

DAMPAK PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP KEMAJUAN BISNIS *HOME INDUSTRY* PADA PERUSAHAAN BANDENG MONTOK UMMUQONI PEMALANG JAWA TENGAH

Oleh: Wahyu Mijil Sampurno¹

Abstrak

Etika bisnis Islam merupakan norma etika berbasiskan Al-Qur`an dan Hadits yang harus dijadikan sebagai pedoman hidup oleh para pebisnis. Etika bisnis Islam ditekankan kepada kebebasan manusia untuk bertindak dan bertanggung jawab karena kepercayaannya terhadap kekuasaan Allah SWT. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis secara komperhensif serta tuntas tentang penerapan etika bisnis yang diterapkan oleh perusahaan bisnis home industry. Kemudian dilanjutkan dengan mendeskripsikan dampak yang didapatkan perusahaan setelah menerapkan prinsip etika bisnis Islam. Faktor yang digunakan untuk menganalisis dampak penerapan etika bisnis Islam terhadap kemajuan bisnis perusahaan adalah aksioma sistem etika bisnis Islam yaitu tauhid, kehendak bebas, keseimbangan, tanggung jawab, dan kebajikan (*ihsan*). Kemudian faktor tersebut digunakan untuk menganalisis beberapa aspek yang dapat menjadi parameter kemajuan bisnis pada sebuah perusahaan. Beberapa aspek tersebut antara lain pemasaran, manajemen dan SDM, hukum, sosial, dampak lingkungan, dan finansial. Penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan (*field research*) dengan mengunjungi langsung objek yang akan diteliti untuk mendapatkan data yang dibutuhkan. Penulis melakukan wawancara dan observasi tentang operasional pada perusahaan Bandeng Montok Ummuqoni di Pemalang Jawa Tengah. Adapun metode analisis yang digunakan untuk memproses data yang telah diperoleh adalah metode analisis deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan Bandeng Montok Ummuqoni telah menerapkan etika bisnis Islam dengan mengintegrasikan kelima aksioma etika bisnis Islam terhadap keenam aspek parameter kemajuan bisnisnya. Melalui keberhasilan perusahaan dalam mengintegrasikan etika bisnis Islam tersebut, maka tercerminlah etika bisnis Islam dalam setiap proses kegiatan perusahaan.

Kata Kunci: Dampak, Etika, Bisnis Islam, *Home Industry*

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ilmu bisnis sebenarnya sudah ada sejak pada masa Rasulullah SAW. Apabila ditinjau dari sejarah maka akan mengenal Rasulullah Muhammad SAW sebagai pelaku bisnis yang sukses dimasa hidupnya. Hingga sekarang, bisnis mengalami perkembangan yang semakin pesat apalagi didukung oleh berbagai sistem teknologi informasi yang tentunya semakin hari semakin berkembang

¹ Penulis adalah mahasiswa aktif pada Prodi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta. E-mail: abiumi.sampurno88@gmail.com.

pesat pula. Kata etika berasal dari kata *ethos* yang dalam bahasa Yunani berarti kebiasaan (*custom*). Dalam kamus Webster etika adalah *the distinguishing character, sentiment, moral nature, or guiding beliefs of a person, group, or institution* (karakter istimewa, sentimen, tabiat moral, atau keyakinan yang membimbing seseorang, kelompok atau institusi).² Di dalam era bisnis modern seperti pada saat ini, untuk menghadapi berbagai persaingan bisnis serta untuk mewujudkan persaingan yang sehat dalam bisnis, maka dikenal dengan istilah etika bisnis.

Etika bisnis digunakan sebagai pengendali perilaku persaingan bisnis agar sesuai dengan norma yang ada. Suatu persaingan bisnis dapat dinilai baik, apabila memenuhi seluruh norma bisnis yang ada. Etika bisnis juga dapat dipergunakan oleh para pelaku bisnis sebagai sumber paradigma dalam menjalankan suatu bisnis yang baik.³ Umumnya bisnis diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang untuk memperoleh keuntungan dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup dengan cara mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien.⁴ Tentunya dengan adanya prinsip etika bisnis Islam maka suatu bisnis dapat berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Fakta yang terjadi pada awal tahun 2015, terjadi kasus keracunan makanan yang cukup banyak di Indonesia. Dalam beberapa minggu ditahun 2015 terjadi kejadian luar biasa (KLB) keracunan makanan pada sejumlah daerah. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan (Balitbangkes) Kementerian Kesehatan Tjandra Yoga Aditama mengungkapkan bahwa banyak kejadian luar biasa berupa keracunan makanan pada beberapa minggu diawal tahun 2015, tempatnya berbeda-beda dari waktu ke waktu dan bisa terjadi di daerah mana saja di Indonesia. Beliau mengungkapkan juga dalam minggu ke-11 dan 12 di tahun 2015 ini telah terjadi lebih dari 150 kasus keracunan pangan, baik makanan maupun minuman. Terdapat 3 kasus keracunan yang diduga

² Muhammad Saifullah, Etika Bisnis Islami Dalam Praktik Bisnis Rasulullah, *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) IAIN Walisongo, No. 1, Volume 9, Mei 2011, hlm. 131.

³ Muhammad Faiz Rosyadi, Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention (Studi kasus Pada Bank BPD DIY Cabang Syariah), *Skripsi*, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2012).

⁴ Muhammad, Label Halal dan Spiritualitas Bisnis Interpretasi atas Bisnis Home Industri, *Jurnal Salam Universitas Muhammadiyah Malang*, Vol 12, No 2, 2009, hlm. 104.

karena konsumsi roti yang sudah kadaluarsa. Kemudian, KLB keracunan pangan di Kabupaten Tabanan, Bali dengan 89 kasus tanpa kematian. Keracunan diduga karena makan nasi bungkus setelah upacara adat. Di Kabupaten Batang Provinsi Jawa Tengah juga terdapat 51 kasus keracunan setelah mengkonsumsi nasi bungkus. Sedangkan di Kabupaten Kolako, Sulawesi Tenggara sebanyak 38 kasus keracunan terjadi setelah konsumsi makanan katering. Selain itu, di Kabupaten Batang, Jawa Tengah terdapat 7 kasus keracunan yang diduga karena mengkonsumsi saus dari mie ayam pangsit. Ada pula KLB diare di Kabupaten Langkat, Sumatera Utara sebanyak 18 kasus yang diduga karena mengkonsumsi air minum keliling.⁵

Dalam hal ini, perilaku produsen memiliki pengaruh yang cukup besar. Perilaku produsen pada dasarnya mengetengahkan sikap pengusaha dalam memproduksi barang maupun jasa. Di dalam memproduksi suatu barang berarti menciptakan manfaat dari barang tersebut. Bukan hanya menciptakan barang secara fisik namun lebih condong kepada manfaat yang ditimbulkan dari produk tersebut.⁶ Pada saat ini kebanyakan orang hanya memahami bisnis hanya sekedar bisnis yang tujuan utamanya hanya memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya. Hal ini sesuai dengan teori ekonomi yang berlandaskan kapitalisme. Sistem ekonomi kapitalisme merupakan suatu sistem ekonomi dimana memiliki ciri-ciri hak milik pribadi atas seluruh alat-alat produksi dan distribusi dan pemanfaatannya untuk mencapai laba sebanyak-banyaknya.⁷ Pola pikir seperti itulah yang menyebabkan para oknum “pelaku bisnis” menghalalkan segala cara untuk mencapai keuntungan, dari mulai memperoleh bahan baku, bahan yang akan diproduksi, tempat produksi, tenaga kerja, cara pengelolaan dalam produksi, dan pemasaran dimana pelaku bisnis berupaya untuk sangat meminimalisir biaya seminimal mungkin. Jika sudah dalam keadaan seperti ini

⁵ Harian Kompas, Kompas Tv Rabu 29 April 2015, dikutip pada laman: <http://health.kompas.com/read/2015/04/07/101500923/Dari.Keracunan.Roti.Sampai.Saus.Mi.Ayam>, diakses pada 29 April 2015.

⁶ Ermawati Usman, Perilaku Produsen Dalam Etika Bisnis Islam (Suatu Upaya Perlindungan Konsumen), *Jurnal Hunafa*, No. 3, Volume 4, September 2007, hlm. 207-216.

⁷ Agustiaty, Sistem Ekonomi Kapitalisme, pdf, dikutip pada laman: <http://download.portalgaruda.org>, diakses pada 16 April 2015.

maka para oknum pelaku bisnis sudah tidak lagi memperhatikan tanggung jawab sosial dan mengabaikan etika bisnis yang sesuai dengan prinsip Islam.⁸

Sangat terbatasnya wawasan kewirausahaan yang berprinsip Islami dan ilmiah menjadi penyebab banyaknya penyimpangan-penyimpangan yang dilakukan oleh para oknum pelaku bisnis. Padahal, apabila sebagai umat Islam maka dituntut untuk memeluk agama Islam secara keseluruhan. Karena itulah, seharusnya menganggap berbisnis itu seperti jihad. Dalam catatan Muhammad Taufik Bahauddin Darus pada Jakarta (salam-online.com) beliau mengatakan bahwa, *“Bisnis adalah jalan tol menuju kemakmuran. Kemakmuran adalah kekuatan kedua (setelah akidah Islamiyah) bagi menangnya pertempuran”*.⁹ Menanggapi hal tersebut, bagi pebisnis yang beragama Islam seharusnya memeluk agama Islam secara total, maka pebisnis akan memiliki pola pikir yang sehat dan baik, sehingga dapat diamalkan dalam perjalanan bisnisnya.

Dengan demikian maka dapat diidentifikasi, bahwasanya unsur etika bisnis dapat diinternalisasikan kedalam pribadi seseorang. Maka perlu adanya Islamisasi kepribadian pada diri seseorang. Etika merupakan perilaku seseorang yang sangat berkaitan dengan baik dan buruk, dan tentunya setiap manusia memiliki kesempatan besar untuk memilih jalan yang baik ataupun jalan yang buruk. Dikatakan demikian, karena di dalam tubuh manusia terdapat unsur kebaikan dan keburukan. Apabila seorang manusia dapat membendung unsur keburukan, maka usaha manusia tersebut dapat dikatakan berhasil, karena bertahan di jalan kebaikan. Di dalam QS. Al-Baqarah ayat 268 telah dijelaskan:

الشَّيْطَانُ يَعِدُكُمُ الْفَقْرَ وَيَأْمُرُكُم بِالْفَحْشَاءِ وَاللَّهُ يَعِدُكُم مَّغْفِرَةً مِنْهُ وَفَضْلًا وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ

“Setan menjanjikan (menakut-nakuti) kamu dengan kemiskinan dan menyuruh kamu berbuat kejahatan (kikir), sedang Allah menjanjikan untukmu ampunan daripada-Nya dan karunia”.¹⁰

Untuk itu, seorang pebisnis harus memiliki sikap optimis dalam perjalanan bisnisnya, mencari sumber-sumber bahan produksi dari hal yang

⁸ Muhammad Saifullah, *Etika Bisnis Islami*....., hlm. 128.

⁹ Muhammad Taufik Bahauddin Darus, *Bisnis Islami itu Jihad: Diperlukan “Islamisasi Ilmu”*, Redaksi Salam-Online-, dikutip pada laman: <http://www.salam-online.com>, diakses pada 16 April 2015.

¹⁰ Qur'an Karim dan Terjemahan Artinya, UII Press, QS. Al-Baqarah: 268.

baik, mempunyai lokasi produksi di tempat yang sesuai, memiliki sistem pengelolaan bisnis yang profesional, menjadikan tenaga kerja sebagai seorang patner bisnis, dan memasarkan hasil produksi bisnisnya dengan baik sesuai dengan kebutuhan konsumen. Sehubungan dengan beberapa hal di atas, dalam jurnal *Islamic Economic Studies*, Syed Nawab Haider Naqvi¹¹ menyatakan bahwa terdapat suatu aksioma atau konsep filsafat pada etika bisnis Islam, konsep tersebut antara lain keesaan (tauhid), keseimbangan, kehendak bebas, dan tanggung jawab.

Dari beberapa konsep tentang etika bisnis Islam tersebut, penulis menambahkan satu konsep lagi yaitu konsep *Ihsan* sebagai alat untuk mengidentifikasi. Dengan beberapa teori dan alasan inilah, penelitian ini menjadi penting dan menarik untuk diangkat, mengingat banyaknya perusahaan bisnis yang telah sukses dan terbukti menerapkan etika bisnis Islam, namun banyak juga perusahaan bisnis yang keluar dari koridor syariah Islam, sehingga merugikan banyak konsumennya. Berdasarkan beberapa hal diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti sekaligus menganalisa dampak penerapan etika bisnis Islam terhadap kemajuan bisnis *home industry* pada perusahaan Bandeng Montok Ummuqoni Pemasang Jawa Tengah.

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Pustaka

Untuk mendukung penelaahan yang lebih komprehensif, maka penulis melakukan kajian terhadap penelitian-penelitian terdahulu atau karya-karya yang relevan terhadap topik yang diteliti. Maka penulis menelaah beberapa penelitian terdahulu dan beberapa studi yang terkait atau serupa dengan penelitian, yang diantaranya adalah penelitian oleh Muhammad Saifullah¹² di dalam jurnal, mengatakan bahwa, Rasulullah SAW telah memberikan tauladan bagi umatnya. Beliau menyatakan bahwa bisnis harus mempunyai prinsip. Beberapa prinsip yang diterapkan oleh Rasulullah SAW adalah jujur, amanah, timbangan yang tepat, menghindari gharar, tidak menimbun barang, tidak melakukan *al-ghalb* dan *tadlis* di antara penjual dan pembeli. Berdasarkan

¹¹ Syed Nawab Haider Naqvi, "The Dimensions Of An Islamic Economic Model", *Jurnal Islamic Economic Studies*, Vol. 4, No. 2, Mei 1997, hlm. 4.

¹² Saifullah, *Etika Bisnis Islami*....., hlm. 127

kajian pada jurnal tersebut, suatu pola bisnis yang dijalankan oleh Rasulullah SAW perlu diadaptasi oleh para pebisnis masa kini karena dengan berbagai himpitan dan tekanan global seperti saat ini dapat membuat praktik bisnis dengan mudah keluar dari etika-etika seperti yang dipraktikkan oleh Rasulullah SAW.

Urgensi etika bisnis kemudian dikaji oleh Rinda Asytuti¹³ dimana di dalam jurnalnya menyatakan bahwa Rafik Issa Beekun¹⁴ dalam bukunya *Islamic Business Ethics* menjelaskan bahwa terdapat parameter kunci sistem etika bisnis Islam. Suatu tindakan atau keputusan disebut etis bergantung kepada niat individu yang melakukannya. Menurut Rinda, perilaku pebisnis pada dasarnya dilatar belakangi oleh motivasi, dan motivasi tersebut dipengaruhi oleh pengetahuan dan perilaku keagamaan bagi umat beragama. Ekonomi Islam memberikan penawaran yang komperhensif tentang motivasi tersebut dibentuk. Perilaku ekonomi didasari bukan hanya *economical mind* yang hanya mengejar keuntungan materi dan pribadi melainkan menempatkan secara proporsional kesejahteraan bersama menyangkut sosial dan ketuhanan. Etis bukanlah permainan mengenai jumlah. Namun, etis merupakan nilai-nilai, etika, dan moral Islam sebagai implikasi atas asas tauhid, khilafah, dan keadilan. Dimana setiap individu harus berperilaku sesuai dengan prinsip yang diajarkan Islam. Dengan kesimpulan moral (akhlak) menjadi landasan dalam menentukan suatu perilaku baik atau buruk.

Kajian tentang *economical mind* juga dilakukan oleh Siti Arni Basir¹⁵ dimana dalam penelitiannya pengkaji memastikan seorang pebisnis dapat bertahan menjalankan bisnisnya dengan prinsip dan etika yang baik. Dalam jurnalnya, seorang pebisnis harus mampu mematuhi prinsip-prinsip kualiti. Prinsip kualiti adalah suatu prinsip menjaga kualitas barang demi kepuasan konsumen. Menurut Islam konsep kualiti adalah proses yang menyeluruh yang membawa manfaat bagi kehidupan sosial. Sedangkan dalam konsep muamalat, konsep kualiti bukan hanya memenuhi kebutuhan konsumen saja, namun untuk

¹³ Rinda Asytuti, Rekonsepsi Ekonomi Islam Dalam Perilaku dan Motivasi Ekonomi, *e-jurnal Religia*, Volume 14, No. 1, April 2011, hlm. 75-92.

¹⁴ Rafik Issa Beekun, *Islamic Business Ethic*, pdf, International Institute of Islamic Thought, 1996, hlm. 9, diakses pada 9 Juli 2015.

¹⁵ Siti Arni Basir, Prinsip-Prinsip Kualiti Ke Arah Melahirkan Usahawan Muslim Yang Berjaya, Universiti Malaya, *Jurnal Syariah*, Jil. 17, 2009, hlm. 327-352.

memenuhi kebutuhan individu, masyarakat, dan kelompok sosial. Dengan konsep tersebut diharapkan seorang pebisnis tidak hanya mengutamakan kepentingan dan keuntungan pribadi saja, namun lebih ditekankan kembali, seorang pebisnis mempunyai tanggung jawab terhadap kemaslahatan umat. Dalam hal ini perilaku produsen memiliki urgensi dalam upaya perlindungan konsumen. Ermawati Usman¹⁶ di dalam jurnalnya mengkaji tentang perilaku produsen dalam etika bisnis Islam. Seorang pebisnis harus mampu memanfaatkan karunia yang diberikan oleh Allah SWT dengan sebaik-baiknya dengan cara memanfaatkan alat-alat produksi dengan tujuan memberikan kemaslahatan bagi lingkungan sosial.

Dari berbagai prinsip dan etika bisnis diatas, maka perlu adanya standarisasi dari suatu produk yang dihasilkan. Dalam jurnal yang ditulis oleh Muhammad¹⁷ dijelaskan bahwa tingkat pemahaman produsen berbanding positif terhadap jaminan yang diberikan kepada konsumen. Dengan adanya hal tersebut, maka dibutuhkan suatu standarisasi praktis sebagai panduan dalam proses produksi. Demi kualitas dan kemaslahatan yang diterima oleh konsumen, maka sertifikasi halal oleh LPPOM dianggap secara pragmatis perlu digunakan sebagai standarisasi suatu produk. Dengan terwujudnya sistem yang berkesinambungan dan pengawasan serta evaluasi rutin, maka standarisasi halal dalam kemasan produk dapat memenuhi sasaran. Harapannya, dengan pancantuman label halal akan menciptakan perilaku bisnis yang baik, sesuai dengan nilai-nilai sosial, dan prinsip-prinsip Islam.

Sofyan S. Harahap¹⁸ dalam bukunya yang berjudul “*Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*” memaparkan bahwa etika dalam Islam merupakan buah dari keimanan, keislaman, dan ketaqwaan yang didasarkan pada keyakinan yang kuat pada kebenaran Allah SWT. Islam merupakan sumber nilai dan etika dalam segala aspek kehidupan manusia yang menyeluruh, termasuk dalam wacana bisnis. Bisnis yang Islami harus lahir untuk kepentingan beribadah kepada Allah SWT dengan niatan akan memenuhi aturan Ilahi.

¹⁶ Usman, *Perilaku Produsen*....., hlm. 207-2016.

¹⁷ Muhammad, *Label Halal*....., hlm. 123-124

¹⁸ Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis Dalam Perpektif Islam*, (Jakarta: Salemba Empat, 2010), hlm. 70.

M. Quraish Shihab¹⁹ dalam bukunya yang berjudul “*Bisnis Sukses Dunia Akhirat*” juga memaparkan tentang praktik bisnis yang berkaitan erat dengan syariah Islam. Seseorang tidak akan memahami pandangan Islam tentang ekonomi dan bisnis tanpa memahami dengan baik akidah dan syariah Islam. Di dalam buku tersebut dijelaskan bahwa di dalam bisnis seorang manusia tidak boleh bertolak dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh syariat Islam. Islam memandang bisnis dalam operasionalnya terbagi menjadi 2 area. Yang pertama yaitu prinsip-prinsip dasar yang telah ditetapkan oleh Al-Quran dan Sunnah dan konsep ini tidak akan berubah sampai kapanpun. Sedangkan yang kedua ialah perkembangan ilmu pengetahuan. Adapun yang menjadi acuan dalam penelitian kali ini adalah dampak penerapan etika bisnis Islam pada suatu perusahaan bisnis *home industry*.

B. Landasan Teori

1. Etika Bisnis Perspektif Islam

Menurut Syed Nawab Haider Naqvi²⁰, terdapat beberapa prinsip etika bisnis Islam yang merupakan aksioma-aksioma²¹ etik yang meliputi *tauhid*, keseimbangan, kehendak bebas, *ihsan*, dan tanggung jawab.²² Di dalam tataran kehidupan manusia secara global etika bisnis Islam bukanlah satu-satunya dijadikan sebagai parameter, karena masih banyak parameter-parameter lain yang diciptakan oleh manusia di muka bumi ini.²³ Untuk lebih jelasnya pandangan kelima perangkat aksioma sebagai penguat prinsip dasar etika bisnis Islam adalah sebagai berikut:²⁴

- a. Keesaan (*Tauhid*)
- b. Keseimbangan
- c. Kehendak Bebas

¹⁹ M. Quraish Shihab, *Bisnis Sukses Dunia Akhirat*, (Ciputat: Lentera Hati, 2011), hlm. 9.

²⁰ Syed Nawab Haider Naqvi, “The Dimensions Of An Islamic Economic Model”, *Jurnal Islamic Economic Studies*, Vol. 4, No. 2, Mei 1997, hlm. 4.

²¹ *Aksioma* adalah suatu pernyataan yang tidak diragukan lagi kebenarannya, Kamus Besar Bahasa Indonesia.

²² Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta: Penebar Plus*, 2012), hlm. 22.

²³ *Ibid.*, hlm. 42.

²⁴ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN), hlm. 53.

- d. Tanggung Jawab
- e. Kebajikan (*Ihsan*)

Berdasarkan keterangan di atas, maka sudah seharusnya seluruh kegiatan, proses, bahkan sistem pada suatu perusahaan bisnis mengacu kepada kelima perangkat aksioma etika bisnis Islam tersebut. Segala komponen yang terkait dengan perusahaan harus selalu diwujudkan secara baik dan optimal. Dengan berlandaskan kelima aksioma etika bisnis Islam, perusahaan akan terminimalisir dari kegiatan-kegiatan yang tidak diperbolehkan atau kegiatan yang bertentangan dengan prinsip syariah.

2. Etika Bisnis Rasulullah Muhammad SAW

Kesuksesan Nabi Muhammad SAW dalam hal bisnis dipengaruhi oleh kepribadian dari diri Nabi Muhammad SAW yang dibangun atas dasar dialogis realitas sosial masyarakat Jahiliyyah. Keteladanan Nabi Muhammad SAW tidak hanya dimulai setelah beliau diangkat menjadi Rasulullah SAW, namun keteladanan tersebut telah ada sebelum kerasulan Rasulullah SAW. Dalam kemampuannya mengelola bisnis, terlihat pada keberaniannya membawa dagangan Siti Khadijah dan hanya ditemani seorang karyawan (*maisarah*). Rasulullah SAW bertanggung jawab penuh atas semua dagangan milik Siti Khadijah, demikian juga barang dagangan yang dibawa ke pasar.²⁵

Jauh sebelum hal itu, pada saat Rasulullah SAW dua belas tahun, beliau telah mengenal banyak tentang perdagangan. Kemudian pada usia tujuh belas tahun, beliau membuka sebuah usaha dengan berdagang di Kota Makkah. Rasulullah SAW membeli barang-barang di pasar lalu menjualnya ke beberapa orang di pasar. Akhlak yang baik dan sifat-sifat mulia Rasulullah SAW menjadi modal terpenting beliau saat menjalankan bisnis. Kejujurannya sangat mendorong masyarakat Makkah untuk memberikan gelar *ash-Shiddiq* yang berarti orang yang berkata benar atau orang yang tidak pernah berdusta dan keteguhan Rasulullah SAW dalam menjaga amanah orang lain membuat masyarakat Makkah juga

²⁵ Saifullah, *Etika Bisnis Islami*....., hlm. 146.

menggelarinya al-Amin yang artinya orang yang terpercaya.²⁶ Beberapa etika bisnis yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW adalah sebagai berikut²⁷:

- a. Prinsip Kejujuran
- b. Prinsip Amanah
- c. Adil dalam timbangan
- d. Menjauhi *Gharar* (ketidak pastian)
- e. Tidak melakukan *Ikhtikar* (penimbunan)
- f. Tidak melakukan *al-ghab* dan *tadlis* (penipuan)
- g. Mengutamakan masalah dan manfaat

3. Parameter Kemajuan Bisnis *Home Industry*

Tingkat pertumbuhan suatu bisnis banyak dipengaruhi oleh berbagai faktor. Baik faktor yang berasal dari internal maupun faktor yang berasal dari eksternal. Baik faktor yang dapat mendukung kemajuan dan perkembangan bisnis, maupun faktor-faktor yang dapat menghambat perjalanan suatu bisnis. Ketika berbicara masalah perkembangan suatu bisnis, maka parameter yang biasa dipakai adalah “*growth of profit*”.²⁸ Namun ternyata bukan hanya itu saja parameter yang digunakan untuk menilai perkembangan pada suatu bisnis. Parameter penerapan etika bisnis Islam pun sebenarnya harus digunakan untuk mengukur kemajuan suatu bisnis. Untuk lebih jelasnya, parameter-parameter tersebut antara lain²⁹:

- a. Aspek Pemasaran
- b. Aspek Manajemen dan SDM
- c. Aspek Hukum
- d. Aspek Sosial
- e. Aspek Dampak Lingkungan
- f. Aspek Finansial

²⁶ Muhammad Syafi'i Antonio, *Ensiklopedia Leadership dan Manajemen Muhammad SAW "The Super Leader Super Manager" Bisnis dan Kewirausahaan*, (Jakarta: Tazkia Publishing, 2010), hlm 15.

²⁷ Saifullah, *Etika Bisnis Islami*....., hlm. 146-150.

²⁸ Andry Sanipar, Mengukur Pertumbuhan Bisnis, dikutip pada laman: <http://andrysanipar.com/2010/10/mengukur-pertumbuhan-bisnis/>, diakses pada 27 Mei 2015.

²⁹ Emawati, Analisis Kelayakan Finansial Industri Tahu (Studi Kasus: Usaha Dagang Tahu Bintaro, Kabupaten Tangerang, Profinsi Banten), *Skripsi*, Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian/Agribisnis Fakultas Sains dan Teknologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2007, hlm. 31.

Dari keseluruhan parameter aspek yang digunakan untuk menilai perkembangan suatu bisnis aspek finansial merupakan parameter yang umumnya digunakan sebagai standar untuk menilai tingkat kemajuan suatu perusahaan bisnis. Untuk dapat menilai suatu perusahaan bisnis tersebut menguntungkan atau tidak, maka perlu dilakukan analisis dan evaluasi terhadap perusahaan bisnis dengan menghitung manfaat dan biaya yang diperlukan sepanjang operasional perusahaan bisnis tersebut. Salah satu komponen yang diperlukan dalam analisis tingkat kemajuan bisnis adalah tingkat *cash flow*. Parameter ini dapat terwujud dengan baik apabila suatu perusahaan bisnis dapat sukses pada lima tahap sebelumnya. Tanpa kelima hal diatas kecil kemungkinan tercipta *cash flow* atau perputaran uang yang baik pada suatu perusahaan. *Cash flow* yang baik pada suatu perusahaan dapat menjadi parameter untuk mengukur tingkat perkembangan suatu perusahaan. Apabila perusahaan mempunyai *cash flow* yang sehat dan baik, maka kemungkinan besar perusahaan tersebut dapat tumbuh berkembang dengan baik.

III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian tersebut dilakukan dengan melakukan penelitian lapangan, dimana masalah yang akan diajukan di dalam penelitian ini ditentukan pada masalah yang terkait dengan operasional perusahaan. Berdasarkan rangkaian teori tentang penelitian kualitatif tersebut, maka peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif. Kaidah penelitian deskriptif kualitatif mencoba menafsirkan dan menuturkan data yang bersangkutan dengan situasi yang sedang terjadi, sikap serta pandangan yang terjadi di dalam masyarakat, pertentangan antara dua keadaan atau lebih, hubungan antar variabel, perbedaan antar fakta, pengaruh terhadap suatu kondisi, dan lain-lain. Di dalam kegiatan penelitian ini meliputi pengumpulan data, menganalisis data, menginterpretasi data, dan diakhiri dengan sebuah kesimpulan yang mengacu pada penganalisisan data tersebut.³⁰

³⁰ Dikutip dari laman: <http://www.informasi-pendidikan.com/2013/08/penelitian-deskriptif-kualitatif.html>, diakses pada 27 Mei 2015.

B. Sifat Penelitian

Penelitian yang dilakukan bersifat *evaluation research*, yaitu dengan cara menganalisa dan menyajikan fakta secara sistemik sehingga dapat lebih mudah untuk difahami dan disimpulkan berdasarkan pedoman yang berlaku. Kesimpulan yang diberikan selalu jelas dasar faktanya sehingga semuanya selalu dapat dikembalikan langsung kepada data yang diperoleh. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui keadaan sebenarnya yang ada sekarang.³¹

C. Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengangkat penerapan etika bisnis Islam pada perusahaan Bandeng Montok Ummuqoni yang mana perusahaan tersebut terletak di Jalan Urip Sumoharjo No. 127 Pemalang Jawa Tengah. Adapun alasan penulis memilih perusahaan Bandeng Montok Ummuqoni sebagai objek penelitian karena penulis tertarik dengan prestasi yang telah dicapai perusahaan tersebut yang mana walaupun masih dalam bentuk usaha kecil namun telah dipercaya oleh pemerintah daerah maupun pusat sebagai perusahaan pertama pembuat olahan ikan bandeng sebagai oleh-oleh khas daerah Pemalang Jawa Tengah.

D. Sumber Data

Ada dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, yakni data primer dan sekunder. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh langsung dari lokasi penelitian atau disebut juga data lapangan.³² Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh tidak secara langsung dari objek penelitian tetapi dari pihak lain yang mempunyai informasi data yang diperlukan atau literatur yang berhubungan dengan obyek penelitian.³³ Dalam hal ini, penulis akan lakukan dengan membaca, mempelajari buku-buku yang memiliki korelasi dengan penelitian ini.

³¹ Anggoro Sugeng, Analisis Prinsip Ekonomi Islam Terhadap Operasional Produk Investasi Emas Pada Perbankan Syariah X, *Jurnal La Riba* (Jurnal Ekonomi Islam), Vol. 6, No. 2, 2012, hlm. 10.

³² Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), hlm. 157.

³³ *Ibid.*, hlm. 159.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi (Pengamatan)

Observasi adalah pengamatan, perhatian, dan pengawasan.³⁴ Observasi dilakukan terhadap aspek pemasaran, aspek manajemen dan SDM, aspek hukum, aspek sosial, aspek dampak lingkungan, dan aspek finansial perusahaan Bandeng Montok Ummuqoni Pemalang Jawa Tengah.

2. Wawancara (*interview*)

Wawancara merupakan proses komunikasi yang sangat menentukan dalam proses penelitian. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.³⁵ Wawancara dalam penelitian ini berarti memperoleh data dengan cara tanya jawab langsung dengan responden penelitian. Responden penelitian dalam hal ini yakni *owner* dan pegawai perusahaan Bandeng Montok Ummuqoni Pemalang Jawa Tengah.

3. Dokumentasi (*documentation*)

Dokumentasi dapat berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental yang lain. Data dokumentasi yang dipilih harus memiliki kredibilitas yang tinggi. Dengan menggunakan teknik ini, peneliti dapat menggunakan sampel yang besar.³⁶ Dengan demikian maka penulis melakukan penjarangan data untuk mencari dan mendapatkan data-data primer melalui data arsip laporan yang berkaitan dengan dampak penerapan etika bisnis islam terhadap kemajuan bisnis *home industry* di era global.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Data yang diperoleh dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder

³⁴ *Ibid.*, hlm. 174.

³⁵ Boedi Abdullah dan Beni Ahmad Saebani, 2014, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah*. (Bandung: Pustaka Setia), hlm. 207.

³⁶ *Ibid.*, hlm. 213.

disajikan dalam uraian yang sesuai dengan hasil penelitian, kemudian disusun secara teratur. Data yang disajikan mula-mula dalam bentuk gambaran, kemudian dianalisis dan berakhir dengan penarikan kesimpulan. Dalam analisis data yakni data yang diperoleh dari hasil penelitian, baik data dari hasil wawancara, observasi maupun dari telaah dokumen, disusun secara sistematis, kemudian dianalisis dengan menggunakan dua metode yaitu analisis kualitatif.³⁷ Di mana penganalisan data sekunder, pertama-tama dilakukan inventarisasi terhadap norma atau prinsip-prinsip terkait dengan teori etika bisnis Islam. Selanjutnya analisis deskriptif dimana penganalisaan data primer secara mendalam dengan menghubungkan pada data sekunder sehingga diperoleh gambaran secara jelas dan rinci fenomena yang menjadi pokok bahasan tanpa melakukan perhitungan secara statistik.

IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, penulis melakukan analisis terhadap perusahaan Bandeng Montok Ummuqoni. Analisis di dalam penelitian ini difokuskan pada penerapan aksioma etika bisnis Islam pada perusahaan dan dampak penerapan etika bisnis Islam terhadap kemajuan bisnis perusahaan Bandeng Montok Ummuqoni tersebut.

A. Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Perusahaan Bandeng Montok Ummuqoni

Dari penelitian yang telah dilakukan pada perusahaan Bandeng Montok Ummuqoni penulis mendapatkan hasil bahwa etika bisnis Islam telah diterapkan pada perusahaan tersebut. Lebih jelasnya, penulis jabarkan melalui kelima aksioma etika bisnis Islam sebagai berikut:

1. Penerapan Etika Tauhid

Sumber utama etika bisnis Islam adalah keimanan kepada Allah SWT. Dengan mengintegrasikan aspek religius dengan beberapa aspek di dalam kehidupan manusia, maka akan dapat mendorong manusia kedalam suatu keutuhan yang selaras, konsisten, dan merasa selalu diawasi oleh Allah SWT (*Ihsan*). Hasil penelitian yang dilakukan di lapangan menunjukkan bahwa perusahaan Bandeng Montok Ummuqoni telah menerapkan etika tauhid pada sistem perusahaan.

³⁷ Moleong, *Metodologi*....., hlm.4.

Hal ini dapat dilihat dari kualitas produk dan proses produksi yang amat sangat dijaga serta kualitas kerja SDM pun juga amat dijaga. Dan tentunya unsur-unsur ke-Islaman pada perusahaan sangat diutamakan ditandai dengan kegiatan pengajian dan *briefing* sebelum melaksanakan kegiatan proses produksi.³⁸

2. Penerapan Etika Keseimbangan

Agama Islam tentunya menuntut keseimbangan atau keadilan antara kepentingan diri sendiri dan kepentingan orang lain. Hasil penelitian yang dilakukan di lapangan menunjukkan bahwa perusahaan Bandeng Montok Ummuqoni telah menerapkan etika keseimbangan pada sistem perusahaan.

Hal tersebut dapat dinilai dari kualitas produksi dan distribusi yang dilakukan oleh perusahaan. Baiknya kualitas produksi dan distribusi bertujuan untuk memberikan produk yang terbaik bagi konsumen serta melayani kebutuhan konsumen. Singkatnya konsep keadilan ini adalah ketika perusahaan memberikan produk yang terbaik bagi konsumen maka konsumen juga akan memberikan loyalitas yang terbaik bagi perusahaan Bandeng Montok Ummuqoni.³⁹

3. Penerapan Etika Kehendak Bebas

Manusia diberikan kebebasan untuk memilih kemampuan untuk berfikir, membuat keputusan untuk memilih jalan hidup yang diinginkan, dan yang paling penting adalah manusia diberi kesempatan untuk bertindak berdasarkan aturan apapun. Manusia sepenuhnya memiliki kebebasan dalam memilih bisnis. Namun, tetap harus sesuai dengan prinsip dan nilai syari`at yang telah ditetapkan.

Hasil penelitian yang dilakukan di lapangan menunjukkan bahwa, perusahaan Bandeng Montok Ummuqoni telah menerapkan etika kehendak bebas pada sistem perusahaan. Hal tersebut dapat dilihat dari kualitas bahan baku yang dipilih oleh perusahaan merupakan bahan baku

³⁸ Hasil wawancara dengan ibu Dra. St. Shofiyah Sy. Beliau adalah *owner* dari perusahaan Bandeng Montok Ummuqoni Pemalang Jawa Tengah, wawancara dilaksanakan pada 12 September 2015.

³⁹ *Ibid.*,

berkualitas terbaik. Terlebih lagi, perusahaan memilih sama sekali tidak menggunakan bahan penyedap rasa atau MSG pada semua produk olahan ikan bandengnya.⁴⁰

4. Penerapan Etika Tanggung Jawab

Untuk memenuhi konsep keadilan dan kesatuan seperti yang sama-sama dapat dilihat pada semua ciptaan Allah SWT, seorang manusia dituntut untuk mempunyai tanggung jawab terhadap segala sesuatu yang telah dilakukan. Setelah ketiga konsep penerapan etika diatas telah dilakukan, maka tentunya penerapan etika tanggung jawab oleh perusahaan sudah pasti telah dilakukan atau diterapkan dalam sistem perusahaan.

Penerapan etika tanggung jawab juga dilakukan perusahaan dengan cara membuat sertifikasi perusahaan agar berbadan hukum. Perusahaan yang telah tersertifikasi atau telah berbadan hukum menunjukkan bahwa perusahaan tersebut benar-benar serius mendirikan perusahaan sebagai upaya tanggung jawab kepada konsumen.⁴¹

5. Penerapan Etika Kebajikan (*Ihsan*)

Di dalam konsep kebajikan (*Ihsan*) mempunyai pengertian bahwa suatu tindakan yang memberikan manfaat lebih terhadap orang lain, tidak mengecewakan, dan menimbulkan mudharat bagi orang lain tersebut. Dari keempat etika yang telah diterapkan perusahaan di atas telah menunjukkan bahwa perusahaan telah benar-benar memberikan manfaat bagi berbagai aspek ekonomi, tidak mengecewakan, serta tidak menimbulkan mudharat bagi semua aspek terkait di daerah Pematang Jawa Tengah.⁴²

⁴⁰ *Ibid.*,

⁴¹ *Ibid.*,

⁴² *Ibid.*,

B. Dampak Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis Perusahaan Bandeng Montok Ummuqoni dalam 6 Aspek Parameter Kemajuan Bisnis

1. Aspek Pemasaran

Dengan diterapkannya etika bisnis Islam di dalam perusahaan maka pada aspek pemasaran ini perusahaan berhasil memasarkan produk olahan bandeng hingga ke beberapa provinsi di pulau Jawa. Aspek pemasaran tersebut meliputi bauran pemasaran yang terdiri dari 4P yaitu produk, *price* (harga), promosi, *place* (distribusi). Produk yang berkualitas, harga yang sesuai, promosi yang baik, serta distribusi produk yang baik membuat perusahaan Bandeng Montok Ummuqoni semakin maju, berkembang, dan mendapatkan loyalitas konsumen baik di daerah Pemalang maupun di luar Kota Pemalang.⁴³

2. Aspek Manajemen dan SDM

Parameter keberhasilan perusahaan dalam menerapkan sistem etika bisnis Islam pada aspek manajemen dan SDM adalah tingginya tingkat kejujuran para SDM dalam seluruh kegiatan operasional perusahaan. *Owner* perusahaan selalu menanamkan nilai kejujuran dan tanggung jawab, baik tanggung jawab yang berhubungan dengan urusan dunia maupun tanggung jawab dengan urusan akhirat.⁴⁴

3. Aspek Hukum

Perusahaan telah mendapatkan kepercayaan dari berbagai kalangan, termasuk dukungan pemerintah daerah maupun pusat. Maka daripada itu perusahaan berhasil terdaftar di beberapa badan hukum sebagai standar perusahaan yang baik. Hal ini terbukti dengan adanya surat izin yang dimiliki yaitu surat Izin P-IRT (Pangan Industri Rumah Tangga) atau bisa disebut surat izin Industri pangan dengan nomor 020332702719/19/Dinas Kesehatan, yang dikeluarkan oleh Dinas Kesehatan daerah Pemalang Jawa Tengah, Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dengan nomor 73.977.795.1-502.000, Sertifikat Halal dengan nomor 150347140, dan perusahaan

⁴³ *Ibid.*,

⁴⁴ *Ibid.*,

Bandeng Montok Ummuqoni kini telah sah berbadan hukum setelah akta dikeluarkan oleh notaris dengan nomor 0314092015.⁴⁵

4. Aspek Sosial

Dengan adanya penerapan etika bisnis Islam, perusahaan mampu memberikan banyak kontribusi untuk aspek sosial. Hal tersebut dapat dilihat dari beberapa pegawai yang berasal dari lingkungan perusahaan dan beberapa kelompok binaan yang didirikan oleh *owner* perusahaan. Perusahaan juga rutin menyisihkan pendapatan yang dialokasikan untuk shodaqah maupun zakat.⁴⁶

5. Aspek Dampak Lingkungan

Dalam hal ini perusahaan sama sekali tidak memberikan dampak negatif bagi lingkungan. Karena keberhasilan perusahaan dalam memanfaatkan seluruh bagian ikan bandeng sehingga seluruh bagian ikan bandeng dapat diolah secara maksimal. Hal tersebut menjadi upaya perusahaan dalam meminimalisir bagian bandeng yang tidak dimanfaatkan atau dibuang sehingga membuat limbah pada lingkungan.⁴⁷

6. Aspek Finansial

Aspek finansial merupakan parameter yang umumnya digunakan sebagai standar untuk menilai tingkat kemajuan suatu perusahaan bisnis. Dalam hal ini karena perusahaan Bandeng Montok Ummuqoni telah berhasil menerapkan beberapa aspek kemajuan bisnis diatas, maka apabila dilihat dari aspek finansial perusahaan, perusahaan dapat dikatakan perusahaan yang maju dan memiliki prospek bisnis yang baik untuk kedepannya. Bahkan sebenarnya apabila dilihat dari omset yang didapatkan maka sudah seharusnya perusahaan dapat dikelola lebih baik atau dikembangkan dengan sistem yang lebih baik dan profesional.⁴⁸

⁴⁵ *Ibid.*,

⁴⁶ *Ibid.*,

⁴⁷ *Ibid.*,

⁴⁸ *Ibid.*,

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan penulis. Maka, dampak etika bisnis Islam yang diimplikasikan dengan aksioma sistem etika bisnis Islam terhadap kemajuan bisnis pada perusahaan Bandeng Montok Ummuqoni dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Perusahaan bandeng Montok Ummuqoni telah menerapkan etika bisnis Islam pada setiap aspek perusahaan. Ditinjau dari segi implementasi aksioma etika bisnis Islam yaitu tauhid, keseimbangan, tanggung jawab, kehendak bebas, dan kebajikan (*Ihsan*) serta hasil penelitian yang dilakukan, maka perusahaan Bandeng Montok Ummuqoni telah mengintegrasikan kelima aksioma etika bisnis Islam tersebut terhadap beberapa aspek parameter kemajuan bisnis. Melalui keberhasilan perusahaan dalam mengintegrasikan konsep etika bisnis Islam, maka muncul prinsip etika bisnis Islam yang diterapkan oleh perusahaan Bandeng Montok Ummuqoni. Hal tersebut ditandai oleh hasil kualitas produk yang baik dalam setiap produk olahan ikan bandeng sehingga perusahaan telah memenuhi kebutuhan konsumen dengan baik.
2. Penerapan etika bisnis Islam menimbulkan dampak positif bagi seluruh proses operasional perusahaan. Hal tersebut ditandai dari hasil analisis terhadap beberapa aspek yaitu aspek pemasaran, manajemen dan SDM, hukum, sosial, dampak lingkungan, dan aspek finansial yang dapat diambil kesimpulan bahwa perusahaan tersebut layak dan dapat dilanjutkan, karena dari seluruh aspek yang dianalisis perusahaan dapat menjalankan seluruh aspek tersebut dengan baik dan sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam. Khususnya dari aspek finansial dapat dilihat bahwa perusahaan memiliki omset yang besar dan sudah termasuk dalam kriteria usaha menengah, sehingga sudah selayaknya perusahaan memperbaiki dan mengembangkan sistem perusahaan agar lebih baik dan profesional.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan diatas, untuk pengembangan perusahaan Bandeng Montok Ummuqoni, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

- a. Karena prospek perusahaan yang baik dan dapat dikembangkan maka saran penulis untuk mengembangkan bentuk perusahaan agar lebih besar dengan struktur perusahaan dan sistem manajemen yang lebih profesional.
- b. Karena mengingat banyak bantuan sarana dan prasarana dari pemerintah maka perlu adanya tempat produksi yang lebih luas dan baik. Agar seluruh kegiatan produksi dapat berjalan dengan lebih baik dan pemanfaatan mesin pada proses produksi belum optimal, sehingga volume produksinya masih dapat ditingkatkan kembali.
- c. Mengingat jenis produk olahan bandeng yang dihasilkan bermacam-macam jenis, maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut pada aspek teknik dan produksi khususnya mengoptimalkan produksi dan pemasaran agar lebih efektif dan efisien.
- d. Fokus pada aspek pemasaran yang sangat perlu untuk dikembangkan karena tidak cukup produktif apabila hanya mengandalkan pemasaran di dalam kota yang notabene tingkat daya beli masyarakat Kota Pematang sangat rendah.

DAFTAR PUSTAKA

- Boedi Abdullah dan Beni Ahmad Saebani. 2014. *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Emawati, Analisis Kelayakan Finansial Industri Tahu (Studi Kasus: Usaha Dagang Tahu Bintaro, Kabupaten Tangerang, Profinsi Banten), *Skripsi*, Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian/Agribisnis Fakultas Sains dan Teknologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2007.
- Ermawati Usman, Perilaku Produsen Dalam Etika Bisnis Islam (Suatu Upaya Perlindungan Konsumen), *Jurnal Hunafa*, No. 3, Volume 4, September 2007.
- Muhammad, Label Halal dan Spiritualitas Bisnis Interpretasi atas Bisnis Home Industri, *Jurnal Salam Universitas Muhammadiyah Malang*, Vol 12, No 2, 2009.
- Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta: Penebar Plus*, 2012).
- Muhammad Faiz Rosyadi, Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention (Studi kasus Pada Bank BPD DIY Cabang Syariah), *Skripsi*, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2012).
- Muhammad Saifullah, Etika Bisnis Islami Dalam Praktik Bisnis Rasulullah, *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) IAIN Walisongo, No. 1, Volume 9, Mei 2011.
- Muhammad Syafi'i Antonio, *Ensiklopedia Leadership dan Manajemen Muhammad SAW "The Super Leader Super Manager" Bisnis dan Kewirausahaan*, (Jakarta: Tazkia Publishing, 2010).
- M. Quraish Shihab, *Bisnis Sukses Dunia Akhirat*, (Ciputat: Lentera Hati, 2011).
- Qur'an Karim dan Terjemahan Artinya, UII Press, QS. Al-Baqarah: 268.
- Rafik Issa Beekun, *Islamic Business Ethic*, pdf, International Institute of Islamic Thought, 1996, hlm. 9, diakses pada 9 Juli 2015.
- Rinda Asytuti, Rekonsepsi Ekonomi Islam Dalam Perilaku dan Motivasi Ekonomi, *e-jurnal Religia*, Volume 14, No. 1, April 2011.
- Siti Arni Basir, Prinsip-Prinsip Kualiti Ke Arah Melahirkan Usahawan Muslim Yang Berjaya, Universiti Malaya, *Jurnal Syariah*, Jil. 17, 2009.
- Syed Nawab Haider Naqvi, "The Dimensions Of An Islamic Economic Model", *Jurnal Islamic Economic Studies*, Vol. 4, No. 2, Mei 1997.
- Wawancara dengan ibu Dra. St. Shofiyah Sy. Beliau adalah *owner* dari perusahaan Bandeng Montok Ummuqoni Pemalang Jawa Tengah, wawancara dilaksanakan pada 12 September 2015.