merupakan salah satu kebutuhan masyarakat sebagai sarana dan prasarana dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Salah satu sarana tempat jual beli itu adalah pasar modern, dalam lingkungan pemasaran dapat berubah dan serba tidak pasti serta memberikan peluang dan ancaman. Seiring dengan perkembangan zaman, yang ditandai dengan perkembangan ekonomi yang sangat pesat menimbulkan persaingan bisnis

---

<sup>1</sup>Anton Ramdan, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Bee Media Indonesia, 2013), 1.

<sup>2</sup>A. Usmara, *Strategi Baru Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Amara Books, 2003), 88.



semakin tinggi. Dengan persaingan yang begitu tinggi para pelaku bisnis menggunakan segala cara untuk mendapat keuntungan bahkan para pelaku bisnis sering mengabaikan etika dalam menjalankan bisnis.<sup>1</sup>

Islam merupakan agama yang memiliki pandangan untuk menjaga hubungan antar sesama makhluk untuk memiliki rasa kasih sayang dan kepedulian. Uraian tersebut merupakan pengejawentahan dari makna rahmatan lil 'alamin.<sup>2</sup> Adapun korelasi didalamnya juga mencakup adanya tata aturan yang kemudian umum disebut sebagai etika bisnis islam, didalamnya mencakup muatan berupa nilai-nilai dan prinsip mendasar bagi manusia untuk melakukan serangkaian kegiatan bisnis (berdagang). Adapun kemudian merujuk pada pedoman yang terdapat dalam al-Qur'an yang memberikan penegasan bahwa, terdapat hubungan yang saling terkait antara keimanan dan proses manusia dalam kegiatan bisnis. Adapun penerapan dilapangan yang dapat digunakan sebagai contoh adalah kegiatan pelaku Bisnis dalam pengelolaan manajemen terhadap produk, pemasaran produk, marketing, nilai-nilai yang dipegang oleh perusahaan, Kualitas SDM, Corporate social responsibility (CSR).

Etika bisnis Islam tentunya didasarkan pada nilai-nilai yang dikandung al Qur'an dan Hadist Nabi. Teladan Rasulullah dalam berdagang kiranya dapat dijadikan acuan dalam memasarkan produk perdagangannya.

---

<sup>1</sup>Emma Mardiyah and Asep Suryanto, *Analisis Penerapan Etika Bisnis Syari'ah Di Pasar Modern Singaparna Kab. Tasikmalaya*, Fakultas Ekonomi Universitas Tasikmalaya (Tasikmalaya, 2010).

<sup>2</sup>Ahmad Mustaq, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta (Jakarta: Pustaka Al Kautsar, 2001).

Alfazalurrahman dalam buku *Muhammad Seorang Pedagang* menjelaskan beberapa kiat dan etika Rasulullah dalam membangun citra dagangnya. Pertama, penampilan dagangan yang tidak membohongi pelanggan, baik kuantitas maupun kualitas. Kedua, Pelayanan, pelayanan prima kepada pelanggan, memberi keringanan jika mengalami kesulitan. Ketiga, persuasi, yaitu menjauhi sumpah yang berlebihan dalam menjual barang. Keempat, yaitu Pemuasan, hanya dengan kesepakatan bersama, dengan suatu usulan dan penerimaan penjualan akan sempurna. Sebuah perusahaan yang berpegang teguh pada nilai-nilai bisnis islami, tentu tidak akan melakukan hal tersebut.<sup>3</sup>

Pelaksanaan etika bisnis Islam di masyarakat sangat didambakan oleh semua orang. Namun banyak pula orang yang tidak ingin melaksanakan etika secara murni. Mereka masih berbisnis melanggar perjanjian, memanipulasi dalam segala tindakan. Suatu kenyataan kita hadapi di masyarakat perilaku yang menyimpang dari ajaran agama yang berakibat terhadap merosotnya etika dalam bisnis Islam. Tumbuh gejala kurang rasa solidaritas, tanggung jawab sosial dan tingkat kejujuran, saling curiga, sulit percaya kepada seorang pengbisnis lain jika berhubungan untuk pertama kali. Kepercayaan baru terbentuk jika sudah terjadi transaksi beberapa kali. Namun ada saja yang mencari peluang untuk menipu.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup>Alfazalurrahman, *Muhammad Sebagai Seorang Pedagang* (Jakarta: Yayasan Swarna Bhumi, 1997), 286.

<sup>4</sup>Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syari'ah* (Bandung: Alfabeta, 2008), 198–99.

Terdapat kasus yang marak terjadi diakibatkan ketiadaan transparansi dan pelayanan yang memberikan klarifikasi terhadap kadaluarsa pada produk yang mereka jual. Hal ini ditemukan di Surabaya pada salah satu minimarket yang terlihat menjual produk kadaluarsa yang kemudian hanya diam tanpa memberikan jawaban apapun setelah dimintai penjelasan.<sup>5</sup> Kasus selanjutnya terjadi di Jakarta yang dilakukan oleh karyawan Mixue kepada pelanggan. Karyawan tersebut memberikan pelayanan tidak ramah dengan membentak pelanggan dikarenakan memprotes produk yang diberikan untuknya tidak sesuai.<sup>6</sup> Melihat kasus pelaku bisnis yang bermasalah tersebut tidak hanya dapat merugikan konsumen namun akan memunculkan persepsi negatif masyarakat terhadap citra bisnis tersebut. Oleh karena itu pelaku bisnis perlu menerapkan etika bisnis Islam pada pelayanan penjualan yang dilakukan agar dapat menghindarkan dari praktik penyelewengan dan pengelolaan bisnis yang melanggar nilai etis.

Motivasi amat diperlukan seorang pebisnis untuk mencapai kesuksesan usaha agar mampu menciptakan suatu keinginan bekerja keras dan giat, berprestasi serta sukses. Sebuah usaha bisa meraih keberhasilan usaha jika terjadi peningkatan jumlah penjualan, meningkatnya hasil produksi, profit atau keuntungan mengalami penambahan, perkembangan dan pertumbuhan

---

<sup>5</sup>Arum Puspita, "Akhir Kisah Emak-Emak Labrak Karyawan Minimarket Diduga Jual Produk Kadaluarsa," *Surya.Co.Id*, 2024, <https://surabaya.tribunnews.com/2024/01/10/akhir-kisah-emak-emak-labrak-karyawan-minimarket-diduga-jual-produk-kadaluarsa-ini-kata-manajemen>.

<sup>6</sup>Atiqa Rana, "Heboh Pengunjung Dibentak Pelayan Mixue Sampai Gemetar, Ini Kronologinya," *Detik Food*, 2023, <https://food.detik.com/info-kuliner/d-6800646/heboh-pengunjung-dibentak-pelayan-mixue-sampai-gemetar-ini-kronologinya>.

usaha bertambah cepat juga memuaskan. Salah satu usaha bisnis yang bergerak dalam bidang kosmetik amat membutuhkan upaya lebih untuk meraih keberhasilan usaha. Hal ini dikarenakan tingginya angka persaingan dalam usaha bisnis . Oleh sebab itu pengusaha harus mempunyai keyakinan atas kemampuannya untuk bisa bersaing dan dapat memenuhi kebutuhan pasar serta motivasi yang kuat guna bekerja keras agar mampu bertahan pada persaingan pasar yang kian ketat. Penerapan Etika Bisnis tentunya harus mampu dijalankan dalam pelayanan terhadap penjualan dan keberhasilan suatu usaha yang di jalankan. Tidak terkecuali dalam penerapan Etika bBisnis di Bintang Swalayan Jimbe.<sup>7</sup>

Pada dasarnya Islam telah memberikan pedoman bagaimana umatnya dapat melakukan bisnis secara proporsional dan tidak mencari keuntungan yang berlebih terhadap pejualan yang dilakukan. Sehingga hal ini, dapat memberikan jaminan kepuasan kepada pembeli ataupun konsumen jika cara-cara bisnis yang dilakukan bisa sesuai dengan pondasi aturan, baik secara prinsip agama maupun secara prinsip yang berlaku dimasyarakat. Melihat dari pernyataan tersebut apabila dikorelasikan dengan proses pelaksanaan dilapangan merupakan sesuatu yang tidak mudah. Adanya persaingan Bisnis yang semakin ketat menimbulkan upaya-upaya pelaku Bisnis untuk mengakali sistem dan berujung pada rusaknya etika dalam bisnis. Penipuan termasuk

---

<sup>7</sup>Faradiba, Sri Rahayu Tri Astuti, Analisis kualitas produk, harga, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang konsumen, Jurnal Manajemen, Vol.13, No.1, November 2013

salah satu pengabaian terhadap nilai- nilai etika bisnis Islam. Rasulullah SAW telah memberikan pedoman kedalam sebuah bentuk larangan terhadap kebohongan. Larangan bertujuan untuk meningkatkan pelayanan kepada konsumen. Penipuan atau kecurangan mungkin memiliki perbedaan dari segi bentuk dan modelnya jika dilihat dari gejala, kondisi dan proses dari satu transaksi ke transaksi yang lain. Dr Mustaq Ahmad mengatakan, para pelaku bisnis muslim diharuskan berhati- hati agar jangan sampai melakukan tindakan yang merugikan dan membahayakan orang lain, bahkan merugikan dirinya sendiri akibat tindakan-tindakannya dalam dunia bisnis.<sup>8</sup> Oleh sebab itu, ajaran islam bermaksud untuk melakukan pencegahan kepada manusia yang melakukan Bisnis agar tidak terjerumus kedalam bentuk penipuan transaksi dan proses dalam berbisnis. Suatu waktu Rasulullah melewati tumpukan buah- buahan dipasar, tatkala dia memeriksa buah- buahan itu dia dapatkan bahwa bagian bawah buah- buahan itu basah, sedangkan bagian atasnya kering. Dia memarahi orang yang menjual buah tadi seraya bersabda “ barang siapa yang menipu maka dia bukan dari golongan kami (HR muslim).<sup>9</sup>

Berdasarkan hal tersebut diatas sebenarnya pelanggan memiliki keinginan dari pengalaman yang telah didapatkan, baik secara pribadi maupun dari pihak ketiga. Apabila dalam pembelian yang dirinya lakukan menemukan bahwa, pelayanan penjualan tidak sesuai dengan apa yang telah diharapkan

---

<sup>8</sup>Mustaq, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta.

<sup>9</sup>Mohamad Zaenal Arifin, Muh Anshori, and Sekolah Tinggi Agama Islam Binamadani, “Pemasaran Syariah Dalam Perspektif Hadits Dan Aplikasinya Pada Perbankan Syariah,” *Agustus* 5, no. 2 (2022): 83–97, <https://stai-binamadani.e-journal.id/madanisyariah>.

dalam pikirannya maka, akan terjadi kekecewaan dan cenderung untuk tidak menggunakannya lagi.<sup>10</sup> Oleh sebab itu, pelaku bisnis haruslah memandang penting dengan tidak hanya memperhatikan kualitas produk semata akan tetapi, haruslah seimbang dengan melihat kualitas pelayanan penjualan karyawan mereka.

Menurut Fandy Tjiptono dalam bukunya yang berjudul *Prinsip-Prinsip Total Quality Service* mengatakan bahwa ada tiga kunci dalam memberikan layanan pelanggan yang unggul. Pertama, kemampuan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kedua, pengembangan database yang lebih akurat daripada pesaing. Ketiga, pemanfaatan informasi-informasi yang diperoleh dari riset pasar dalam suatu kerangka strategik.<sup>11</sup>

Salah satu bentuk bisnis yang sedang diminati oleh masyarakat sebagai konsumen adalah pasar modern yang berada di Desa Jimbe Kecamatan Jenangan Kabupaten Ponorogo. Trend pasar yang luar biasa didukung dengan ketersediaan produk penjualan yang maksimal sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Lokasi yang mudah dijangkau menjadi keunggulan yang positif dari adanya pasar modern Jimbe. Kemudahan berbelanja dan perilaku penjual yang ramah dan beretika menjadi kelebihan lainnya dari adanya pasar modern tersebut.

---

<sup>10</sup>Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Tiga Belas* (Jakarta: Erlangga, 2008), 54.

<sup>11</sup>Fandy Tjiptono, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service* (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), 128.

Berdasarkan fenomena yang peneliti dapatkan didalam bisnis pasar modern Bintang Swalayan bahwa terdapat perilaku menyimpang yang tidak sesuai dengan apa yang telah diterapkan dalam etika bisnis Islam. Menurut pengamatan sementara yang dilakukan penulis kepada Bintang Swalayan bahwa karyawan tidak ramah kepada pelanggan dan cenderung tidak memiliki semangat dalam melakukan pelayanan. Adanya beberapa produk yang cacat dan memiliki tanggal yang sudah lewat untuk dikonsumsi ketika dimintai penjelasan karyawan hanya mengambil barang yang baru tanpa memberikan kejelasan apapun. Hal lain yang ditemukan adalah karyawan asyik berdialog dengan temanya padahal konsumen telah menunggu untuk dilayani. Sementara karyawan dibagian pramuniaga mereka cenderung menjawab singkat dan tidak ramah apabila ditanya oleh pelanggan yang membutuhkan petunjuk sebelum membeli produk. Tak jarang karyawan tidak mau melayani pelanggan untuk menunjukkan dimana produk yang dicari.

Penyimpangan-penyimpangan yang terjadi tersebut tidak sesuai dengan etika bisnis Islam. Etika bisnis Islam merupakan perilaku etis bisnis (*akhlaq al islamiyah*) yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah dengan mengedepankan aturan halal dan haram. Secara lebih mendalam perilaku etis merupakan perilaku yang senantiasa berada di jalan Allah Swt. dan menjauhi segala larangannya. Adapun dalam Islam hal ini tercantum dengan jelas bahwa perilaku bisnis (*berniaga*) hendaknya sesuai dengan ketentuan yang ada didalam Al-Qur'an dan Al-Hadist (perilaku rasul). Para pelaku bisnis hendaknya menerapkan perilaku etis seperti menjaga kualitas pelayanan

penjualan dengan kepercayaan, keadilan, dan kejujuran dalam proses Bisnis yang dilakukan sehari-hari.<sup>12</sup>

Berdasarkan penelitian tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian secara mendalam dengan judul **“IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA PELAYANAN PENJUALAN DI BINTANG SWALAYAN JIMBE Jenangan Ponorogo.”**

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas dapat ditemukan beberapa rumusan masalah, diantaranya:

1. Bagaimana penerapan etika bisnis islam pada pelayanan penjualan di Bintang Swalayan Jimbe Jenangan Ponorogo?
2. Bagaimana dampak penerapan etika bisnis islam pada pelayanan penjualan terhadap keberhasilan bisnis di Bintang swalayan Jimbe?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan dari penelitian ini dapat dirumuskan, sebagaimana berikut:

1. Untuk menganalisis penerapan etika bisnis islam pada pelayanan penjulaandalam pengelolaan Bintang Swalayan Jimbe Jenangan Ponorogo.

---

<sup>12</sup>Fitri Amalia, “Etika Bisnis Islam : Konsep Dan,” *Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Bisnis Kecil* 6, no. 1 (2014): 118, <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/30987>.



2. Untuk menganalisis Dampak penerapan etika bisnis islam pada pelayanan penjualan terhadap keberhasilan bisnis di Bintang swalayan Jimbe.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### 1. Manfaat Teoritis

Adapun manfaat teoritis dari penelitian tersebut adalah sebagai berikut sebagai sarana untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan khususnya Mengimplementasi etika bisnis Islam padapelayanan penjuaaalan terhadap keberhasilan bisnis di Bintang Swalayan Jimbe Jenangan.

##### 2. Manfaat Praktis

###### a. Bagi Masyarakat

Sebagai pemasukan pemahaman kepada masyarakat tentang pengetahuan bisnis islam, agar masyarakat dapat mengetahui manfaat dari penerapan etika bisnis islam dan sebagai tambahan bahan acuan pengetahuan tentang dunia etika bisnis islam.

###### b. Bagi Bintang Swalayan Jimbe Jenangan

Dapat menjadi tolak ukur penerapan etika bisnis yang dilakukan dan evaluasi pengelolaan agar lebih baik lagi kedepannya.

###### c. Bagi Peneliti

Dengan penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber informasi dan pengalaman bagi penelitian-penelitian selanjutnya termasuk obyek bahasan yang menarik dalam ekonomi syariah.

## E. Studi Penelitian Terdahulu

Berdasarkan hasil eksplorasi terhadap penelitian-penelitian terdahulu melalui internet atau website, penulis menemukan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini. Meskipun terdapat keterkaitan pembahasan dengan indikasi yang jelas, penelitian ini masih sangat berbeda dengan penelitian terdahulu. Adapun beberapa penelitian terdahulu sebagai berikut:

Skripsi Siti Aisah dalam penelitiannya Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Pemasaran Produk Mitra Iqro' di Asuransi Bumiputera 1912 Syariah Yogyakarta.<sup>13</sup> Asuransi Bumiputera 1912 yang telah dikenal luas masyarakat dengan menggunakan sistem konvensional, telah membuka layanan syariah. Produk Mitra Iqro' adalah salah satu produk unggulannya, dalam penelitian ini, peneliti menekankan pada masalah penerapan etika bisnis islam pada produk Mitra Iqro'. Pada penelitian ini mempunyai kesamaan dengan penelitian penulis yaitu membahas tentang penerapan etika bisnis islam.

Skripsi Heni Agustina dalam penelitiannya Pengaruh Kegiatan Promosi Asuransi Bumiputera 1912 Syariah Yogyakarta terhadap Hasil Penjualan Suatu Produk, dilakukan dengan metode kualitatif dan dianalisis dengan menggunakan deskriptif.<sup>14</sup> Penelitian ini berBisnis mengetahui pengaruh promosi terhadap tingkat penjualan produk asuransi dan langkah-

---

<sup>13</sup>Siti Aisah, "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Pemasaran Produk Mitra Iqro Di Asuransi Bumiputera 1912 Syariah Yogyakarta" (n.d.).

<sup>14</sup>Heni Agustina, "Pengaruh Kegiatan Promosi Asuransi Bumiputera 1912 Syariah Yogyakarta Terhadap Hasil Penjualan Suatu Produk" (Universitas Islam Indonesia, n.d.).

langkahnya. Penelitian ini menyimpulkan bahwa dengan metode promosi jemput bola yaitu dari agen-agen, pengaruh promosi terhadap tingkat penjualan produk mitra iqra', mitra sakinah, mitra mabrur sangat berpengaruh signifikan. Pada penelitian ini terdapat perbedaan dengan penelitian penulis yaitu pada penelitian ini membahas tentang pengaruh kegiatan promosi sedangkan penelitian penulis membahas tentang penerapan etika bisnis. Persamaan ada pada metode penelitian yang menggunakan metode penelitian kualitatif.

Skripsi Nadia dalam penelitiannya Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Pada Industri Rumahan Kue Adee Kak Nah Di Pidie Jaya), dilakukan dengan metode kualitatif dan dianalisis dengan menggunakan deskriptif.<sup>15</sup> penelitian ini berbisnis mengetahui penerapan konsep adil, *ikhtiar*, *fardh* dan *ihsan*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Industri Rumahan Kue Adee Kak Nah sudah menerapkan konsep adil, *ikhtiar*, *fardh* dan *ihsan*. Perbedaan penelitian ini dengan skripsi di atas yaitu terletak di pembahasan penerapan konsep adil, *ikhtiar*, *fardh* dan *ihsan*. Sedangkan di penelitian penulis membahas tentang peran etika bisnis pada produk dalam pengelolaan Bintang Swalayan. Selain itu, dari segi objek penelitian juga berbeda. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis sama-sama menjadikan etika bisnis islam sebagai acuan untuk penelitian.

---

<sup>15</sup>Nadia, "Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Industri Rumahan Kue Adee Kak Nah Di Pidie Jaya)" (2020).

Skripsi Rahmat Afrizal, "Etika Bisnis Islam Perspektif Muhammad Djakfar", menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Etika Bisnis Islam menurut pandangan Muhammad Djakfar menghasilkan perpaduan norma-norma etika yang berbasiskan Al-Qur'an dan Hadis dengan ajaran kearifan local yang sarat dengan nilai-nilai kebajikan yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktifitas bisnisnya terutama terutama terhadap pedagang etnis Madura dan Minangkabau di Kota Malang.<sup>16</sup> Persamaan dengan penelitian penulis yaitu sama-sama membahas etika bisnis islam tetapi dengan perspektif yang berbeda.

Skripsi Novi Rahmadani, "Analisis Efektivitas Sistem Pengendalian Internal Atas Persediaan Barang Dagang Pada PT. Perusahaan Perdagangan Indonesia (Persero) Cabang Medan" Hasil penelitian saudara Novi Rahmadani menunjukkan bahwa pelaksanaan sistem pengendalian internal atas persediaan barang dagang pada PT. Perusahaan Perdagangan Indonesia (Persero) Cabang Medan belum dilakukan dengan efektif. Hal ini karena perusahaan tidak memiliki tempat penyimpanan yang memadai dengan banyak terjadi kerusakan dan barang kadaluwarsa di gudang, sehingga adanya kebijakan stock opname dalam menjaga ketersediaan barang dagang namun didukung dengan penggunaan kartu stock sebagai dasar pengendalian persediaan barang dagang. Dan pelaksanaan informasi dan komunikasi dan

---

<sup>16</sup>Rahmat Afrizal, "Etika Bisnis Islam Perspektif Muhammad Djakfar" (Universitas Islam Negeri Sumatra Utara Medan, 2017).

juga pemantauan di dominasi hanya oleh direktur. Sehingga saat direktur tidak ada, tidak ada yang dapat mengambil keputusan. Prosedur persediaan barang dagang terkadang tidak dilakukan sesuai dengan standarisasi tetapi prosedur persediaan barang dagang tetap dijalankan. Oleh karena itu sistem pengendalian internal belum berjalan dengan efektif dan sesuai dengan ketentuan yang ada.<sup>17</sup> Perbedaan penelitian ini dengan skripsi di atas yaitu membahas tentang efektivitas persediaan barang di PT. Perusahaan Perdagangan Indonesia (Persero) Cabang Medansedangkan dalam penelitian ini penulis membahas tentang penerapan etika bisnis pada produk dalam pengelolaan Bintang Swalayan.

Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Novita Ambasari dan Luhur Prasetyo “ Perilaku Perdagangan Di Pasar Wisata Plaosan Dalam Perspektif Etika Binis Islam”. Hasil penelitian beliau menunjukkan bahwa perilaku pedagang di Pasar Wisata Plaosan belum semuanya sesuai dengan etika bisnis islam dikarenakan kurangnya edukasi maupun informasi bagi para pedagang. Faktro yang mempengaruhi perilaku pedagang di Pasar Wisata Plaosan terdapat faktor *internal* dan *eksternal* yang sangat berpengaruh terhadap kegiatan bisnis antara penjual dan pembeli di pasar. Dampak perilaku pedagang di Pasar Wisata Plaosan terhadap kegiatan bisnis yang dapat memberikan

---

<sup>17</sup>Novi Rahmadani, “Analisis Efektivitas Sistem Pengendalian Internal Atas Persediaan Barang Dagang Pada PT. PerBisnisian Perdagangan Indnonesia (Persero) Cabang Medan” (2019).

dampak positif maupun negatif bagi pedagang sendiri maupun pembeli.<sup>18</sup> Perbedaan penelitian ini dengan jurnal diatas yaitu adanya perbedaan lokasi penelitian yang mana jurnal diatas objek penelitian di Pasar Wisata Plaosan Magetan sedangkan peneliti meneliti di Bintang Swalayan Jimbe. Persamaan penelitian ini dengan jurnal diatas yaitu menggunakan teori etika bisnis islam yang mana teori tersebut menjadi acuan untuk diteliti.

Jurnal Studi Islam Junia Farma dan Khairil Umuri “ Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Strategi Promosi Produk Asuransi Tafakul”. Hasil penelitian beliau menunjukkan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh PT. Asuransi Tafakul telah dirancang dengan baik dan sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis, walaupun promosi tidak sepenuhnya dapat dijadikan ukuran sebagai faktor keputusan peserta membeli produk asuransi, namun dengan penerapan etika bisnis islam dalam promosi di yakini mampu membawa dampak positif bagi perusahaan di kemudian hari, terutama mengundang calon peserta untuk mengambil produk asuransi.<sup>19</sup> Perbedaan penelitian ini dengan jurnal diatas yaitu membahas tentang strategi promosi sedangkan penelitian penulis membahas tentang penjualan produk dan juga adanya perbedaan tempat penelitian. Persamaan yang di miliki penelitian

---

<sup>18</sup>Novita Ambarsari and Luhur Prasetyo, “Perilaku Pedagang Di Pasar Wisata Plaosan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam,” *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* 2, no. 1 (2022): 121–38, <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v2i1.732>.

<sup>19</sup>Junia Farma and Khairil Umuri, “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Strategi Promosi Produk Asuransi Takaful,” *Cakrawala: Jurnal Studi Islam* 15, no. 1 (2020): 19–29, <https://doi.org/10.31603/cakrawala.v15i1.3268>.

penulis dengan jurnal diatas yaitu sama-sama menggunakan teori etika bisnis islam

Jurnal Perbankan dan keuangan syariah Ribut Muji Wahono dan Ely Masykuroh “ Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Daya Saing Dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Ngnajuk Yos Sudarso”. Hasil penelitian beliau menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing, kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap daya saing sebesar, inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand image*, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand image*, *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing, *brand image* tidak mampu memediasi pengaruh variabel inovasi produk terhadap daya saing, *brand image* mampu memediasi pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap daya saing.<sup>20</sup> Perbedaan penelitian ini dengan jurnal diatas yaitu terletak pada metode kuantitatif dan membahas tentang kualitas pelayanan terhadap *brand image* sedangkan penelitian penulis menggunakan metode kualitatif dan membahas tentang pelayanan penjualan terhadap keberhasilan bisnis. Persamaan penelitian jurnal diatas dengan penulis yaitu membahas pelayanan.

---

<sup>20</sup>Ribut Muji Wahono and Ely Masykuroh, “Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Daya Saing Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Nganjuk Yos Sudarso,” *Falahiya: Journal of Islamic Banking and Finance* 1, no. 2 (2022): 156–72, <https://doi.org/10.21154/falahiya.v1i2.952>.

Jurnal penelitian dan bisnis Hanifah Noor Setyawan dan Amin Wahyudi “ Tinjauan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Praktik Pemasaran Bawang Merah Di Pasar Malon Sukorejo Ponorogo”. Hasil penelitian beliau menunjukkan bahwa buka dasar, promosi mulut ke mulut, sasaran. Negosiasi, dan penentuan harga. Para pedagang sudah cukup baik melakukan hal tersebut. Sedangkan untuk teori prinsip-prinsip etika bisnis Islam, diperoleh hasil bahwa sebagian besar pedagang bawang merah di Pasar Malon ini belum sepenuhnya menerapkan prinsip tersebut, akan tetapi secara keseluruhan mereka sudah baik dalam melakukan transaksi dengan pembeli dan praktik pemasarannya. Dalam hal ini, pedagang berhasil menerapkan berbagai prinsip yaitu sesuai dengan prinsip-prinsip berdasarkan sifat Rasulullah yang sudah dilaksanakan yaitu shiddiq, tabligh, dan fathanah. Sedangkan yang belum berhasil dilakukan adalah tanggung jawab dan amanah.<sup>21</sup> Perbedaan jurnal diatas dengan penulis yaitu jurnal diatas membahas tentang pemasaran sedangkan penulis membahas tentang pelayanan penjualan terhadap keberhasilan bisnis. Persamaan penelitian diatas dengan penulis yaitu menggunakan metode kualitatif dan juga menggunakan teori etika bisnis islam.

---

<sup>21</sup>Hanifah Noor Setyawan and Amin Wahyudi, “Tinjauan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Praktik Pemasaran Bawang Merah Di Pasar Malon, Sukorejo, Ponorogo,” *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* 2, no. 2 (2022): 305–32, <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v2i2.989>.



## F. Metode Penelitian

### 1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

#### a. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini termasuk jenis penelitian data primer serta menggunakan pendekatan kualitatif dimana penelitian dilakukan secara langsung dengan pengamatan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan mengenai IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA PELAYANAN PENJUALAN DI BINTANG SWALAYAN JIMBE. Metode Kualitatif Menurut Jhon W. Creswell yang dikutip dari salah satu buku dari Hamid Patimila yang berjudul metodologi penelitian kualitatif, mendefinisikan pendekatan kualitatif sebagai sebuah proses penyelidikan untuk memahami sosial atau masalah manusia berdasarkan pada pencipta gambar holistik yang dibentuk dengan kata-kata, melaporkan pandangan informan secara terperinci, dan disusun dalam sebuah latar ilmiah.<sup>22</sup>Oleh karena itu sesuai dengan kondisi observasi, maka penelitian ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif-kualitatif. Hal tersebut dimaksud agar peneliti dapat mengetahui dan mendeskripsikan keadaan sebenarnya di lapangan

---

<sup>22</sup>Catherine Dawson, *Metode Penelitian Praktis: Sebuah Panduan*, Terj. M. Widiono (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, n.d.), 15–16.

atau tempat penelitian. Sehingga dapat mengetahui lebih jelas bagaimana penerapan etika bisnis islam pada penjualan produk.

#### b. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*fieldresearch*) penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data dari observasi, dokumentasi dan wawancara dalam mengumpulkan data untuk memberikan gambaran dalam bentuk penyajian laporan penelitian. Adapun data tersebut ada yang berasal dari pedoman wawancara, catatan lapangan, dan foto.<sup>23</sup> Peneliti menggunakan cara dengan mencari data secara lapangan di Bintang Swalayan yang dilakukan secara sistematis.

#### 2. Kehadiran Peneliti

Ciri khas penelitian kualitatif tidak dapat dipisahkan dari pengamatan berperan serta, namun peranan penelitalah yang mengupaya peran Pendidikan keluarga dan lingkungan Masyarakat terhadap akhlak remaja.<sup>24</sup>

Dalam penelitian kualitatif instrument utamanya adalah peneliti sendiri, namun selanjutnya setelah fokus penelitian menjadi jelas, maka kemungkinan akan dikembangkan instrument penelitian sederhana, yang

---

11. <sup>23</sup>Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010),

<sup>24</sup>Moleong, 164.

diharapkan dapat melengkapi data dan membandingkan dengan data yang telah ditemukan melalui observasi dan wawancara.<sup>25</sup>

Dalam hal ini, peneliti hadir secara langsung di Bintang Swalayan Jimbe Jenangan untuk melakukan penelitian. Agar peneliti mengetahui secara langsung bagaimana keadaan di lapangan yang sebenarnya.

### 3. Lokasi Penelitian

Berkaitan dengan lokasi yang dijadikan sebagai tempat berlangsungnya penelitian, maka dalam hal ini penulis memutuskan lokasi penelitian mengambil tempat di Bintang Swalayan yang beralamat di Desa Jimbe tepatnya di Jalan Raya Ngebel. Pemilihan Tempat tersebut dikarenakan penulis menemukan adanya karyawan yang melayani konsumen dengan tidak ramah. Peneliti juga menemukan bahwa, karyawan tidak melakukan tugasnya untuk melayani konsumen yang sedang membutuhkan informasi terkait dengan barang yang akan dibeli. Tidak saling tegur sapa dengan konsumen kemudian, terjadi percakapan antar karyawan pada saat melayani merupakan perilaku karyawan yang peneliti temui. Dengan adanya penyimpangan tersebut konsumen merasa tidak puas.

---

<sup>25</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Bandung, 8th ed. (Bandung: Alfabeta, 2009), 223–24.

#### 4. Data dan Sumber Data

Data yang digunakan peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli tanpa melalui perantara dan harus di olah lagi.<sup>26</sup>

Adapun data primer yang dibutuhkan oleh penulis untuk memecahkan masalah menjadi pokok pembahasan dalam penyusunan skripsi ini adalah:

- a. Data tentang penerapan etika bisnis islam pada pelayanan penjualan di Bintang Swalayan Jimbe Jenangan.
- b. Data tentang dampak penerapan etika bisnis islam pada pelayanan penjualan terhadap keberhasilan bisnis di Bintang swalayan Jimbe.

#### 5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan Bisnis-Bisnis untuk memperoleh bahanbahan keterangan serta kenyataan yang benar-benar dapat dipertanggung jawabkan. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai beriku:

- a. Observasi

Peneliti menggunakan observasi terus terang atau tersamar. Dalam hal ini, peneliti berterus-terang bahwa dirinya sedang melakukan penelitian dan hal itu diketahui oleh masyarakat atau orang

---

<sup>26</sup>V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian-Bisnis Dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustakabarupress, n.d.), 89.

yang sedang diteliti, sejak awal dari datang hingga selesainya penelitian.<sup>27</sup> Langkah observasi ini peneliti lakukan untuk mengetahui penerapan etika bisnis pada produk dalam pengelolaan Bintang Swalayan di Desa Jimbe. Pada penelitian ini peneliti melakukan observasi awal ke lokasi penelitian yaitu: Bintang Swalayan di Desa Jimbe Jenangan.

b. Wawancara

Pada teknik ini, peneliti mengadakan percakapan atau tanya jawab secara langsung kepada subjek yaitu karyawan Bintang Swalayan di Desa Jimbe.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah kegiatan pengumpulan data yang dilakukan melalui penelusuran dokumen. Teknik ini dilakukan dengan memanfaatkan dokumen-dokumen tertulis, gambar, foto, atau benda-benda lainnya yang berkaitan dengan aspek-aspek yang diteliti.<sup>28</sup>

Adapun data yang ingin digali melalui teknik dokumentasi ini dalam penelitian ini antara lain berupa:

- 1) Gambaran umum lokasi penelitian;
- 2) Biodata Bintang Swalayan yang dijadikan subjek penelitian;

---

<sup>27</sup>Afifudin and Beni Ahamad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2012), 139.

<sup>28</sup>Widodo, *Metodologi Penelitian Populer & Praktis, II* (Depok: PT. RajaGrafindo Persada, 2018), 75.

- 3) Foto-foto penelitian dan hasil wawancara; dan
- 4) Dokumentasi lain yang berkaitan dengan aspek yang ingin diteliti.

#### 6. Teknik Pengolahan Data

Data yang diperoleh baik dari lapangan maupun kepustakaan diolah melalui tiga tahapan yaitu:

- a. *Editing*, memeriksa kembali data-data yang telah ditemukan dari segi kelengkapan, kejelasan makna, keterbacaan kesesuaian dan keselarasan satu dengan yang lainnya, relevansi dan keseragaman satuan atau kelompok data.<sup>29</sup>
- b. *Organizing* menyusun data yang sekaligus mensistematis data-data yang diperoleh dalam rangka paparan yang sudah direncanakan sebelumnya sesuai dengan permasalahannya.
- c. Analisis data, analisis kelanjutan terhadap hasil kelanjutan terhadap hasil pengorganisasi masing-masing data, sehingga memperoleh kesimpulan-kesimpulan sebagai jawaban dari pernyataan rumusan masalah. Dari pertanyaan-pertanyaan rumusan masalah, dalam hal ini penulis mengumpulkan teori tentang persediaan produk.

---

<sup>29</sup>Masri Singaribuan and Sofyan Efendi, *Metode Penelitian Survey* (Jakarta: LP3IES, 1981), 191.

## 7. Analisa Data

Analisis data diperlukan beberapa tahapan untuk dilakukan, berikut tahapan-tahapan yang dijelaskan Burhan Bungin pada analisis data penelitian kualitatif.<sup>30</sup>

- a. Data *collection* adalah pengumpulan materi dengan analisis data, dimana data tersebut diperoleh selama melakukan pengumpulan data, tanpa proses pemilihan. Pada tahap ini dilakukan pengumpulan semua data yang berhubungan dengan kajian penelitian sebanyak mungkin. Dalam membantu pengelolaan data yang dibutuhkan peneliti dalam kajiannya.
- b. Data *reduction* adalah proses eliminasi data yang telah dikumpulkan untuk diklasifikasikan berdasarkan kebenaran dan keaslian data yang dikumpulkan. Dalam tahap perolehan data penulis melakukan seleksi atau pemulihan data yang relevan dan sesuai dengan kriteria data yang dibutuhkan dalam mendukung hasil penelitian.
- c. Data *display* atau penyajian data, ialah data yang dari tempat penelitian dipaparkan secara ilmiah oleh penulis dengan tidak menutup kekurangan. Hasil penelitian akan digambarkan sesuai dengan apa yang didapat dari proses penelitian tersebut.

---

<sup>30</sup>Matthew B. Miles and A. Michael Huberman, *Analisis Data Penelitian Kualitatif* (Jakarta: UI Press, 2014), 12–14.

d. Data *conclusions* atau penarikan kesimpulan dengan melihat kembali pada tahap eliminasi data dan penyajian data tidak menyimpang dari data yang diambil. Proses ini dilakukan dengan melihat hasil penelitian yang dilakukan sehingga data yang diambil sesuai dengan yang diperoleh. Perlakuan ini dilakukan agar hasil penelitian secara jelas dan benar sesuai dengan keadaan.

#### 8. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Pengabsahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik triangulasi. Triangulasi berarti melakukan pengecekan ulang dan atau semacam *check out* di atas data-data dan bahan-bahan yang telah berhasil dikumpulkan dengan tujuan untuk menjaga kebenaran atau kemurnian data.<sup>31</sup> Denzin membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori.<sup>32</sup>

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber, yaitu membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif.<sup>33</sup>

---

<sup>31</sup>Sabian Utsman, *Dasar-Dasar Sosiologi Hukum: Makna Dialog Hukum & Masyarakat*, III (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016), 386.

<sup>32</sup>Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 330.

<sup>33</sup>Moleong, 330.



Menurut Patton sebagaimana yang telah dikutip oleh Moleong juga dikutip oleh Sabian Utsman tentang keabsahan data dapat dicapai dengan jalan sebagai berikut:

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi
- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu
- d. Membandingkan keadaan dengan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.<sup>34</sup>

#### **G. Sistematika Pembahasan**

Penelitian ini terbagi menjadi 5 bab, dari per bab tersebut terdapat sub-sub bab yang menjadi rangkaian pembahasan dalam penelitian. Sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I yaitu Pendahuluan, pada bagian ini berisi penjelasan secara umum tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, studi penelitian terdahulu, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

---

<sup>34</sup>Utsman, *Dasar-Dasar Sosiologi Hukum: Makna Dialog Hukum & Masyarakat*, 386.

Bab II Kajian Teori yaitu bab ini berisi mengenai landasan teori tentang kajian etika bisnis islam, konsep implementasi bisnis, pelayanan penjualan, keberhasilan bisnis.

Bab III Paparan Data yaitu bab ini menguraikan tentang data-data yang dibutuhkan atau didapatkan dalam penelitian, mengenai profil lokasi penelitian, penerapan etika bisnis islam pada pelayanan penjualan di Bintang Swalayan dan dampak penerapan etika bisnis islam pada pelayanan penjualan terhadap keberhasilan bisnis di Bintang Swalayan. .

Bab IV Analisis Data yaitu pada bab ini menjelaskan isi pokok bagaimana dampak penerapan sistem penulis akan menjabarkan dan menganalisa hasil dari penelitiannya tentang Bagaimana etika bisnis pada pelayanan penjualan di Bintang Swalayan dan Bagaimana dampak penerapan etika bisnis islam pada pelayanan penjualan terhadap keberhasilan bisnis di Bintang Swalayan. .

Bab V ini merupakan akhir dari penulisan skripsi yang merupakan jawaban dari rumusan masalah yang berupa kesimpulan dan saran

## BAB II

### ETIKA BISNIS ISLAM PADA PELAYANAN PENJUALAN

#### A. Implementasi Etika Bisnis Islam

##### 1. Pengertian Etika Bisnis

Ekonomi Islam sebagai salah satu ilmu ekonomi terapan alternatif, memiliki cakupan dimensi yang luas dalam wilayahnya. Jika selama ini yang kita pahami bahwa Ekonomi Islam hanya berkuat pada tataran Lembaga Keuangan Syariah, maka dapat kita perluas cakrawala ekonomi Islam juga mencakup wilayah bisnis atau Bisnis. Bisnis adalah suatu kata yang populer dalam kehidupan sehari-hari. Setiap hari jutaan umat melakukan kegiatan bisnis sebagai produsen dan orang – orang lain yang bergerak dalam kegiatan bisnis berhasil membuat keuntungan dan memperbesar nilai bisnisnya yang makin lama makin meningkat. Dalam zaman modern sekarang ini dunia bisnis semakin kompleks dan membutuhkan banyak waktu bagi mereka yang ingin mempelajarinya serta mempraktekkan sampai berhasil.

Pada dasarnya kegiatan bisnis dapat dirasakan oleh semua orang, terutama dalam hal memenuhi kebutuhan hidupnya. Bisnis adalah suatu entitas ekonomi yang diselenggarakan dengan tujuan bersifat ekonomi dan sosial. Secara bahasa, bisnis mempunyai beberapa arti; Bisnis dagang, Bisnis komersial dalam dunia perdagangan atau bidang

Bisnis.<sup>1</sup> Bisnis dapat didefinisikan sebagai suatu lembaga atau kumpulan orang yang dengan kemampuan kewiraPerusahaan atau *entrepreneurship* yang dimiliki untuk bekerja sama dengan sejumlah pihak terkait dalam menggunakan dan memanfaatkan sumber daya dalam rangka menghasilkan barang dan jasa yang bernilai dan berguna untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pihak lain atau masyarakat pada umumnya.<sup>2</sup>

Bisnis berarti sejumlah total Bisnis yang meliputi pertanian, produksi, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, Bisnis jasa dan pemerintahan yang bergerak dalam bidang membuat dan memasarkan barang dan jasa ke konsumen. Istilah bisnis ini pada umumnya ditekankan pada 3 hal yaitu:

- a. Bisnis perseorangan kecil-kecilan, seperti swalayan kelontong, warung eceran.
- b. Bisnis perseorangan besar seperti pabrik, transport, surat kabar, hotel dan sebagainya.
- c. Bisnis dalam bidang struktur ekonomi suatu negara.<sup>3</sup>

Etika dalam rumusan para ahli adalah ilmu yang menyelidiki baik dan buruk dengan memperhatikan amal perbuatan manusia sejauh yang dapat diketahui oleh akal pikiran. Etika dipandang sama dengan akhlaq, karena keduanya membahas masalah baik dan buruk tingkah laku

---

<sup>1</sup>*Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Modern English Express, 1997), 265.

<sup>2</sup>Muslich, *Bisnis Syariah, Perspektif Muamalah Dan Manajemen* (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2001), 5.

<sup>3</sup>Alma Buchar, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islami*, n.d., 90.

manusia. Dalam Islam, istilah yang paling dekat berhubungan dengan istilah etika di dalam Al Qur'an adalah Khuluq.<sup>4</sup> Qur'an juga mempergunakan sejumlah istilah lain untuk menggambarkan konsep tentang kebaikan : *khyar* (kebaikan), *birru* (kebenaran), *qist* (persamaan), *'adl* (kesetaraan dan keadilan), dan *taqwa* (ketaqwaan). Tindakan yang terpuji disebut sebagai salihat dan tindakan yang tercela disebut sebagai *sayyi'at*. Dalam Qur'an kata khuluq ini disebutkan dua kali, yaitu pada surah Asy-Syu'ara ayat 137 dalam pengertian adat kebiasaan dan surah Qalam ayat 4 dalam pengertian berbudi pekerti luhur.<sup>5</sup>

Syariat islam memiliki seperangkat etika dan norma yang harus dipedomani dalam semua aktivitas kehidupan. Beberapa etika misalnya kesederhanaan, kebersihan, keadilan, keseimbangan dan lain-lain. Ringkasnya, seorang muslim dalam beraktivitas, khususnya dalam mengkonsumsi barang atau jasa, mestilah berpedoman pada etika dan norma yang telah ditetapkan oleh syariat islam. Ini artinya ia lebih mengutamakan masalah daripada mendapatkan utility untuk memenuhi keperluannya yang relatif tidak terbatas.<sup>6</sup>

Dalam wacana ekonomi Islam terdapat beberapa pandangan atau teori mendasar yang menjadi acuan berperilaku ekonomi islam, diantaranya adalah pendapat yang menyatakan bahwa masalah ekonomi

---

<sup>4</sup>Muhammad, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2001), 38.

<sup>5</sup>Departemen Agama RI, *Alquran Dan Terjemahnya* (Jakarta: PT Bumi Restu, 1978), 68:4.

<sup>6</sup>Tim Penulis MSI UII, *Menjawab Keraguan Berekonomi Syariah* (Yogyakarta: Safiria Insania Press, 2008), 57.

minimal karena sumber daya yang terbatas. Pandangan ini tidak jauh berbeda dengan pandangan ekonomi konvensional. Perbedaan hanya pada cara penyelesaiannya saja. Dalam ekonomi konvensional kegiatan ekonomi ditentukan oleh pilihan dan skala prioritas berdasarkan selera pribadi masing-masing (pilihan berdasarkan hawa nafsu). Ekonomi Islam dipandu oleh Allah swt melalui Qur'an dan Sunnah.<sup>7</sup>

Sedangkan definisi dari bisnis Islami adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan hartanya (barang atau jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram.<sup>8</sup>

## 2. Konsep Etika Dalam Bisnis

Etika bisnis adalah suatu pengetahuan tentang tata cara ideal pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma dan moralitas yang berlaku secara universal. Etika bisnis adalah seni dan disiplin dalam menerapkan prinsip-prinsip etika untuk mengkaji dan memecahkan masalah-masalah moral yang kompleks. Etika bisnis sangat dibutuhkan oleh semua pengusaha baru maupun pengusaha yang sudah lama terjun di dunia bisnis.<sup>9</sup> Tujuan etika bisnis bagi pebisnis adalah untuk mendorong kesadaran moral dan memberikan batasan-batasan bagi para

---

<sup>7</sup>Muhammad, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2004), 4.

<sup>8</sup>Muhammad and Alimin, *Etika Dan Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam* (Yogyakarta: BPFE UGM, 2005), 57.

<sup>9</sup>Muslich, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: Ekonesia, 2004), 9.

pebisnis atau pelaku bisnis untuk menjalankan *good business* dan tidak melakukan *monkey business* atau *dirty business*. Dimana, hal itu dapat merugikan banyak pihak yang terkait. Bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram).<sup>10</sup>

### 3. Etika Bisnis dalam Islam

Etika Bisnis Islam adalah suatu aplikasi amal (*akhlaq*) perbuatan yang mengatur perilaku bisnis didalam suatu aktivitas penyediaan barang atau jasa untuk mencari profit dengan membatasi kerjanya dengan cara memperoleh dan mendayagunakan hartanya sesuai dengan aturan halal dan haram (syariat islam). Etika bisnis islam dapat didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dari yang buruk.<sup>11</sup> Etika didalam Islam mengacu pada dua sumber, yaitu Al Qur'an dan Sunnah atau Hadist Nabi yang dapat dipertanggung jawakan secara ilmiah.<sup>12</sup> Landasan etika bisnis sebagai dasar penilaian baik atau buruk, benar atau salah terhadap perilaku bisnis yang dilakukan oleh manusia diukur dari bagaimana manusia mengelola sumber daya tersedia dapat berkorelasi positif, atau tidak dengan tanggung jawabnya

---

<sup>10</sup>Sony Keraf, *Etika Bisnis Tuntutan Dan Relevansinya* (Jakarta: Kanisius, 1995), 66.

<sup>11</sup>Muhammad, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004).

<sup>12</sup>Luthfi Hadi Aminuddin and Isnatin Ulfah, "Epistemology of Islam Nusantara: Transformation of Islamic Legal Thought in Nahdlatul Ulama (NU)," *Justicia Islamica* 18, no. 2 (2021): 355–74, <https://doi.org/10.21154/justicia.v18i2.3095>.

terhadap lingkungan sosial dan lingkungan fisik saja, tetapi lebih daripada itu yaitu ada pertanggungjawaban yang ditujukan terhadap pencipta sumber daya, yaitu Allah.<sup>13</sup>

#### 4. Indikator Etika Bisnis dalam Islam

Menurut Abdul Aziz, indikator etika bisnis dalam Islam adalah tauhid, khilafah, ibadah, tazkiyah, dan ihsan yaitu:<sup>14</sup>

- a. Tauhid merupakan kewajiban utama dan pertama yang diperintahkan Allah kepada setiap hamba-Nya. Namun, sangat disayangkan kebanyakan kaum muslimin pada zaman sekarang ini tidak mengerti hakekat dan kedudukan tauhid. Padahal tauhid inilah yang merupakan dasar agama kita yang mulia ini. Oleh karena itu sangatlah urgen bagi kita kaum muslimin untuk mengerti hakekat dan kedudukan tauhid.
- b. Khilafah merupakan kemampuan kreatif dan konseptual pelaku bisnis yang berfungsi membentuk, mengubah dan mengembangkan semua potensi kehidupan alam semesta menjadi sesuatu yang konkret dan bermanfaat. Kemampuan bertindak pelaku bisnis tanpa paksaan dari luar, sesuai dengan parameter ciptaan Allah. Kesiapan pelaku bisnis untuk bertanggungjawab atas dan mempertanggungjawabkan tindakannya.

---

<sup>13</sup>Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, 2004, 38.

<sup>14</sup>Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha* (Bandung: Alfabeta, 2013), 43–45.



- c. Ibadah merupakan kemampuan pelaku bisnis untuk membebaskan diri dari segala ikatan penghambaan manusia kepada ciptaan nya sendiri (seperti kekuasaan dan kekayaan). Kemampuan pelaku bisnis untuk men jadikan penghambaan manusia kepada Tuhan sebagai wawasan wawasan batin sekaligus komitmen moral yang berfungsi memberikan arah, tujuan dan pemaknaan terhadap aktualisasi kegiatan bisnisnya.
- d. Kejujuran pelaku bisnis untuk tidak mengambil keuntungan hanya untuk dirinya sendiri dengan cara menyuap, menimbun barang, berbuat curang dan menipu, tidak memanipulasi barang dari segi kualitas dan kuantitasnya. Kemampuan pelaku bisnis untuk menciptakan keseimbangan/moderasi dalam transaksi (mengurangi timbangan) dan membebaskan penindasan, misalnya riba dan memonopoli Bisnis. Kesiediaan pelaku bisnis untuk menerima pendapat orang lain yang lebih baik dan lebih benar, serta menghidupkan potensi dan inisiatif yang konstruktif, kreatif dan positif.
- e. Ihsan merupakan kesediaan pelaku bisnis untuk memberikan kebaikan kepada orang lain, misalnya menerima pengembalian barang yang telah dibeli, pembayaran utang sebelum jatuh tempo. Kebersamaan pelaku bisnis dalam membagi dan memikul beban sesuai dengan kemampuan masing-masing, kebersamaan dalam memikul tanggung jawab sesuai dengan beban tugas, dan kebersamaan dalam menikmati

hasil bisnis secara proporsional. Ihsan adalah profesionalisme yang merupakan prinsip Islam.

#### 5. Landasan Wahyu Dan Ilmu

Qur'an dan Hadist Nabi telah mewajibkan dan menganjurkan terhadap umat manusia untuk melakukan perbuatan amal shaleh, yaitu berbuat yang benar dan yang baik, yang mendatangkan manfaat positif bagi diri dan masyarakat luas. Oleh karena itu, secara implementatif dari landasan wahyu yang dipergunakan dalam perilaku manusia dalam mengelola bisnis dapat dinyatakan sebagai keshalehan individu. Dalam sejarah islam di masa Rasulullah harta menjadi amalah dominan kaum muslimin. Muslim yang melakukan jihad harta dan jiwa Allah SWT menegaskan sebagai muslim sesungguhnya.<sup>15</sup>

Dalam Al Qur'an, dapat kita temui dalil- dalil ayat yang memuat aktivitas bisnis, seperti :

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.” (Qs Al Jumuah : 10)<sup>16</sup>

أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَابَيْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ آجَلٍ مَّسْمًى فَالْكُفْبُوهُ وَأَلْيَكْتَبُوهُ بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ

أَنْ يَكْتَبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتَبْ وَلِيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلِيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسَ مِنْهُ شَيْئًا فَإِنْ كَانَ

<sup>15</sup>Khusniati Rofi'ah and Moh Munir, “Jihad Harta Dan Kesejahteraan Ekonomi Pada Keluarga Jamaah Tabligh: Perspektif Teori Tindakan Sosial Max Weber,” *Justicia Islamica* 16, no. 1 (2019): 193–218, <https://doi.org/10.21154/justicia.v16i1.1640>.

<sup>16</sup>Departemen Agama RI, *Alquran Dan Terjemahnya*, 62:10.

الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهَا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمَلَّ هُوَ فَلْيَمْلِكْ وَلِيَّهِ بِالْعَدْلِ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رَجَالِكُمْ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتْنِ مِمَّنْ تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكِّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَى وَلَا يَأْبَ الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا وَلَا تَسْمُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ آجِلِهِ دَلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا وَأَشْهَدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ وَإِنْ تَفَعَّلُوا فَإِنَّهُ فُسُوقٌ بِكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَيُعَلِّمُكُمُ اللَّهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, meka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya. Jika yang berhutang itu orang yang lemah akalnya atau lemah (keadaannya) atau dia sendiri tidak mampu mengimlakkan, maka hendaklah walinya mengimlakkan dengan jujur. Dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang-orang lelaki (di antaramu). Jika tak ada dua orang lelaki, maka (boleh) seorang lelaki dan dua orang perempuan dari saksi-saksi yang kamu ridhai, supaya jika seorang lupa maka yang seorang mengingatkannya. Janganlah saksi-saksi itu enggan (memberi keterangan) apabila mereka dipanggil; dan janganlah kamu jemu menulis hutang itu, baik kecil maupun besar sampai batas waktu membayarnya. Yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah dan lebih menguatkan persaksian dan lebih dekat kepada tidak (menimbulkan) keraguanmu. (Tulislah mu'amalahmu itu), kecuali jika mu'amalah itu perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, maka tidak ada dosa bagi kamu, (jika) kamu tidak menulisnya. Dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli; dan janganlah penulis dan saksi saling sulit menyulitkan. Jika kamu lakukan (yang demikian), maka sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada dirimu. Dan bertakwalah kepada Allah; Allah mengajarmu; dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu.” (Qs Al Baqarah : 282)<sup>17</sup>

<sup>17</sup>Departemen Agama RI, 87:282.

وَأَقِيمُوا آلُوزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تَخْسِرُوا الْمِيزَانَ

Artinya: “Dan tegakkanlah timbangan itu dengan adil dan janganlah kamu mengurangi neraca itu.” (Qs Ar Rahmaan :9)<sup>18</sup>

يَا أَيُّهَا

الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوِّمِينَ بِالْقِسْطِ شُهَدَاءَ لِلَّهِ وَلَوْ عَلَيْنَا نَفْسُكُمْ وَأَوْلَادِ الَّذِينَ آمَنُوا بَيْنَ يَدَيْكُمْ غَنِيًّا أَوْ فَقِيرًا فَاللَّهُ أَوْلَىٰ بِهِمْ أَفَلَا تَتَّقُونَ اللَّهُمَّا أَنْتَ عَدِلُوا أَوْ أَنْتَلُوا أَوْ تُعَرِّضُوا أَفَإِنَّ اللَّهَ كَانِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kamu orang yang benar-benar penegak keadilan, menjadi saksi karena Allah biarpun terhadap dirimu sendiri atau ibu bapak dan kaum kerabatmu. Jika ia kaya ataupun miskin, maka Allah lebih tahu kemaslahatannya. Maka janganlah kamu mengikuti hawa nafsu karena ingin menyimpang dari kebenaran. Dan jika kamu memutar balikkan (kata-kata) atau enggan menjadi saksi, maka sesungguhnya Allah adalah Maha Mengetahui segala apa yang kamu kerjakan.” (Qs. An Nisa’: 135)<sup>19</sup>

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا 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.” (Qs An Nisaa :29)<sup>20</sup>

PONOROGO

<sup>18</sup>Departemen Agama RI, 55:9.

<sup>19</sup>Departemen Agama RI, 04:135.

<sup>20</sup>Departemen Agama RI, 176:29.

Dari petikan ayat- ayat diatas, kita dapat menemukan bahwa Islam sudah mengatur dan menetapkan nilai- nilai serta pandangan bagi kita sebagai muslim dalam bermuamalah atau berbisnis. Nilai- nilai itu diantaranya adalah :

- a. Tidak mengurangi takaran dalam jual beli
- b. Dalam melakukan perdagangan atau bermuamalah, haruslah dilakukan dengan jalan saling meridhai (suka sama suka)
- c. Tidak mengambil dan bertransaksi jual beli dengan jalan bathil seperti mengambil riba, menipu
- d. Adanya bukti tertulis dan jelas ketika melakukan transaksi agar transparan dan dapat dipertanggung jawabkan
- e. Yang terpenting adalah, melandasi aktivitas bermuamalah dengan nilai- nilai ibadah, kita tidak bisa tidak menyertakan adanya unsur Allah dalam aktivitas muamalah yang kita lakukan. Dengan menyertakan nilai-nilai ibadah tersebut, diharapkan akan memberikan kebarokahan dalam harta yang kita dapat serta menjaga diri kita dari kezhaliman baik kepada diri kita sendiri, maupun kepada orang lain.

Begitu pun Rasulullah, juga dapat memberikan suri tauladan etika dalam berbisnis. Sejak beliau masih menginjak usia belia, sudah belajar berdagang bersama pamannya, Abu Thalib, ke Syiria. Seiring bertambahnya pengalaman berdagangnya, Rasulullah juga membangun integritas dan kepercayaan orang terhadapnya. Rekan – rekan maupun mitra yang menjalin hubungan muamalah dengan Beliau pasti merasa puas

dan ridha dengan perdagangan yang dilakukan, bahkan musuh Rasulullah sekalipun. Hal ini menunjukkan bahwa, selain adanya nilai- nilai yang telah dijelaskan dalam Al Qur'an, maka Rasulullah melengkapinya dengan mempraktekkan langsung dan memberikan contoh bagi ummatnya bagaimana menjalankan muamalah dengan orang lain, adanya teori (Al Qur'an) dan Suri tauladan dari Rasulullah telah menggenapi pandangan kita akan bagaimana menjalankan bisnis yang sesuai dengan Islam.<sup>21</sup>

Dalam buku *Syariah Marketing*, Ada empat kunci kesuksesan Nabi Muhammad dalam berbisnis yang Beliau jalani melebihi umur kenabiannya yaitu 25 tahun yang bisa diterapkan saat melayani pelanggan yaitu :<sup>22</sup>

a. Shidiq (Kejujuran)

Dalam berdagang, Nabi Muhammad SAW selalu dikenal sebagai seorang pedagang yang jujur dan benar dalam menginformasikan produknya. Bila ada produknya yang memiliki kelemahan atau cacat, maka tanpa ditanyakan Nabi Muhammad langsung menyampaikannya dengan jujur dan benar, tak ada sedikitpun yang disembunyikan. Kejujuran, mengatakan sesuatu sesuai dengan keadaannya adalah kunci pertama. Dengan kejujuran tersebut Beliau mendapatkan kepercayaan baik dari partner bisnisnya

---

<sup>21</sup>Riski Triwibowo, "Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pengelolaan Produk Penjualan Swalayan Pamella 1 Yogyakarta" (Universitas Islam Indonesia, 2011).

<sup>22</sup>Syahir Sula Muhammad and Hermawan Kertajaya, *Syariah Marketing* (Bandung: Mizan, 2006).

maupun pelanggan- pelanggannya sehingga bergelar Al Amin. Dalam bisnis, kejujuran dapat diwujudkan dalam kesungguhan, ketepatan waktu, pelayanan.

b. Amanah (Dapat Dipercaya)

Seorang pebisnis haruslah dapat dipercaya seperti yang telah dicontohkan Nabi Muhammad dalam memegang amanah. Saat menjadi pedagang, Nabi Muhammad selalu mengembalikan hak milik atasannya, baik itu berupa hasil penjualan maupun sisa barang yang dipasarkan. Nilai amanah bagi pekerja marketing adalah sosok yang jujur dan dapat dipercaya. Bagi perusahaan, sosok pekerja yang amanah akan membawa keuntungan yang besar. Di samping karena mereka tidak akan berbohong, perusahaan akan mendapat keuntungan dari image yang terbangun oleh customer akan keamanan dari marketer perusahaan tersebut. Sehingga banyak customer yang terpikat oleh sebuah produk atau usaha karena perans osok marketer yang amanah. Dapat dipercaya, sebagai akibat dari kejujurannya maka membuat orang lain menaruh kepercayaan kepada kita. Dalam buku marketing with love, garis atau point yang pertama adalah bangun kepercayaan.

c. Fathonah(Cerdas dan Bijaksana)

Dalam hal ini, pebisnis yang cerdas merupakan pebisnis yang mampu memahami, menghayati dan mengenal tugas dan tanggung jawab bisnisnya dengan sangat baik. Dengan sifat ini, pebisnis dapat menumbuhkan kreativitas dan kemampuan dalam melakukan berbagai inovasi yang bermanfaat bagi perusahaan. Kita perlu menggunakan sifat ini agar bias menjadi seorang pebisnis yang sukses. Terutama dalam menghadapi persaingan yang tidak sehat; kotor, *corrupted*, *complicated*, *chaos* dan *sophisticated*. Secara arti adalah cerdas atau bijaksana, dalam implementasinya dapat diwujudkan dalam memahami dan menjalankan hak dan kewajiban kita sebagai pebisnis.

d. Tabligh(Komunikatif)

Yaitu seorang yang komunikatif dan visioner. Menyampaikan produknya dengan komunikasi yang baik dan jelas serta memasarkan dengan baik. Seorang pedagang mestilah sosok komunikator yang mahir, yang mampu menjembatani antara pihak perusahaan dan pihak customer. Masalahnya akan sangat krusial jika seorang marketer tidak dapat memberikan informasi yang diharapkan oleh customer. Bisa jadi banyak customer yang lari ke produk perusahaan lain gara-gara seorang marketer yang tidak dapat menjelaskan produknya ke customer.

Menurut Buchari Alma yang berjudul Dasar-Dasar Etika Bisnis Islami, selain keempat kunci tersebut, juga ada tambahan lain,



yaitu syaja'ah. Artinya berani, nilai bisnisnya, mau dan mampu mengambil keputusan, menganalisis data, keputusan yang tepat, dan cepat tanggap.<sup>23</sup>

## **B. Konsep Pelayanan**

### **1. Pengertian Pelayanan**

Menurut Kamus Lengkap Bahasa Indonesia, kata "pelayanan" diartikan sebagai tindakan membantu atau mengurus segala sesuatu yang dibutuhkan oleh seseorang.<sup>24</sup> Pelayanan di definisikan sebagai aktivitas seseorang, organisasi atau sekelompok, baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan. Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan seseorang melalui aktivitas seseorang secara langsung. Standar dalam pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik. Dalam standar pelayanan ini juga terdapat mutu pedoman mutu pelayanan. Adapun mutu yang dimaksud adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pihak yang menginginkan.<sup>25</sup> Standar pelayanan yang ditetapkan sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen sehingga tidak terjadi kesenjangan

---

<sup>23</sup>Buchar, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islami*, 39.

<sup>24</sup> EM Zul Fajri dan Ratu Aprilia Senja, "*Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Edisi Revisi*", (Semarang: Difa Publikasi:2008) cet.ke-3,520.

<sup>25</sup>Rumiyanti, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam*. (Skripsi, Jurusan Ekonomi Syariah, UIN Raden Intan, Lampung, 2018) 13.

antara pelayanan yang diberikan dengan harapan konsumen.<sup>26</sup> Menurut Kotler hubungan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan adalah rasio dari harapan dengan kinerja atau hasil yang dirasakan. Secara umum, harapan pelanggan adalah perkiraan atau keyakinan tentang apa yang akan diterimanya bila membeli atau mengonsumsi produk.<sup>27</sup>

## 2. Prinsip-Prinsip Pelayanan

Adapun prinsip-prinsip umum yang perlu diperhatikan dalam bidang pelayanan adalah, sebagai berikut:

- a. Merumuskan strategi pelayanan terhadap konsumen agar para konsumen merasa nyaman terhadap pelayanan yang diberikan
- b. Strategi pelayanan dilakukan dengan perumusan suatu tingkat keunggulan yang di janjikan pada konsumen
- c. Mengkomunikasikan kualitas pelayanan pada konsumen. Hal ini membantu konsumen agar tidak salah dalam menafsirkan kepentingan yang akan diperolehnya. Konsumen perlu memerhatikan dengan jelas mengenai macam dan tingkat pelayanan yang akan diperolehnya.
- d. Menerapkan standar kualitas pelayanan dengan jelas. Hal ini perlu diketahui dengan jelas tingkat kualitas pelayanan yang dicapai.
- e. Menetapkan kualitas pelayanan yang baik terhadap konsumen

---

<sup>26</sup> M. Nur Rianto, “Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah” . (Bandung: Alfabeta, 2010), 211-212.

<sup>27</sup> Shinta Maharani, Ab Rahman Asmak, and Dewi Septian Arif, “Customer Satisfaction and Sharia Service Quality at Surya Mart Ponorogo: Case Study from Indonesia,” *EJIF - European Journal of Islamic Finance* 17, no. December 2020 (2021): 3, <https://doi.org/10.13135/2421-2172/5489>.

- f. Karyawan yang berorientasi pada kualitas pelayanan.
- g. Survey tentang kebutuhan dan kepuasan konsumen.<sup>28</sup>

### 3. Dasar- Dasar Pelayanan

Mengembangkan budaya pelayanan berdasarkan pasal A 6

(enam) yaitu dengan menyelaraskan faktor-faktor antara lain :<sup>29</sup>

- a. Kemampuan (*ability*). Kemampuan merujuk pada pengetahuan dan keterampilan spesifik yang sangat diperlukan untuk mendukung program layanan, termasuk keahlian dalam bidang pekerjaan yang dijalani. Kemampuan ini mencakup pelaksanaan komunikasi yang efektif, pengembangan motivasi, serta penggunaan hubungan masyarakat (*public relations*) sebagai alat untuk menjalin hubungan baik, baik di dalam maupun di luar organisasi atau perusahaan.
- b. Sikap (*attitude*). Setiap insan mempunyai perilaku yang harus ditonjolkan ketika menghadapi pelanggan yang dapat disesuaikan dengan kondisi dan kemauan pengguna jasa.
- c. Penampilan (*appearance*). Penampilan adalah kemampuan seseorang, baik secara fisik maupun non fisik, yang dapat mencerminkan kepercayaan dan kredibilitas dari orang lain.
- d. Perhatian (*attention*). Curahan perhatian seseorang merupakan bentuk kepedulian total terhadap pelanggan, mencakup perhatian terhadap

---

<sup>28</sup> Ibid, Rumiyanthi.15.

<sup>29</sup> Barata, AtepAdya, *Dasar-dasar Pelayanan Prima* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2006).15.

kebutuhan dan keinginan mereka, serta sikap ramah dalam menanggapi saran dan kritik dari pengguna jasa.

- e. Tindakan (*action*). Melakukan sesuatu harus memerlukan tindakan. Tindakan adalah suatu perbuatan dalam berbagai kegiatan yang nyata yang harus dilakukan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.
- f. Tanggung jawab (*accountability*). Melaksanakan kegiatan tentu mempunyai tanggung jawab, yaitu suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.

### C. Keberhasilan Bisnis

#### 1. Pengertian Keberhasilan Bisnis

Menurut Suryana, kemajuan atau keberhasilan bisnis adalah tercapainya tujuan dari bisnis tersebut. Sebuah bisnis dianggap berhasil ketika memperoleh laba, meskipun laba bukan satu-satunya indikator keberhasilan. Namun, laba tetap menjadi faktor penting karena merupakan tujuan utama dari kegiatan bisnis. Jika terjadi penurunan atau ketidakstabilan laba, perusahaan akan menghadapi kesulitan dalam menjalankan operasionalnya dan menjaga keberlanjutan Bisnisnya.<sup>30</sup> Perusahaan yang menggunakan metode penyusutan garis lurus akan

---

<sup>30</sup>LamtiurMayogi Rohana Pasaribu, “Analisis Prinsip Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis” (Skripsi, Jurusan Ekonomi Syariah, UIN Raden Intan, Lampung, 2019), 52.

memiliki hasil laba yang dilaporkan berbeda dengan Perusahaan yang menggunakan metode jumlah angka tahun atau saldo menurun. Praktik ini berdampak pada kualitas laba yang dilaporkan. Tujuan utama perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan.<sup>31</sup>

## 2. Indikator Keberhasilan Bisnis

Menurut Suryana yang cukup signifikan untuk menentukan keberhasilan suatu Bisnis dapat dilihat dari:<sup>32</sup>

- a. Modal
- b. Pendapatan
- c. Volume penjualan
- d. Output produksi

---

<sup>31</sup>Shinta Maharani, Asmak Ab Rahman, and Veni Soraya Dewi, "Learn From The Biggest Accounting Fraud In 95 Years," *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi* 23, no. 1 (2023): 19–39.

<sup>32</sup> Benedicta Prihatin Dwi Riyanti, *KewiraBisnis Dari Sudut Pandang Psikologi Kepribadian*, (Jakarta: Grasindo, 2003), 28.

### **BAB III**

## **PENERAAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA PELAYANAN PENJUALAN DI BINTANG SWALAYAN JIMBE JENANGAN PONOROGO**

### **A. Gambaran Umum Bintang Swalayan Jimbe**

#### **1. Sejarah Bintang Swalayan Mart**

PT. Karya Bintang Sembilan Ponorogo atau yang lebih dikenal dengan nama Bintang Swalayan Ponorogo merupakan perusahaan yang berkedudukan di Jl. Raya Ngebel Krajan II Desa Jimbe Jenangan Ponorogo

NU adalah organisasi sosial keagamaan, yang memiliki modal dan kekuatan yang tidak tertandingi yaitu akidah dan ideologi. Modal ini bisa digunakan tidak hanya untuk membangun kemandirian politik, tetapi juga modal yang sangat besar dalam membangun kemandirian ekonomi. Dan hanya dengan kekuatan ideologi inilah NU bisa membangun kemandirian ekonomi di tengah maraknya gelombang kapitalisme global. Karena itu penguatan ideologi melalui kaderisasi itu merupakan modal utama pembangunan koperasi serta Bisnis ekonomi lainnya di dalam jam"iyah ini.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Rifa'i Arisandi, "Implementasi Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Jaminan produk halal di Bintang Swalayan Ponorogo" (2020).

Saat ini kita menghadapi ketimpangan ekonomi yang sangat ekstrem, sehingga kesenjangan antara yang kaya dan miskin begitu lebar. Semuanya itu merupakan titik rawan bagi keamanan dan kerukunansosial dan politik di masa depan. Ketika keadilan sosial dan ekonomi sudah diabaikan bahkan disingkirkan oleh sistem kapitalis yang memang memiliki prinsip boleh saling menerkam, yang menghalalkan segala cara. Menghilangkan segala bentuk kerjasama, padahal dalam ekonomi jamaah, bahkan dalam ekonomi Pancasila, kerjasama atau koperasi itu merupakan prinsip utama.

Lahirnya koperasi dan NUsantara Mart ini merupakan langkah strategis untuk membangun kemandirian ekonomi. Karena kegiatan ini merupakan bentuk Bisnis rakyat, yang dikerjakan secara bersama. Walaupun Bisnis ini dibangun berdasarkan modal ideologi, tetapi di tengah persaingan yang ada memang Bisnis ini dituntut untuk responsif terhadap tuntutan konsumen yang ada, ketersediaan barang, cepatnya layanan, kenyamanan ruangan, hingga harga yang menawan. Hal itu bisa dipenuhi kalau memiliki manajemen serta serta pelaksana yang handal.<sup>1</sup>

Kalau Bisnis ini dikelola secara tepat maka slogan membeli dan menjual untuk NU itu benar-benar bisa dicapai. Berbagai manfaat juga akan bisa diambil dalam Bisnis ekonomi ini. Agar warga NU tidak hanya

---

<sup>1</sup>Rifa'i Arisandi, "Implementasi Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Jaminan produk halal di Bintang Swalayan Ponorogo" (2020).

menjadi konsumen, maka warga juga harus diperankan sebagai produsen, sementara Bintang Swalayan bisa menjadi distributor. Hal itu harus dilakukan karena itu perlu waktu dan langkah nyata pembinaan terhadap Bisnis warga NU yang ada sehingga mampu memproduksi barang dengan kualitas bagus dan kemasan yang indah serta rutinitas yang terjaga. Dengan demikian hasil Bisnis tersebut pantas ditampilkan di Bintang Swalayan dengan tampilan yang sama dengan barang pabrikan perusahaan multi nasional.

Untuk itu berbagai industri rumah tangga warga NU yang ada seperti industri kecap, sambal pecel, sirup, kue kering, gula kemasan, air kemasan, sabun, kopi, teh dan sebagainya yang selama ini bergerak kecil kecilan harus dibina sehingga mamapu menjadi pemasok utama dalam Koperasi dan Bintang Swalyan yang ada. Kalau ini bisa dilakukan maka koperasi dan Bintang Swalayan kita dan warga kita telah menguasai tiga sektor strategis ekonomi yaitu pertama menguasai sektor produksi, kedua menguasai distribusi, ketiga menguasai konsumen dan konsumsi. Kalau ketiganya sudah dikuasai maka akan muncul kekuatan ekonomi baru yang sangat kokoh dan mandiri.<sup>2</sup>

Rintisan ini merupakan langkah spektakular dengan metode dan strategi yang sama sekali baru dan dengan kiat baru, sehingga akan mampu bersaing dengan Bisnis yang sudah ada. Dan momentum munculnya

---

<sup>2</sup>Ibid.,



gerakan ini sangat tepat. Gerakan ini muncul saat pemerintah mulai melangkah untuk melindungi Bisnis kecil, sehingga muncul berbagai Perda yang membatasi supermarket berjejaring yang dimiliki oleh konglomerat dan perusahaan multi nasional. Saat mereka dibatasi itu kita telah mamapu muncul sebagai alternatif. Semuga peluang besar ini bisa ditangkap dan dimanfaatkan untuk membangun kemandirian NU di bidang ekonomi. Apalagi dengan adanya kemandirian ekonomi ini akan memperkuat kemandirian NU di bidang pikiran- deologi dan kemandirian politik NU.<sup>3</sup>

## 2. Visi Misi

- a. Visi :Membangun ekonomi untuk kemaslahatan umat dan tegaknya aqidah Islam ala Ahlussunnah wal jama`ah.
- b. Misi : Memberikan layanan yang berkualitas dan memuaskan bagi pelanggan, membangun sinergitas gerakan ekonomi umat dan organisasi, menumbuhkembangkan kader ekonomi keumatan, menyelaraskan kepentingan duniawi dan ukhrowi.<sup>4</sup>

## 3. Struktur Organisasi

No.	Nama	Jabatan
1.	Fahrul fardani	Kepala Swalayan/ Supervisor
2.	Ayu	Kasir 1

<sup>3</sup> Rifa'i Arisandi, "Implementasi Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Jaminan produk halal di Bintang Swalayan Ponorogo" (2020).

<sup>4</sup> Fahrul Fardani, Wawancara, 02 April 2024

No.	Nama	Jabatan
3.	Winda	Kasir 2
4.	Alvantry	Pramuniaga 1
5.	Sevy	Pramuniaga 2

#### 4. *Job*Deskripsi

Berikut ini adalah job deskripsi yang berlaku di Bintang Swalayan Jimbe<sup>5</sup> :

- a. Kepala Bintang Swalayan adalah Fahrul Fardani. Sebagai kepala swalayan beliau bertugas untuk memantau aktivitas karyawan, mengkoordinasikan pengiriman dan penerimaan barang dagangan.
- b. Kasir Bintang Swalayan adalah Ayu dan Winda. Sebagai kasir beliau bertugas untuk berinteraksi dengan pelanggan dan atasan setiap harinya. Mulai dari menyapa pelanggan, membantu pelanggan menemukan barang melakukan pembayaran, melapor hasil penjualan, semuanya perlu skill komunikasi yang baik. Selain itu, kasir harus bisa ramah kepada pelanggan.
- c. Pramuniaga Bintang Swalyan adalah Alvantri dan Sevy. Sebagai pramuniaga beliau bertugas untuk melayani konsumen di Bintang Swalayan untuk membantu pelanggan.

---

<sup>5</sup>FahrulFardani,Wawancara, 02 April 2024

## **B. Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pelayanan Penjualan Di Bintang Swalayan Jimbe Jenangan Ponorogo**

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut akan keinginan konsumen. Hal yang paling penting dan diperlukan dalam kualitas pelayanan adalah bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen pada Bintang Swalayan.

Penerapan etika bisnis Islam dalam penjualan produk memiliki dampak yang signifikan, baik bagi manajemen itu sendiri maupun bagi pelanggan dan masyarakat secara umum. Dengan demikian, penerapan etika bisnis Islam dalam penjualan produk tidak hanya memberikan keuntungan finansial tetapi juga menciptakan dampak positif yang luas bagi masyarakat dan lingkungan. Adapun penerapan etika bisnis Islam pada pelayanan penjualan produk di Bintang Swalayan Jimbe, Jenangan adalah sebagai berikut:

### **1. Tabligh (Komunikatif)**

Tabligh mengajarkan tentang keadilan. Dalam penjualan, ini berarti menetapkan harga yang fair, tidak melakukan eksploitasi, dan memastikan bahwa transaksi menguntungkan kedua belah pihak. Dengan memahami bahwa segala sesuatu berasal dari Allah, bisnis yang menerapkan tabligh akan memberikan layanan terbaik kepada pelanggan, sebagai bentuk ibadah dan tanggung jawab moral. Tabligh mendorong individu untuk memiliki akhlak yang baik, yang harus diterapkan dalam

interaksi bisnis. Sifat seperti sabar, menghormati, dan empati sangat penting dalam membangun hubungan dengan pelanggan dan mitra. Hal tersebut sesuai dengan apa yang disampaikan Fahrul Fardani selaku kepala swalayan, bahwa: “Kunci pelayanan yang bagus dilihat dari mana tanggung jawab karyawan untuk terus berperilaku sesuai SOP kepada pelanggan. Karyawan juga dituntut untuk memiliki tanggung jawab yaitu menjaga kejujuran dan kedisiplinan dalam pelayanan.”<sup>6</sup>

Hal tersebut diperkuat oleh Ayu selaku kasir pada Bintang Swalayan Jimbe, bahwa:

Pelayanan yang saya berikan adalah sikap humanis atau dengan menebarkan senyuman, ramah, dan berperilaku sopan. Pada konsumen saya juga menekankan tanggung jawab dan perilaku belanja yang baik dengan mematuhi larangan seperti tidak boleh merokok didalam swalayan, mengembalikan produk sesuai dengan lokasi dimana mengambil barang ketika tidak jadi membeli. Saya juga bertanggung jawab penuh dengan melakukan dialog kepada konsumen apa saja barang yang dibutuhkan dan berapa harganya, serta tanggal berapa produk tersebut kadaluarsa. Lain halnya pada saat swalayan rame. Kami tentunya sudah maksimal memberikan pelayanan yang terbaik. bukan bermaksud judes atau tidak bersemangat tetapi kita itu tidak sadar melakukan hal tersebut <sup>7</sup>

Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam pelaksanaan penjualan dengan mematuhi etika bisnis Islam memiliki dampak terhadap keyakinan kepada Tuhan yang maha Esa. Pelayanan yang dilakukan oleh karyawan dengan menerapkan kejujuran, tanggung jawab,

---

<sup>6</sup>Fahrulfardani, Wawancara, 02 April 2024

<sup>7</sup> Ayu, Wawancara, 02 April 2024

mengedepankan akhlak dengan komunikasi yang baik kepada pelanggan dapat menambah rasa ketakwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Karyawan bintang swalayan selalu menerapkan kejujuran dan tanggung jawab apabila terdapat barang-barang yang tidak layak dijual mereka akan komunikatif menyampaikan kepada pihak manajemen dan juga pelanggan. Tetapi pada saat dilakukannya penelitian karyawan Bintang Swalyan belum menerapkan tabligh(komunatif) karena pada saat pelanggan datang karyawan tidak bersemangat saat menyambut dan cenderung ngobrol bersama temannya.

## 2. Fathonah (Cerdas dan Bijaksana)

Fathonah mendorong bisnis yang berkelanjutan dan bertanggung jawab. Etika bisnis Islam yang baik memastikan bahwa Perusahaan tidak hanya fokus pada keuntungan jangka pendek, tetapi juga pada dampak jangka panjang. Fathonah mengajarkan prinsip keadilan. Penerapan etika bisnis Islam yang berlandaskan keadilan akan menciptakan transaksi yang fair, sehingga mendorong kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Hal tersebut sesuai dengan pendapat yang disampaikan oleh Winda, bahwa:“ Pada saat pelayanan saya adalah kasir. Pernah kedatangan ada pelanggan yang komplain karna ada produk yang tetap di display, ya itu langsung saya ambilkan yang baru mbak.”<sup>8</sup>

Alvantry selaku pramuniaga juga menambahkan pendapatnya, bahwa“Pengawasan yang saya lakukan kepada konsumen tentu sebagai

---

<sup>8</sup> Winda, Wawancara, 02 April 2024

pramuniaga saya selalu memantau, mengecek, dan menata apa apa yang perlu ditata berkaitan dengan barang. Selain itu saya juga memberi tahu apabila produk akan kadaluarsa agar konsumen tidak salah ambil dan membeli barang. Beda lagi kalau ada pelanggan yang terburu-buru ambil produk langsung ke kasir dan ternyata produk tersebut sudah kadaluarsa dan kami pihak karyawan belum menata ulang.”<sup>9</sup>

Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang baik menjadi prioritas karyawan yang ada di Bintang Swalayan Jimbe, Jenangan, Kabupaten Ponorogo. Pelayanan yang baik menjadi acuan untuk mewujudkan tumbuh kembang Bisnis menjadi lebih baik kedepannya. Karyawan selalu memikirkan jangka panjang. Oleh sebab itu dampak penerapan etika bisnis Islami yang berkaitan dengan Fathonah adalah mewujudkan penataan yang baik tidak hanya menyosal pada manajemen swalayan akan tetapi juga pada kualitas individu karyawan. Kenyataanya pada saat dilapangan ada beberapa pelanggan yang mengeluh dengan adanya produk yang kadaluarsa yang tetap di *display*, saat pelanggan komplain karyawan langsung menukarkan produk tanpa memberi alasan.

### 3. Shidiq (Kejujuran)

Hubungan antara kejujuran dan etika pelayanan bisnis dalam penjualan produk sangat penting dan saling terkait. Dalam pelayanan bisnis,

---

<sup>9</sup>Alviantry, Wawancara, 02 April 2024

kejujuran memastikan bahwa informasi mengenai produk seperti, harga, kualitas, dan fitur yang harus disampaikan dengan akurat. Hal ini sangat membantu pelanggan membuat keputusan yang tepat. Adapun Fahrul Fardani yang merupakan kepala swalayan memberikan pendapatnya, bahwa:

Berkaitan dengan penanaman kebaikan perilaku pada diri saya sendiri mbak. Seperti disiplin, jujur, amanah, bertanggung jawab, dan humanis atau sikap baik pada semua orang. Kepada karyawan saya tanamkan kejujuran dan kebaikan untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada semua orang. Kepada konsumen saya selalalu menjaga sikap yang baik karena berhubungan dengan nilai-nilai yang diajarkan dalam masyarakat maupun agama saya.<sup>10</sup>

Lebih lanjut Ayu sebagai kasir juga menyampaikan pandangannya, bahwa:

Saya lebih percaya diri dalam bekerja. Menghindarkan diri dari masalah pekerjaan merupakan cara yang saya lakukan agar hidup penuh kebaikan. Terus saya juga dapat menjaga hal-hal baik pada diri saya sesuai aturan agama seperti jujur, disiplin, ulet, dan tlaten agar saya dapat selalu bertaqwa kepada Allah Swt. Kemudian saya merasa dengan bentuk tanggung jawab pada pekerjaan yang saya lakukan saya dapat meningkatkan kemampuan diri terhadap kemampuan keterampilan saya menguasai pekerjaan.<sup>11</sup>

Berdasarkan hal tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa, kejujuran tidak semata menjadi nilai ibadah yang didapatkan oleh manajemen dan karyawan. Kejujuran menjadi perhatian utama dimana

---

<sup>10</sup>Fahrul Fardani, Wawancara, 02 April 2024

<sup>11</sup> Ayu, Wawancara, 02 April 2024

setiap karyawan akan dinilai dan dievaluasi. Pada dasarnya karyawan melihat jujur sebagai hal yang penting sebab mereka selalu menjalankan kedisiplinan, tanggung jawab, dan juga pelayanan yang baik. Karyawan selalu berupaya untuk bekerja maksimal dengan memberikan audit hasil penjualan dan laporan stok produk. Adapun kesemua itu dikaji dengan melihat kelayakan produk yang dijual kepada konsumen.

#### 4. Amanah (Dapat Dipercaya)

Dalam kegiatan ekonomi, hubungan jangka Panjang dengan pelanggan dapat membangun kepercayaan yang berujung pada loyalitas pelanggan.<sup>12</sup> Hubungan amanah dengan etika pelayanan bisnis dalam penjualan produk sangat erat. Prinsip amanah mendorong penyedia layanan untuk memberikan pelayanan yang terbaik. Ini termasuk perhatian terhadap kebutuhan pelanggan, responsif terhadap keluhan, dan memberikan layanan yang memuaskan. Adapun Alviantry selaku pramuniaga menyampaikan pendapatnya, bahwa: “Dalam menjalankan tugas saya itu selalu melihat sop jadi yang selalu saya rencanakan itu berkaitan dengan apa-apa aturan yang ada. Seperti saya harus berperilaku jujur, mempersiapkan penampilan yang bersih dan rapi, kemudian saya juga harus bertanggung jawab pada apa yang menjadi tugas saya.”<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup>Siti Amaroh, Husnurrosyidah, and Ely Masykuroh, “Financial Attitude, Trust, and ROSCAs’ Member Commitment: Social Relations as Mediating Factor,” *Global Business and Finance Review* 28, no. 3 (2023): 35–49, <https://doi.org/10.17549/gbfr.2023.28.3.35>.

<sup>13</sup>Alviantry, Wawancara, 02 April 2024



Lebih lanjut Winda sebagai kasir menyampaikan pendapatnya, bahwa:“Seperti yang saya sampaikan saya akan mencatat kekurangan dan mengusulkannya pada waktu evaluasi kerja. Setelah mendapatkan arahan dari kepala swalayan dan pendapat yang dihasilkan dari musyawarah teman-teman tentu saya akan melaksanakan dengan sebaik-baiknya.”<sup>14</sup>Lebih lanjut Ayu selaku kasir memberikan pendapatnya, bahwa:“Saya selalu menekankan sikap dan perilaku tegur sapa, senyum, dan keramahan kepada pembeli. Apapun masalah yang datang kepada saya selalu saya bantukan agar tidak mengganggu dalam pelayanan saya kepada konsumen.”<sup>15</sup>

Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa, karyawan Bintang Swalayan, Jimbe, Jenangan selalu berupaya menjalankan pelayanan yang baik sebagai upaya dalam mewujudkan nilai amanah. Karyawan selalu menerapkan pelayanan pada penjualan produk dengan responsif artinya mereka akan menerapkan kedisiplinan, kejujuran, senyum, dan saling tegur sapa. Karyawan juga akan secara maksimal melihat apa yang dibutuhkan oleh pelanggan. Selain hal tersebut memeriksa kelayakan produk merupakan fokus utama, apakah produk yang dijual layak atau tidak. Produk juga akan dilihat kemasannya untuk memastikan tanggal kadaluarsanya.

---

<sup>14</sup> Winda, Wawancara, 02 April 2024

<sup>15</sup> Ayu, Wawancara, 02 April 2024

Berdasarkan paparan data diatas dapat disimpulkan bahwa dalam penerapan tabligh mengajarkan pentingnya komunikasi yang jujur, transparan, dan bermanfaat sehingga bisnis tidak hanya menghasilkan keuntungan materi, tetapi juga memberikan kepuasan dan nilai kepada pelanggan. Dalam konsep fathonah berdampak pada manajemen dan karyawan Bintang Swalyan harus mengelola bisnis dengan prinsip tanggung jawab sosial, menjaga keseimbangan antara keuntungan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat serta lingkungan.. Etika kejujuran dalam bisnis islam menekankan bahwa penjual harus jujur dalam menyampaikan informasi produk,harga dan kualitas. Penerapan amanah berdampak pada pelayanan yang diberikan secara optimal,ramah,dan melampaui ekspetasi pelanggan. Dengan menerapkan prinsip tersebut dalam Etika Bisnis Islam bisa menciptakan pelayanan yang berlandaskan komunikasi, kejujuran, tanggung jawab, serta kualitas layanan terbaik yang semuanya membangun kepercayaan pelanggan.

### **C. Dampak Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pelayanan Penjualan terhadap Keberhasilan Bisnis di Bintang Swalayan Jimbe**

Aktivitas yang dilakukan untuk keuntungan dari kegiatan pertukaran produk baik barang ataupun jasa dengan uang dengan harapan bisa membagikan manfaat merupakan bentuk dari bisnis. Selain penjual memperoleh keuntungan finansial, pembeli juga memperoleh khasiat produk berupa barang ataupun jasa yang dibeli. Kita seharusnya mencermati peraturan

berbisnis serta melakukan strategi dalam berbisnis dengan benar untuk mencapai kesuksesan dalam berbisnis.

Aturan seperti etika ataupun pedoman dalam melaksanakan bisnis telah diberikan dalam Islam supaya bisnis yang kita jalankan dapat lebih gampang mencapai kesuksesan baik di dunia maupun akhirat. Akan tetapi kenyataan mengatakan banyak godaan dalam aktivitas bisnis, cara-cara yang tidak sehat dengan mementingkan keuntungan individu serta mengabaikan area sosialnya yang menyebabkan kerugian untuk orang lain biasanya menjadi godaan dalam berbisnis karena umumnya bisnis memiliki tujuan menjadikan bisnis lebih menguntungkan. Oleh karena itu telah ada banyak ancaman tegas untuk pebisnis yang tak peduli dengan etika berbisnis.

Pada bagian ini peneliti menguraikan tentang pelayanan menurut etika bisnis Islam dalam keberhasilan Bisnis yaitu, *tabligh*, *fathonah*, *shidiq* dan *Amanah* dan yang menjadi parameternya adalah modal, pendapatan, volume penjualan dan tenaga kerja. Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti dalam wawancara dengan Kepala Toko dan karyawan Swalayan Bintang bahwa bisnis Bisnis tersebut telah menerapkan semua aspek prinsip pelayanan etika bisnis. Adapun prinsip pelayanan etika bisnis Islam yang diterapkan yang bertujuan untuk keberhasilan Bisnis Bintang Swalayan sebagai berikut:

P O N O R O G O

## 1. Tabligh (Komunikatif)

Dalam pelayanan penjualan, tabligh menjadi aspek penting yang dapat mendukung keberhasilan bisnis, karena pelanggan akan merasa dihargai dan percaya kepada pelaku bisnis.

Fahrul Fardani selaku Kepala Swalayan Bintang menyampaikan bahwa:

Karena menurut saya, Allah SWT selalu mengawasi setiap tindakan manusia. Kesadaran akan mendorong karyawan untuk bersikap jujur dalam pekerjaannya. Sama halnya pada saat menyambut pelanggan saya ingatkan karyawan untuk melayani dengan baik. Mereka akan menghindari perilaku curang atau manipulasi karena menyadari bahwa kebenaran adalah perintah Allah. Dengan begitu, sikap jujur ini membangun kepercayaan dalam hubungan dengan pelanggan Bintang Swalayan yang pada akhirnya mendukung keberhasilan Bisnis.<sup>16</sup>

Hal tersebut diperkuat oleh Ayu selaku Kasir pada Bintang Swalayan Jimbe bahwa:

Saya paham bahwa pekerjaan adalah amanah yang memiliki loyalitas tinggi terhadap perusahaannya. Saya tidak hanya bekerja demi gaji, tetapi juga demi menjalankan tugas dengan sebaik-baiknya sebagai bentuk ibadah. Kesetiaan ini membuat saya lebih termotivasi untuk berkontribusi secara positif terhadap keberhasilan perusahaan, yang berdampak pada stabilitas dan pertumbuhan bisnis.<sup>17</sup>

Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa dengan Menerapkan tabligh dalam etika bisnis Islam memberikan dampak luar biasa bagi keberhasilan bisnis. Tidak hanya membantu menciptakan hubungan yang solid dengan pelanggan, tetapi juga menghadirkan

---

<sup>16</sup>Fahrulfardani, Wawancara, 02 April 2024

<sup>17</sup>Ayu, Wawancara, 02 April 2024

keberkahan dan keberlanjutan. Dengan menanamkan nilai kejujuran dan transparansi dalam pelayanan, bisnis dapat mencapai keuntungan materi sekaligus spiritual, menjadikannya lebih kokoh di tengah persaingan. Jika tidak diterapkan akan berakibat pada berlangsungnya Perusahaan.

## 2. Amanah (Dapat Dipercaya)

Amanah dalam etika bisnis Islam merupakan konsep kebaikan tertinggi dan berbuat sesuatu dengan sebaik-baiknya, yang berperan penting dalam keberhasilan sebuah Bisnis. Amanah tidak hanya melibatkan pemenuhan kewajiban, tetapi juga melampaui itu dengan memberikan yang terbaik dalam setiap aspek bisnis. Kepala Swalayan Bintang Jimbe Fahrul Fardani memaparkan bahwa adil pada setiap karyawan, tidak membedakan antara karyawan lama dan karyawan yang masih baru. Dari hasil wawancara Fahrul Fardani mengatakan bahwa : “saya tidak pernah membedakan antar karyawan, karena semua karyawan disini sama tidak ada pembeda, jika karyawan melakukan kesalahan dalam SOP maka akan di bimbing agar tidak melakukan kesalahan yang sama.”<sup>18</sup> Lebih lanjut Winda selaku kasir di Bintang Swalayan bahwa: “ Menurut saya beliau memang atasan yang adil ke rekan kerjanya. Tidak membedakan perihal jabatan yang sudah di amanahkan. Semisal kalau ada yang melanggar SOP ya bakal ditegur.”<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup>Fahrul Fardani, Wawancara, 02 April 2024

<sup>19</sup>Winda, Wawancara, 02 April 2024

Di Bintang Swalyan Jimbe menerapkan prinsip Amanah tidak hanya kepada karyawan, namun juga menerapkannya pada semua pelanggan tersebut, dengan melayani pelanggan dan memberikan harga serta kualitas produk yang sama kepada semua pelanggan. Dengan begitu maka kedua belah pihak sama-sama tidak ada yang dirugikan. Dengan diterapkannya prinsip keadilan pada Bisnis bisnis di Bintang Swalyan Jimbe maka akan berpengaruh pada keberhasilan Bisnis bisnis yang dijalankannya. Karena dengan memberikan keadilan pada seluruh karyawan dan keadilan pada seluruh pelanggan maka semua pihak sama-sama merasa diuntungkan, dengan begitu maka karyawan nyaman bekerja di Bisnis bisnis tersebut, kemudian pelanggan pun juga akan merasa nyaman dan akan berbelanja kembali ke konter tersebut.

Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa, Ketika semua karyawan diperlakukan dengan adil tanpa diskriminasi, mereka merasa dihargai dan setara. Hal ini meningkatkan motivasi, semangat kerja, dan loyalitas karyawan terhadap Bintang Swalayan Jimbe. Dengan memperlakukan semua pelanggan dengan adil tanpa memandang status atau latar belakang, kepala toko menciptakan hubungan yang kuat dengan pelanggan. Sikap ini meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan, sehingga mendorong mereka untuk kembali berbelanja. Kepercayaan pelanggan merupakan salah satu faktor penting dalam keberhasilan bisnis.

### 3. Kejujuran

Penerapan prinsip kejujuran dalam etika bisnis Islam sangat penting dan berperan signifikan dalam keberhasilan Bisnis. Kejujuran tidak hanya dianggap sebagai nilai moral, tetapi juga sebagai pondasi untuk membangun hubungan yang saling percaya antara karyawan, dan pelanggan. Adapun Fahrul Fardani yang merupakan kepala Swalyan mengutarakan bahwa:

Dengan menerapkan kejujuran akan menciptakan transparansi dalam hubungan bisnis, di mana pelanggan swalayan dapat mempercayai informasi yang diberikan oleh karyawan. Dengan berkomunikasi secara jujur tentang produk, layanan, dan harga, per Perusahaan membangun kepercayaan yang kuat dengan pelanggan. Kepercayaan ini meningkatkan loyalitas pelanggan, yang penting untuk keberhasilan jangka panjang Bisnis.<sup>20</sup>

Lebih lanjut Alvantry sebagai pramuniaga juga menyampaikan pandangannya, bahwa: “Menurut saya, kejujuran juga diterapkan pada karyawan. Hal tersebut dapat mendukung keberlanjutan Bisnis dengan menciptakan hubungan jangka panjang dengan karyawan dan pelanggan.”<sup>21</sup>

Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa Penerapan kejujuran dalam etika bisnis Islam memiliki dampak yang sangat signifikan terhadap keberhasilan Bisnis. Dengan membangun

---

<sup>20</sup>Fahrulfardani, Wawancara, 02 April 2024

<sup>21</sup>Alvantry, Wawancara, 02 April 2024

kepercayaan pelanggan, menjaga reputasi, meningkatkan loyalitas karyawan, dan menciptakan budaya per Perusahaan yang positif, bisnis yang beroperasi dengan kejujuran akan mampu bersaing lebih baik dan mencapai keberhasilan jangka panjang. Kejujuran bukan hanya aspek moral, tetapi juga merupakan strategi bisnis yang cerdas untuk membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan dengan semua pemangku kepentingan.

#### 4. Fathonah (Cerdan dan Bijaksana)

Penerapan fathonah dalam etika bisnis Islam memiliki dampak signifikan terhadap keberhasilan Bisnis. Konsep fathonah merujuk pada tanggung jawab individu dan kolektif untuk menjaga dan mengelola sumber daya yang diberikan Allah, baik itu dalam konteks lingkungan, sosial, maupun ekonomi. Fahrul Fardani selaku Kepala Swalayan mengutarakan pendapat bahwa: “Swalayan dapat menunjukkan komitmen terhadap transparansi dan tanggung jawab sosial. Semisal begini, menjamin bahwa produk yang dijual di Bintang Swalayan diperoleh secara etis dan tidak merugikan lingkungan. Ketika pelanggan merasa bahwa swalayan beroperasi dengan konsisten dan tanggung jawab, mereka akan lebih percaya dan loyal.”<sup>22</sup>

Sevy sebagai pramuniaga berpendapat bahwa: “kami pihak karyawan bertanggung jawab atas produk yang kami jual. Jika kami

---

<sup>22</sup>Fahrulfardani, Wawancara, 02 April 2024



kurang dalam pelayanan biasanya swalayan pas rame dan untuk per shifnya akan ada 2 orang jadi kita sudah berusaha melakukan pelayanan yang terbaik tetapi menurut pelanggan belum.”<sup>23</sup>

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa Dengan diterapkannya prinsip fathonah maka dengan begitu pelanggan akan semakin meningkat yang berdampak pada volume penjualan dan pendapatan yang juga akan meningkat, kemudian akan berpengaruh pada kemajuan bisnis yang di jalankannya. Jumlah karyawan sangat berpengaruh dengan kualitas pelayanan yang di Berkan kepada pelanggan.

Berdasarkan paparan data diatas dapat disimpulkan bahwa dengan menerapkan shidiq, amanah. Karyawan yang bekerja dalam lingkungan yang beretika cenderung lebih termotivasi dan produktif, yang berdampak positif pada kinerja keseluruhan perusahaan. Bisnis yang beroperasi dengan etika yang baik akan membangun reputasi positif di masyarakat, yang berkontribusi terhadap penguatan dan peningkatan pangsa pasar. Beda halnya dengan penerapan tabligh dan fathonah jika keduanya tidak diterapkan pelanggan tidak akan puas dan itu berpengaruh kepada keberhasilan bisnis.

---

<sup>23</sup> Sevy, Wawancara, 02 April 2024

## **BAB IV**

### **ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA BINTANG**

#### **SWALAYAN JIMBE JENANGAN PONOROGO**

##### **A. Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pelayanan Penjualan Di Bintang Swalayan Jimbe Jenangan Ponorogo**

Penerapan Etika bisnis Islam di dalam pelayanan penjualan pada dasarnya merupakan Bisnis yang dilakukan oleh pengelola bisnis untuk memberikan pelayan yang baik terhadap pelanggan. Adapun secara sederhana adalah untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen. Oleh sebab itu sebagai Bisnis yang berbasis ke Islaman, Bintang Swalayan menerapkan etika bisnis Islam sebagai pondasi dasar dalam pengelolaan bisnis.<sup>1</sup>

Penerapan etika bisnis Islam memberikan dampak penjualan produk yang efektif, baik dirasakan oleh manajemen maupun bagi pelanggan dan masyarakat secara umum. Penerapan etika bisnis Islam yang baik tidak hanya memberikan dampak yang baik dari segi finansial tetapi juga peningkatan secara masif pada masyarakat dan lingkungan. Adapun dampak yang ditimbulkan berkaitan dengan penerapan etika bisnis Islam pada penjualan produk di Bintang Swalayan Jimbe, Jenangan adalah sebagai berikut

---

<sup>1</sup>Ayu, Wawancara, 02 April 2024

## 1. Tabligh (komunikatif)

Tabligh berkaitan dengan etika bisnis Islam didalamnya memuat prinsip-prinsip keadilan. Keadilan menjadi hal yang mutlak dalam penerapan bisnis di lapangan. Pada dasarnya keadilan merupakan etika dimana penjual dapat berlaku baik dan seimbang kepada pelanggan tidak semata-mata melakoni bisnis hanya berorientasi pada keuntungan. Bintang Swalayan Jimbe, Jenangan belum berkontribusi aktif untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan.<sup>1</sup>Maka perlunya pemahaman etika bisnis agar memahami dan meyakini mana wilayah etika dan mana wilayah yang amoral.<sup>2</sup>

Pada prakteknya mereka belum sepenuhnya melakukan komunikasi dan membangun hubungan yang baik. Oleh sebab itu, pelanggan belum memiliki kepuasan untuk berbelanja.<sup>3</sup> Adapun produk yang kadaluarsa juga kurang diberikan pemberitahuan dan pengecekan secara berkala. Hal tersebut juga mencakup produk-produk yang rentan seperti roti dan kue, pramuniaga dan kasir seharusnya memberitahukan kepada konsumen bahwa produk masih atau tidak layak dikonsumsi sampai dengan tanggal dimana produk tersebut kadaluarsa. Berbagai hal tersebut merupakan aturan yang tertulis didalam SOP. Manusia dianugerahkan oleh Allah berupa naluri untuk

---

<sup>1</sup>Ayu, Wawancara, 02 April 2024

<sup>2</sup>M. Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi* (Bogor: Penebar Plus, 2012), 32.

<sup>3</sup>Winda, Wawancara, 02 April 2024

membedakan antara manfaat dan mudharat, baik atau tidak baik, mengerjakan terhadap apa yang disenangi atau menjauhkan apa yang tidak disukai, sehingga melahirkan dorongan fitrah yang mengantarkan kepada aneka aktivitas.<sup>4</sup> Dampak tauhid juga berlaku terhadap penekanan sifat sabar yang harus dimiliki oleh karawan. Akhlak dan sikap menghormati antar sesama karyawan dan pelanggan juga merupakan hal yang harus dimiliki. Jika ada pelanggan yang komplain harus dihadapi dengan memberikan alasan mengapa produk yang sudah kadaluarsa tetapi masih di dispaly. Selain hal tersebut, didalam SOP juga mewajibkan karyawan untuk menjalankan kewajiban ibadah sesuai dengan syariat Islam.<sup>5</sup>

## 2. Fathonah (Cerdas dan Bijaksana)

Fathonah memiliki makna pemimpin yang cerdas dan bijaksana. Penerapan Etika bisnis Islam yang dilakukan pada penjualan produk. Etika bisnis Islam dapat memberikan keleluasaan pada pelaku bisnis untuk mengembangkan Bisnisnya tidak hanya bertujuan pada jangka pendek akan tetapi terkonsep dalam jangka panjang. Hal tersebut dapat dilakukan jika karyawan dan manajemen memikirkan dan melakukan tanggung jawab sesuai dengan semestinya. Prinsip keadilan dengan menjalankan transaksi yang fair, sikap jujur, dan saling menghargai merupakan wujud untuk

---

<sup>4</sup>M. Quraish Shihab, *Bisnis Sukses Dunia Akhirat: Berbisnis Dengan Allah* (Ciputat: Lentera Hati, n.d.), 1.

<sup>5</sup> Sevy, Wawancara, 02 April 2024

mendorong kepercayaan dan loyalitas pelanggan. . Dengan demikian prinsip hidup yang diajarkan al-Quran ialah kerja dan kerja keras.<sup>6</sup>

Bintang Swalayan, Jimbe, Jenangan belum menerapkan prinsip fathonah kepada seluruh karyawan untuk memimpin dirinya dalam melakukan pelayanan kepada pelanggan.<sup>7</sup> Wujud tersebut dilakukan dengan belum menekankan sikap yang penuh perhatian dan kejujuran dalam pelaksanaan tugas. Melayani pelanggan dengan tidak bersemangat yang dilakukan oleh pramuniaga dan kasir yang membuat pelanggan kurang puas dengan pelayanan.<sup>8</sup>

### 3. Kejujuran

Kejujuran merupakan dampak yang diperoleh dari adanya penerapan etika bisnis Islam dalam penjualan produk. Dalam pelayanan bisnis yang dilakukan oleh karyawan pada Bisnis Bintang Swalayan jimbe jenangan dapat membekali diri para pelaku didalamnya untuk membiasakan perilaku jujur. Jujur merupakan kunci utama bahwa pelayanan dapat diberikan dengan baik. Sikap jujur dapat ditekankan untuk membentuk upaya melayani dengan maksimal. Marketer yang baik akan mampu memelihara integritasnya, sehingga menimbulkan kepercayaan bagi pelanggan atau konsumennya.<sup>9</sup>

---

<sup>6</sup>Shihab, *Bisnis Sukses Dunia Akhirat: Berbisnis Dengan Allah*, 411.

<sup>7</sup>Fahrul Fardani, Wawancara, 02 April 2024

<sup>8</sup>Ayu, Wawancara, 02 April 2024

<sup>9</sup>Herman Kertajaya, *Syari'ah Marketing* (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006), 56.

Karyawan Bintang Swalayan menyadari bahwa, jujur merupakan salah satu bentuk tanggung jawab agar dapat memberikan kemudahan pelanggan dalam berbelanja. Adapun bentuknya adalah jujur mengenai kualitas produk yang dijual. Karyawan dengan senantiasa menjelaskan produk yang mereka jual apakah sudah sesuai dengan keinginan pelanggan atau belum. Selain itu, standar produk juga menjadi kunci utama bahwa, produk yang bagus, memiliki kegunaan, dan kelayakan produk merupakan faktor utama yang dijelaskan kepada pelanggan.<sup>10</sup>

Etos kerja yang jujur dengan menjaga tugas yang telah diberikan juga dilakukan oleh karyawan pada Bintang Swalayan Jimbe, Jenangan. Proses merencanakan, mengisi administrasi, dan melakukan kegiatan administrasi merupakan kepedulian yang dibangun oleh karyawan dalam hal kejujuran. Oleh sebab itu, kejujuran dipandang sebagai hal penting yang dimiliki dan terbentuk pada diri karyawan akibat adanya penerapan etika bisnis Islam pada penjualan produk di Bintang Swalayan Jimbe, Jenangan.

#### 4. Amanah (Dapat Dipercaya)

Dampak selanjutnya yang ditimbulkan dari adanya etika bisnis Islam pada Bintang Swalayan Jimbe, Jenangan adalah amanah. amanah memiliki keterkaitan yaitu, memberikan pelayanan yang terbaik. Hal tersebut dilakukan oleh pihak manajemen dengan memberikan dorongan kepada karyawan untuk menciptakan hubungan yang baik dengan pelanggan.

---

<sup>10</sup>Winda, Wawancara, 02 April 2024

Adapun bentuknya adalah memiliki responsifitas terhadap kebutuhan pelanggan. Berkaitan dengan hal tersebut, pelayanan juga memuat aktifitas untuk menangani keluhan pelanggan. Hanya saja kebajikan/ihsan, Naqvi menempatkannya sebagai bagian keseimbangan yaitu al-‘Adl wa allhsan, sedangkan Beekun menempatkannya pada bagian tersendiri.<sup>11</sup> Sementara Quraish Shihab merangkum nilai-nilai Islam secara umum dalam empat pokok, yaitu tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, dan tanggung jawab.<sup>12</sup>

Pelayanan yang baik dalam berniaga merupakan ajaran Agama Islam sebagai bentuk amanah. Menjalankan tanggung jawab merupakan bentuk kebaikan yang berbuah pahala. Oleh sebab itu, karyawan Bintang Swalayan Jimbe, Jenangan menyadari akan pentingnya memberikan pelayanan yang baik. Adapun pelayanan yang dibelikan telah dilakukan menurut hal-hal yang telah tercantum dalam SOP. Penampilan yang bersih, rapi, bersikap ramah, dan menjalankan interaksi komunikasi yang baik adalah merupakan bentuk pelayanan yang baik.<sup>13</sup> Dalam melakukan pelayanan karyawan selalu merapkan tegur sapa, salam, dan senyum sebagai bentuk tanggung jawab perilaku karyawan yang dilakukan kepada pelanggan.<sup>14</sup> Musyawarah juga ditekankan kepada karyawan untuk memaksimalkan kinerja mereka. Oleh sebab itu jika dilihat dengan seksama karyawan Bintang Swalayan, Jimbe,

---

<sup>11</sup>Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, 22.

<sup>12</sup>M. Quraish Shihab, *Wawasan Al-Qur'an: Tafsir Tematik Atas Pelbagai Persoalan Umat* (Bandung: Pustaka Mizan, 2007), 409.

<sup>13</sup>Ayu, Wawancara, 02 April 2024

<sup>14</sup>Alvantry, Wawancara, 02 April 2024

Jenangan selalu berupaya untuk mewujudkan kualitas pelayanan yang baik dalam tugas kerja yang mereka emban sehari-hari.

## **B. Analisis Dampak Penerapan Etika bisnis Islam pada Pelayanan Penjualan terhadap Keberhasilan Bisnis di Bintang Swalayan Jimbe**

Penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam ini menjadi landasan bagi keberhasilan Bintang Swalayan dalam jangka panjang. Reputasi baik, loyalitas pelanggan, dan kepercayaan dari masyarakat adalah keuntungan yang diperoleh dari konsistensi mereka dalam mematuhi etika bisnis. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, Bintang Swalayan tidak hanya mencapai keuntungan materi, tetapi juga keberkahan dalam Bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam. Adapun dalam rangka mewujudkan keberhasilan Bisnis di Bintang Swalayan yaitu :

### **1. Tabligh (Komunikatif)**

Prinsip tabligh yang diterapkan dalam etika bisnis di Bintang Swalayan Jimbe mempengaruhi setiap aspek manajemen dan pelayanan, dengan menekankan bahwa segala aktivitas berada dalam pengawasan Allah SWT. Pemahaman ini mendorong pelayanan penjualan yang dilakukan oleh karyawan dengan sikap jujur dalam menjalankan tugas, dimana karyawan menyadari bahwa integritas dalam bekerja merupakan bentuk ketaatan terhadap Allah. Dengan menghindari perilaku manipulatif dan bersikap amanah, dapat menciptakan hubungan yang tulus dengan pelanggan, yang pada gilirannya memperkuat kepercayaan konsumen dan berdampak positif pada keberlanjutan bisnis.



Kepedulian karyawan terhadap nilai-nilai tauhid juga tercermin dalam loyalitas mereka terhadap pelayanan penjualan yang dilakukan, di mana pekerjaan tidak hanya dipandang sebagai sumber penghasilan, tetapi juga sebagai tanggung jawab spiritual. Kesadaran ini membentuk sikap karyawan yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan material, melainkan lebih kepada kualitas pekerjaan yang dilandasi niat ibadah. Dengan melakukan pelayanan penjualan secara sungguh-sungguh, mereka berkontribusi pada stabilitas dan pertumbuhan Bisnis, menciptakan lingkungan kerja yang saling mendukung antara tujuan duniawi dan tuntunan ilahi.

Dalam praktik sehari-hari, nilai tauhid ini mengajarkan para karyawan untuk mengedepankan akhlak yang baik dalam interaksi dengan pelanggan dan rekan kerja, karena mereka memahami bahwa keberkahan dalam Bisnis tercapai ketika mereka bekerja sesuai dengan ajaran agama. Kejujuran dan amanah yang dipegang teguh menjadi fondasi utama dalam menciptakan pelayanan penjualan yang berkualitas, di mana pelanggan merasa dihargai dan diperlakukan dengan adil. Pendekatan ini secara langsung meningkatkan loyalitas pelanggan, yang percaya bahwa pelayanan dalam penjualan yang dilakukan di Bintang Swalayan Jimbe memiliki nilai etis yang mendalam.

Secara keseluruhan, prinsip tauhid tidak hanya meningkatkan kualitas hubungan dengan pelanggan tetapi juga menjadi pondasi dalam pelayanan penjualan yang bermoral. Keberhasilan bisnis dianggap sebagai

bentuk rezeki yang diberikan oleh Allah SWT, dan rasa syukur ini mendorong pengelola untuk terus memperbaiki kualitas layanan dalam penjualan dan menjaga amanah yang diberikan. Implementasi nilai tauhid ini menjadi bukti bahwa pengelolaan Bisnis yang berlandaskan keimanan dapat membawa keberkahan dan kesuksesan jangka panjang.

Dengan mengedepankan nilai-nilai Islam dalam aktivitas bisnis, Bintang Swalayan Jimbe menunjukkan bahwa etika bisnis Islam dapat membawa keberkahan, baik bagi karyawan yang mengamalkan nilai-nilai ketuhanan maupun bagi pelanggan yang merasakan kejujuran dan kualitas dalam setiap transaksi. Prinsip tauhid mengajarkan bahwa Allah SWT selalu mengawasi setiap tindakan manusia, yang menumbuhkan kesadaran bagi karyawan untuk bersikap jujur dalam pekerjaannya. Kesadaran ini mendorong mereka untuk menghindari perilaku curang atau manipulasi karena mereka memahami bahwa kebenaran dan integritas merupakan perintah Allah. Sikap jujur ini pada gilirannya membangun kepercayaan dalam hubungan antara karyawan dan pelanggan Bintang Swalayan, yang menjadi landasan bagi keberhasilan dan keberkahan Bisnis tersebut.<sup>15</sup>

## 2. Fathonah (Cerdas dan Bijaksana)

Para pelaku bisnis memiliki tanggung jawab untuk melestarikan sumber daya dan membangun Bisnis yang berkelanjutan. Kesadaran ini mendorong mereka untuk melakukan perencanaan jangka panjang yang

---

<sup>15</sup>Fahrul Fardani Wawancara, 02 April 2024

tidak hanya memberikan keuntungan bagi perusahaan, tetapi juga mempertahankan keberkahan dalam Bisnis.Fathonah sebagai dampak dari adanya penerapan etika bisnis Islam di Bintang Swalayan Jimbe, Jenangan, Ponorogo, kurangnya tanggung jawab dalam pelayananpenjualan yang dilakukan. Prinsip ini menekankan pentingnya keadilan, yang menciptakan transaksi yang fair serta mendorong kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Contohnya, Winda sebagai kasir melayani setiap transaksi dengan baik, penuh perhatian, dan jujur, menunjukkan komitmen terhadap integritas dalam pengelolaan keuangan.tetapi pada saat swalayan rame pelanggan, dia mengaku kuwalyan untuk melayani pelanggan. Alvantry, sebagai pramuniaga, juga menekankan pentingnya pengawasan terhadap produk yang dipajang, memastikan produk tertata dengan rapi dan memperingatkan konsumen tentang tanggal kedaluwarsa produk agar mereka tidak salah mengambil barang. Pendekatan ini tidak hanya mengutamakan kepuasan pelanggan, tetapi juga mencerminkan nilai tanggung jawab dan amanah dalam melayani.

Karyawan di Bintang Swalayan tidak hanya fokus pada keuntungan jangka pendek, tetapi juga memikirkan dampak jangka panjang dari pelayanan penjualan yang mereka berikan. Pelayanan yang baik menjadi prioritas untuk mewujudkan pertumbuhan Bisnis yang berkelanjutan dan lebih baik ke depannya. Dampak dari penerapan etika bisnis Islam yang berlandaskan prinsip khilafah ini tidak hanya terlihat dalam manajemen swalayan, tetapi juga dalam peningkatan kualitas individu karyawan. Prinsip

khilafah mendorong karyawan untuk memberikan pelayanan penjualan yang bertanggung jawab dan memperhatikan kesejahteraan pelanggan serta, berkontribusi pada reputasi swalayan serta kepercayaan pelanggan.

Penerapan konsep khalifah mengarahkan karyawan untuk berlaku tanggung jawab atas produk yang dijual. Jika ada kecacatan pada barang maka barang tersebut bisa ditukar dengan membawa bukti struk belanjaan, jika stok barang sudah habis maka uang pelanggan akan dikembalikan.<sup>16</sup> Dengan begitu akan menambah volume penjualan pendapatan di Bintang Swalayan dan akan mempengaruhi keberhasilan bisnis di Bintang Swalayan.

### 3. Shidiq (Kejujuran)

Kejujuran dalam bisnis merupakan pilar utama yang tidak hanya menjaga integritas pelayanan penjualan, tetapi juga membangun kepercayaan antara karyawan dan pelanggan. Di Bintang Swalayan Jimbe, dampak penerapan etika bisnis yang berlandaskan kejujuran tercermin dalam komitmen karyawan dalam pelayanan penjualan untuk menyampaikan informasi produk dengan akurat dan tanpa manipulasi. Menurut Abdul Aziz, tentang indikator etika bisnis dalam Islam yang mengatakan bahwa kejujuran pelaku bisnis yaitu tidak mengambil keuntungan hanya untuk dirinya sendiri dengan cara menyuap, menimbun barang, berbuat curang dan menipu, tidak memanipulasi barang dari segi kualitas dan kuantitasnya.<sup>17</sup> Dengan

---

<sup>16</sup> Sevy, Wawancara, 02 April 2024

<sup>17</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha*.

memastikan kualitas dan kejelasan harga, konsumen mendapatkan produk sesuai dengan nilai yang mereka bayar. Hal ini membantu konsumen dalam membuat keputusan yang tepat, sehingga menciptakan hubungan yang lebih kokoh antara swalayan dan para pelanggan.

Penerapan prinsip kejujuran dalam etika bisnis Islam di Bintang Swalayan Jimbe merupakan kunci dalam membangun hubungan yang saling percaya antara pelayanan, karyawan, dan pelanggan. Kejujuran di sini bukan hanya sebagai nilai moral, tetapi sebagai pondasi untuk menciptakan transparansi. Dengan adanya keterbukaan dalam menyampaikan informasi tentang produk, harga, dan kualitas. Berdasarkan hal tersebut, dampak pelayanan penjurulan yang dirasakan oleh pelanggan merasa dihargai dan dilayani dengan baik. Kepercayaan yang terbentuk dari keterbukaan ini mendorong pelanggan merasa aman, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas mereka.

Selain memperkuat hubungan dengan pelanggan, kejujuran dalam lingkungan kerja mendorong loyalitas dan dedikasi karyawan. Karyawan yang merasakan transparansi dan kejujuran dari manajemen cenderung bekerja dengan lebih baik dan setia terhadap perusahaan. Hubungan yang sehat dan saling percaya ini menciptakan lingkungan kerja yang kondusif, di mana setiap orang merasa dihargai dan berkomitmen untuk menjalankan tugasnya dengan integritas. Hal ini sesuai dengan teori menurut Abdul Aziz, tentang indikator etika bisnis dalam Islam yang mengatakan bahwa kejujuran juga merupakan kemampuan pelaku bisnis untuk menciptakan

keseimbangan/moderasi dalam transaksi (mengurangi timbangan) dan membebaskan penindasan, misalnya riba dan memonopoli Bisnis. Kesiediaan pelaku bisnis untuk menerima pendapat orang lain yang lebih baik dan lebih benar, serta menghidupkan potensi dan inisiatif yang konstruktif, kreatif dan positif.<sup>18</sup>Dengan kejujuran yang diterapkan secara konsisten, Bintang Swalayan berhasil membangun budaya kerja yang positif, yang mendukung keberlanjutan Bisnis dalam jangka panjang.

Secara keseluruhan, kejujuran menjadi strategi bisnis yang efektif di Bintang Swalayan, di mana nilai ini memberikan dampak nyata pada pertumbuhan dan keberlanjutan Bisnis. Hubungan yang kuat dan transparan dengan pelanggan meningkatkan reputasi swalayan dan memastikan pelanggan tetap setia. Di sisi lain, kejujuran juga berfungsi sebagai investasi yang memperkuat daya saing perusahaan di pasar dan memberikan manfaat jangka panjang bagi semua pemangku kepentingan.

Penerapan kejujuran di swalayan ini juga mencakup penilaian dan evaluasi kinerja karyawan secara berkala. Karyawan menjalankan tugas dengan penuh tanggung jawab, kedisiplinan, dan sikap humanis yang berlandaskan nilai-nilai agama dan masyarakat. Kejujuran menjadi prinsip utama yang diterapkan manajemen agar setiap karyawan selalu memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen. Dengan berfokus pada sikap disiplin,

---

<sup>18</sup>AbdulAziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Bisnis Islami Untuk Dunia Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2013), 43-45.

tanggung jawab, dan komitmen terhadap kebaikan dalam bekerja, kejujuran menjadi fondasi yang mendukung etika bisnis di swalayan ini.

Selain menjaga hubungan dengan konsumen, kejujuran juga membentuk karakter karyawan yang berintegritas tinggi. Karyawan didorong untuk menghindari perilaku yang dapat menimbulkan masalah di tempat kerja dan untuk tetap konsisten dalam mengikuti aturan yang ada. Mereka diberdayakan untuk menjaga kedisiplinan, bekerja ulet, serta teliti dalam setiap tanggung jawabnya, sehingga secara tidak langsung mereka mengembangkan keterampilan profesional serta meningkatkan kepercayaan diri dalam pekerjaan. Karyawan tidak hanya bekerja demi keuntungan material, tetapi juga berbisnis mencapai kepuasan batin melalui praktik kejujuran yang menjadi nilai ibadah. Hal ini sesuai dengan teori menurut Abdul Aziz, tentang indikator etika bisnis dalam Islam yang mengatakan bahwa kejujuran juga merupakan kemampuan pelaku bisnis untuk menciptakan keseimbangan/moderasi dalam transaksi (mengurangi timbangan) dan membebaskan penindasan, misalnya riba dan memonopoli Bisnis. Kesiapan pelaku bisnis untuk menerima pendapat orang lain yang lebih baik dan lebih benar, serta menghidupkan potensi dan inisiatif yang konstruktif, kreatif dan positif.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup>AbdulAziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Bisnis Islami Untuk Dunia Bisnis* (Bandung: Alfabeta,2013), 43-45.

Dengan adanya audit dan laporan stok secara berkala, Bintang Swalayan memastikan semua produk yang dijual telah diperiksa kelayakannya sesuai dengan standar mutu. Praktik ini tidak hanya menguntungkan konsumen, tetapi juga berperan dalam menjaga stabilitas dan keberhasilan bisnis. Keseluruhan praktik etika bisnis ini mencerminkan bahwa penerapan kejujuran memberikan dampak positif yang signifikan bagi konsumen maupun bagi karyawan secara pribadi. Etika bisnis Islam yang fokus pada nilai-nilai kejujuran menciptakan lingkungan kerja yang harmonis, produktif, dan amanah, yang pada akhirnya turut mendukung keberhasilan jangka panjang swalayan ini.

#### 4. Amanah (Dapat Dipercaya)

Prinsip Amanah dalam etika bisnis Islam, menekankan kebaikan dan kualitas tertinggi, memainkan peran penting dalam menciptakan kesuksesan dalam pelayanan penjualan yang dilakukan. Bintang Swalayan Jimbe, ihsan diwujudkan dengan memperlakukan semua karyawan secara adil dan tanpa diskriminasi, baik karyawan baru maupun lama, serta mengedepankan bimbingan ketimbang hukuman dalam menangani kesalahan. Sikap adil ini memberikan dampak terhadap lingkungan kerja yang positif, di mana karyawan merasa dihargai dan termotivasi untuk bekerja dengan baik. Perlakuan yang adil juga meningkatkan loyalitas karyawan dalam melakukan pelayanan penjualan, karena mereka merasakan kepercayaan dan dukungan dari manajemen yang menghargai kontribusi masing-masing individu.



Selain kepada karyawan, prinsip ihsan diterapkan kepada pelanggan, yang dilayani dengan perhatian dan diberi harga serta kualitas produk yang sama, tanpa melihat status sosial atau latar belakang mereka. Pendekatan ini menunjukkan bahwa bisnis tidak hanya berfokus pada keuntungan finansial semata, tetapi juga pada etika pelayanan yang memberikan nilai tambah bagi pelanggan. Dengan menjaga keadilan dan konsistensi dalam pelayanan, swalayan ini membangun kepercayaan yang kuat dengan konsumen, yang merasa dihargai sebagai bagian dari bisnis.

Penerapan prinsip amanah yang mengedepankan kesetaraan tidak hanya berdampak pada kepuasan karyawan dan pelanggan, tetapi juga berkontribusi pada keberhasilan bisnis secara keseluruhan. Dengan menciptakan suasana kerja yang harmonis dan profesional, karyawan termotivasi untuk memberikan layanan terbaik, sementara pelanggan yang merasakan keadilan dalam pelayanan cenderung memiliki pengalaman positif dan ingin kembali berbelanja. Kepercayaan yang terbangun antara manajemen, karyawan, dan pelanggan menjadi aset berharga dalam keberlanjutan Bisnis swalayan.

Keseluruhan penerapan amanah ini menumbuhkan loyalitas di semua tingkatan baik dari karyawan yang setia bekerja dan merasa nyaman di lingkungan kerja yang mendukung, maupun dari pelanggan yang merasa dihargai sebagai konsumen. Sikap adil dan amanah dalam bisnis terbukti tidak hanya menjaga reputasi swalayan, tetapi juga menciptakan keuntungan

jangka panjang yang stabil, di mana semua pihak merasa diuntungkan dan didukung dalam ekosistem bisnis yang beretika dan bermartabat.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

1. Etika Bisnis Islam yang diterapkan di Bintang Swalayan Jimbe berdasarkan hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang di peroleh dari kepalatoko dan karyawan, dapat disimpulkan bahwa Bintang Swalayan sudah menerapkan etika bisnis Islam, yaitu shidiq dan Amanah. Kejujuran menciptakan kepercayaan, sementara tanggung jawab menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Keduanya tidak hanya membawa keuntungan duniawi, tetapi juga keberkahan yang mendukung keberlanjutan dan kesuksesan usaha dalam jangka panjang. Sedangkan di Bintang Swalayan Jimbe belum sepenuhnya menerapkan tabligh dan fathonah. Meskipun karyawan Bintang Swalayan Jimbe belum sepenuhnya menerapkan dasar-dasar pelayanan berdasarkan kemampuan dan tindakan yang baik, namun dalam menerapkan dasar-dasar pelayanan berdasarkan sikap, perhatian, dan tanggung jawab, Bintang Swalayan Jimbe sudah menerapkan sesuai dengan dasar-dasar pelayanan tersebut.
2. Penerapan etika bisnis Islam pada Keberhasilan Bisnis di Bintang Swalayan Jimbe Jenangan Ponorogo memiliki dampak yang baik tidak hanya kepada karyawan dan manajemen akan tetapi dampak tersebut juga memiliki kebermanfaatn bagi keberhasilan bisnis di Bintang Swalayan.

3. Penerapan Etika Bisnis Islam di Bintang Swalyan Jimbe sudah diterapkan dengan baik terhadap kemajuan bisnis, dapat dilihat dari tinjauan prinsip tabligh, shidiq, Amanah, fathonah. Berdasarkan indicator keberhasilan usaha bisnis pada pendapatan dan volume penjualan belum sepenuhnya berjalan dengan baik karena volume penjualan dan pendapatan tidak selalu meningkat.

#### **B. Saran**

1. Bagi masyarakat sebaiknya dapat memberikan evaluasi terhadap kegiatan belanja yang dilakukan kepada pengelola Bisnis. Hal ini diharapkan agar Bisnis Pelayanan penjualan pada Bintang Swalyan Jimbe Jenangan dapat lebih maksimal terhadap pelayanan penjualan kepada pelanggan.
2. Bagi Bintang Swalyan Jimbe Jenangan Ponorogo diharapkan untuk selalu berinovasi dengan program-program yang baik. Hal ini dapat dilakukan untuk kemajuan bisnis di Bintang Swalyan Jimbe.
3. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah, mengambil, dan menggabungkan penelitian ini dengan penelitian lainnya, sehingga kedepan dapat tercipta penelitian yang lebih baik dan berkemajuan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifudin, and Beni Ahmad Saebani. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Pustaka Setia, 2012.
- Afrizal, Rahmat. "Etika Bisnis Islam Perspektif Muhammad Djakfar." Universitas Islam Negeri Sumatra Utara Medan, 2017.
- Agustina, Heni. "Pengaruh Kegiatan Promosi Asuransi Bumiputera 1912 Syariah Yogyakarta Terhadap Hasil Penjualan Suatu Produk." Universitas Islam Indonesia, n.d.
- Aisah, Siti. "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Pemasaran Produk Mitra Iqro Di Asuransi Bumiputera 1912 Syariah Yogyakarta," n.d.
- Alfazalurrahman. *Muhammad Sebagai Seorang Pedagang*. Jakarta: Yayasan Swarna Bhumi, 1997.
- Alma, Buchari. *Manajemen Bisnis Syari'ah*. Bandung: Alfabeta, 2008.
- Amalia, Fitri. "Etika Bisnis Islam : Konsep Dan." *Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil* 6, no. 1 (2014): 116–25. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/30987>.
- Amaroh, Siti, Husnurrosyidah, and Ely Masykuroh. "Financial Attitude, Trust, and ROSCAs' Member Commitment: Social Relations as Mediating Factor." *Global Business and Finance Review* 28, no. 3 (2023): 35–49. <https://doi.org/10.17549/gbfr.2023.28.3.35>.
- Aminuddin, Luthfi Hadi, and Isnatin Ulfah. "Epistemology of Islam Nusantara: Transformation of Islamic Legal Thought in Nahdlatul Ulama (NU)." *Justicia Islamica* 18, no. 2 (2021): 355–74. <https://doi.org/10.21154/justicia.v18i2.3095>.
- Aziz, Abdul. *Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Buchar, Alma. *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islami*, n.d.
- Dawson, Catherine. *Metode Penelitian Praktis: Sebuah Panduan*, Terj. M. Widiono. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, n.d.
- Departemen Agama RI. *Alquran Dan Terjemahnya*. Jakarta: PT Bumi Restu, 1978.
- Djakfar, M. *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Bogor: Penebar Plus, 2012.

- Farma, Junia, and Khairil Umuri. "Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Strategi Promosi Produk Asuransi Takaful." *Cakrawala: Jurnal Studi Islam* 15, no. 1 (2020): 19–29. <https://doi.org/10.31603/cakrawala.v15i1.3268>.
- Hanifah Noor Setyawan, and Amin Wahyudi. "Tinjauan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Praktik Pemasaran Bawang Merah Di Pasar Malon, Sukorejo, Ponorogo." *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* 2, no. 2 (2022): 305–32. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v2i2.989>.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Modern English Express, 1997.
- Keraf, Sony. *Etika Bisnis Tuntutan Dan Relevansinya*. Jakarta: Kanisius, 1995.
- Kertajaya, Herman. *Syari'ah Marketing*. Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006.
- Maharani, Shinta, Asmak Ab Rahman, and Veni Soraya Dewi. "Learn From The Biggest Accounting Fraud In 95 Years." *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi* 23, no. 1 (2023): 19–39.
- Maharani, Shinta, Ab Rahman Asmak, and Dewi Septian Arif. "Customer Satisfaction and Sharia Service Quality at Surya Mart Ponorogo: Case Study from Indonesia." *EJIF - European Journal of Islamic Finance* 17, no. December 2020 (2021): 1–7. <https://doi.org/10.13135/2421-2172/5489>.
- Mardiyah, Ema, and Asep Suryanto. *Analisis Penerapan Etika Bisnis Syari'ah Di Pasar Modern Singapura Kab. Tasikmalaya*. Fakultas Ekonomi Universitas Tasikmalaya. Tasikmalaya, 2010.
- Miles, Matthew B., and A. Michael Huberman. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: UI Press, 2014.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010.
- Muhammad. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2001.
- . *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2004.
- . *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004.
- Muhammad, and Alimin. *Etika Dan Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: BPFE UGM, 2005.
- Muhammad, Syakir Sula, and Hermawan Kertajaya. *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan, 2006.
- Munir, Moh., and Dkk. *Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu*

- Keguruan*. Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2022.
- Muslich. *Bisnis Syariah, Perspektif Muamalah Dan Manajemen*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2001.
- . *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Ekonesia, 2004.
- Mustaq, Ahmad. *Etika Bisnis Dalam Islam, Jakarta*. Jakarta: Pustaka Al Kautsar, 2001.
- Nadia. “Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Industri Rumahan Kue Adee Kak Nah Di Pidie Jaya),” 2020.
- Novita Ambarsari, and Luhur Prasetyo. “Perilaku Pedagang Di Pasar Wisata Plaosan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.” *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* 2, no. 1 (2022): 121–38. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v2i1.732>.
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi Tiga Belas*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Puspita, Arum. “Akhir Kisah Emak-Emak Labrak Karyawan Minimarket Diduga Jual Produk Kadaluarsa.” *Surya.Co.Id*, 2024. <https://surabaya.tribunnews.com/2024/01/10/akhir-kisah-emak-emak-labrak-karyawan-minimarket-diduga-jual-produk-kadaluarsa-ini-kata-manajemen>.
- Rahmadani, Novi. “Analisis Efektivitas Sistem Pengendalian Internal Atas Persediaan Barang Dagang Pada PT. Perusahaan Perdagangan Indonesia (Persero) Cabang Medan,” 2019.
- Ramdan, Anton. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Bee Media Indonesia, 2013.
- Rana, Atiqa. “Heboh Pengunjung Dibentak Pelayan Mixue Sampai Gemetar, Ini Kronologinya.” *Detik Food*, 2023. <https://food.detik.com/info-kuliner/d-6800646/heboh-pengunjung-dibentak-pelayan-mixue-sampai-gemetar-ini-kronologinya>.
- RI Departemen Agama. *Al- Qur'an Dan Terjemah, Qs. Insyarrah Ayat 6 - 8*. Bandung: Yayasan Penyelenggara Terjemah Al-Qur'an, 3AD.
- Ribut Muji Wahono, and Ely Masykuroh. “Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Daya Saing Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Nganjuk Yos Sudarso.” *Falahiya: Journal of Islamic Banking and Finance* 1, no. 2 (2022): 156–72. <https://doi.org/10.21154/falahiya.v1i2.952>.
- Rofi'ah, Khusniati, and Moh Munir. “Jihad Harta Dan Kesejahteraan Ekonomi Pada Keluarga Jamaah Tabligh: Perspektif Teori Tindakan Sosial Max

Weber.” *Justicia Islamica* 16, no. 1 (2019): 193–218. <https://doi.org/10.21154/justicia.v16i1.1640>.

Shihab, M. Quraish. *Bisnis Sukses Dunia Akhirat: Berbisnis Dengan Allah*. Ciputat: Lentera Hati, n.d.

———. *Wawasan Al-Qur’an: Tafsir Tematik Atas Pelbagai Persoalan Umat*. Bandung: Pustaka Mizan, 2007.

Singaribuan, Masri, and Sofyan Efendi. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3IES, 1981.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D, Bandung*. 8th ed. Bandung: Alfabeta, 2009.

Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian-Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustakabarupress, n.d.

Tjiptono, Fandy. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi Offset, 2005.

Triwibowo, Riski. “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pengelolaan Produk Penjualan Swalayan Pamella 1 Yogyakarta.” Universitas Islam Indonesia, 2011.

UII, Tim Penulis MSI. *Menjawab Keraguan Berekonomi Syariah*. Yogyakarta: Safiria Insania Press, 2008.

Usmara, A. *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Amara Books, 2003.

Utsman, Sabian. *Dasar-Dasar Sosiologi Hukum: Makna Dialog Hukum & Masyarakat*. III. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016.

Widodo. *Metodologi Penelitian Populer & Praktis*. II. Depok: PT. RajaGrafindo Perseda, 2018.

Zaenal Arifin, Mohamad, Muh Anshori, and Sekolah Tinggi Agama Islam Binamadani. “Pemasaran Syariah Dalam Perspektif Hadits Dan Aplikasinya Pada Perbankan Syariah.” *Agustus* 5, no. 2 (2022): 83–97. <https://stai-binamadani.e-journal.id/madanisyariah>.

P O N O R O G O





**IAIN**  
P O N O R O G O