

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan terkait etika bisnis Islam pada pedagang Muslim di wisata bendungan Kedung Ombo dan Wana Wisata, sebagai berikut :

1. Penerapan etika bisnis Islam pada pedagang Muslim di Kedung Ombo dan Wana Wisata, sebagai berikut:

a. Kedung Ombo

1) Tauhid

Penerapan nilai dasar tauhid sudah sesuai dengan etika bisnis Islam, yakni dalam niat para pedagang hanya untuk mencari rezeki halal. Sebagian besar pedagang rutin melakukan kegiatan sosial keagamaan seperti pengajian, yasinan, dan membagi-bagi parcel untuk orang lain.

2) Khilafah

Penerapan nilai dasar khilafah sudah sesuai dengan etika bisnis Islam, yakni menjalankan usaha dengan tidak menipu, memisahkan berat dan kualitas, serta tidak memberikan harga diatas kewajaran.

3) Ibadah

Penerapan nilai dasar ibadah belum sesuai dengan etika bisnis Islam, terdapat beberapa pedagang yang meninggalkan shalat saat dagangan ramai ataupun tidak ramai. Ada juga pedagang yang sengaja meng-*qadha* shalat karena dagangannya sedang ramai pada waktu shalat yang sebenarnya.

4) Tazkiyah

Penerapan nilai dasar tazkiyah sudah sesuai dengan etika bisnis Islam, jujur dalam menyampaikan produk yang dijual,

5) Ihsan

Penerapan nilai dasar ihsan sudah sesuai dengan etika bisnis Islam, tidak ada perbedaan terhadap pembeli lokal maupun non-lokal serta memberikan hutang kepada sesama pedagang.

## b. Wana Wisata

### 1) Tauhid

Penerapan nilai dasar tauhid sudah sesuai dengan etika bisnis Islam, yakni niat para pedagang untuk mencari rezeki dan keberkahan dari Allah SWT. Sebagian pedagang ada yang rutin melakukan kunjungan ke panti asuhan.

### 2) Khilafah

Penerapan nilai dasar khilafah sudah sesuai dengan etika bisnis Islam, yakni menjual dagangan yang masih baru atau *fresh*. Memberikan harga yang sedikit lebih mahal karena menambah kualitas dan aneka rasa.

### 3) Ibadah

Penerapan nilai dasar ibadah sudah sesuai dengan etika bisnis Islam, para pedagang tetap menjalankan shalat bahkan disaat dagangannya ramai dan para pedagang tetap memberikan rezeki untuk orang lain.

### 4) Tazkiyah

Penerapan nilai dasar tazkiyah sudah sesuai dengan etika bisnis Islam, produk dagangan telah menyantumkan harga sesuai berat timbangan di menu dagangan, pedagang memperlihatkan dagangan yang baru di olah dengan mengambil produk di kolam dan karamba.

### 5) Ihsan

Penerapan nilai dasar ihsan sudah sesuai dengan etika bisnis Islam, para pedagang pun memberikan hutang kepada sesama pedagang sekitar yang membutuhkan bantuan.

## 2. Komparasi etika bisnis Islam pada pedagang Muslim di Kedung Ombo dan Wana Wisata

### a. Tauhid

Penerapan nilai dasar tauhid memiliki persamaan antar sesama pedagang. Para pedagang telah melaksanakan aktivitas berdagang dengan menggunakan nilai dasar tauhid. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya niat, produk, dan kegiatan sosial yang di lakukan semata-mata untuk mencari berkah Allah SWT .

### b. Khilafah

Penerapan nilai dasar khilafah memiliki perbedaan antar sesama pedagang. Masing-masing pedagang memiliki cara untuk mempertahankan dagangan dengan menambah fasilitas dan menambah menu masakan.

### c. Ibadah

Penerapan nilai dasar ibadah memiliki perbedaan antar sesama pedagang. Masih terdapat pedagang di Kedung Ombo yang melalaikan shalat wajib saat aktivitas berdagang dan

kurangnya ilmu pengetahuan tentang *qada* shalat. Serta kurangnya pedagang Kedung Ombo yang enggan *mensodaqohkan* sebagian rezekinya.

d. Tazkiyah

Penerapan nilai dasar tazkiyah memiliki persamaan antar sesama pedagang. Dalam hal kejujuran produk dagangan, tanggung jawab atas produk dagangan.

e. Ihsan

Penerapan nilai dasar ihsan memiliki persamaan antar sesama pedagang. Dalam hal kebaikan bagi orang lain para pedagang telah menerapkan sesuai dengan nilai-nilai Islam, namun dalam hal kebersamaan memiliki perbedaan yakni tidak semua pedagang memiliki karyawan.

## **B. Saran**

1. Para pedagang Kedung Ombo dan Wana Wisata hendaknya perlu ditingkatkan lagi tentang etika bisnis Islam nya dari segi ibadah, seperti shalat lima waktu yang merupakan salah satu rukun Islam yang wajib dilaksanakan. Serta pengembangan ilmu agama terutama mengenai shalat *qada*. Dalam segi pengembangan wisata harus lebih ditingkatkan, untuk menarik minat pengunjung lebih besar. Serta para pedagang perlu meningkatkan kreatifitas dagangannya.
2. Penyusunan Mendatang  
Penyusunan yang penulis lakukan ini hanya meliputi studi komparasi etika bisnis Islam pada pedagang Muslim di Kedung Ombo dan Wana Wisata. Dimasa yang akan datang perlu dilakukan strategi pengembangan wisata untuk Kedung Ombo dan Wana Wisata.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Fitri (2012). Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Bazar Madinah Depok. *Unipdu*.
- Amalia, Fitri (2014). Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi. *Al-Iqtishad*.
- Darmawati (2012). Perilaku Jual Beli Di Kalangan Pedagang Kaki Lima Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Buah-Buahan Di Kota Samarinda). *Fenomena*.
- Farid, M., & Amilatuz, Z (2015). Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Perdagangan Sapi di Pasar Hewan Pasuruan, *Iqtishoduna*.
- Santoso, Fattah, M.A (2001). *Etika Bisnis: Perspektif Islam*, dalam Maryadi dan Syamsuddin (ed.), Agama Spiritualisme dalam Dinamika Ekonomi Politik. Muhammadiyah University Press, Surakarta
- Hamid, Arfin. 2007. *Hukum Ekonomi Islam (Ekonomi Syariah) ; Aplikasi dan Prospektifnya di Indonesia*. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Haryanto, Rudi (2009). Moralitas (Paradigma Baru dalam Etika Bisnis Modern). *Al-Ihkam*.
- Hidayat, D., & Fadhilah dkk (2015). Pencapaian Masalah Melalui Etika Bisnis Islam Studi Kasus Restoran Mie Akhirat. *JESTT*.
- Iltiham, M., F., & Danif (2016). Penerapan Konsep Etika Bisnis Islam pada Manajemen Perhotelan di PT. Syari'ah Guest House Malang. *Malia*.
- Jamroni (2013). *Pilar Substansi Islam*. Yogyakarta: DPPAI UII.
- Muhammad (2004). *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: AMP YKPN.
- Muhammad, & Alimin (2004). *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: BPFE.
- Muslih, & Shawi, S (2004). *Ma La Yasa'ut Tajiru Jablubu Abu Umar Basyir*, penerjemah.) Jakarta: Darul Haq.
- Muslich (2010). *Etika Bisnis Islami (cet-2)*. Yogyakarta: EKONISIA.
- Naqvi, Syed, N., H (2009). *Menggagas Ilmu Eknomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Priyadi (2016). Unggul, *Pariwisata Syari'ah*. Yogyakarta: STIM YKPN.
- PU, Departemen (2002). *Bendungan serbaguna kedung ombo dan pembangunan pengairan di wilayah sungai seluna (serang, lusi, juana)*, Semarang.
- Qardhawi, Yusuf (2001). *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, Jakarta: Robbani Press.
- Rahardjo, M., Dawam (1990). *Etika Ekonomi dan Manajemen*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Saifullah, Muhammad (2011). Etika Bisnis Islam Dalam Praktek Bisnis Rasulullah, *Walisongo*.

- Siregar, Rosnani (2015). Etika Bisnis Pengusaha Muslim Terhadap Pelayanan Konsumen Daya Beli Masyarakat, *Tazkir*.
- Sopingi, Imam (2004). Etika Bisnis Menurut Al-Ghazali: Telaah Kitab Ihya' 'Ulum Al-Din. *Iqtishoduna*.
- Subagyo, Joko (1991). *Metode Penyusunan dalam teori dan Praktek* Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono (2009). *Metode Penyusunan Bisnis*. Bandung: Alfabet.
- Supardi (2005). *Metodologi Penyusunan Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press.
- Syamsuddin, & Damaianti, Vismaia (2009). *Metode Penyusunan Pendidikan Bahasa cet ke-3*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rivai, & Amiur, Arfa (2012). *Islamic Business and Economic Ethics: Mengacu pada al-Qur'an dan Mengikuti Jejak Rasulullah SAW dalam Bisnis, Keuangan, dan Ekonomi*. Lampung: Bumi Aksara.
- Wasito, Hermawan (1995). *Pengantar Metodologi Penyusunan Buku Panduan Mahasiswa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.
- BPS (Februari, 2016). Garis Kemiskinan dan Jumlah Penduduk Miskin Kab. Grobogan 2014. Februari 12, 2016. <https://grobogankab.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/10>