

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PERSPEKTIF
MAQASID SYARIAH PADA RUMAH MAKAN HAYAKU DAN
RUMAH MAKAN AYAM GORENG NELONGSO
YOGYAKARTA**



MUHAMMAD ZIA ULHAQ

NIM: 18913057

TESIS

PROGRAM STUDI

ILMU AGAMA ISLAM PROGRAM MAGISTER

FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2021

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PERSPEKTIF
MAQASID SYARIAH PADA RUMAH MAKAN HAYAKU DAN
RUMAH MAKAN AYAM GORENG NELONGSO
YOGYAKARTA**



Oleh:

Muhammad Zia Ulhaq

NIM: 18913057

Pembimbing :

Dr. Drs. Yusdani, M.Ag.

TESIS

Diajukan kepada

PROGRAM STUDI

ILMU AGAMA ISLAM PROGRAM MAGISTER

FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Untuk memenuhi salah satu syarat guna

Memperoleh Gelar Magister Ekonomi

YOGYAKARTA

2021

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Zia Ulhaq
N I M : 18913057
Konsentrasi : Ekonomi Islam
Judul Tesis : IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PERSPEKTIF MAQASID SYARIAH PADA RUMAH MAKAN HAYAKU DAN RUMAH MAKAN AYAM GORENG NELONGSO YOGYAKARTA

menyatakan bahwa tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa tesis ini adalah plagiasi, maka siap untuk dicabut gelar kesarjanaan yang dianugerahkan dan mendapatkan sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Yogyakarta, 3 Maret 2021

Yang menyatakan,


Muhammad Zia Ulhaq



FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II YOGYAKARTA
Telp dan Fax (0274) 523637

PROGRAM STUDI
ILMU AGAMA ISLAM
PROGRAM MAGISTER

Website : master.islamic.uii.ac.id
Email: msi@uii.ac.id

PENGESAHAN

Nomor: 2060/PS-IAIPM/Peng./III/2021

TESIS berjudul : **IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PERSPEKTIF
MAQASID SYARIAH PADA RUMAH MAKAN HAYAKU
DAN RUMAH MAKAN AYAM GORENG NELONGSO
YOGYAKARTA.**

Ditulis oleh : Muhammad Zia Ulhaq

N. I. M. : 18913057

Konsentrasi : Ekonomi Islam

Telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister Ekonomi.

Yogyakarta, 26 Maret 2021

Ketua,



Dr. Dr. Tunānah, MIS



FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

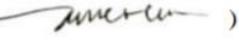
Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II YOGYAKARTA
Telp dan Fax (0274) 523637

PROGRAM STUDI
ILMU AGAMA ISLAM
PROGRAM MAGISTER

Website : master.islamic.uii.ac.id
Email: msi@uii.ac.id

TIM PENGUJI UJIAN TESIS

Nama : Muhammad Zia Ulhaq
Tempat/tgl lahir : Bima, 04 Mei 1996
N. I. M. : 18913057
Konsentrasi : Ekonomi Islam
Judul Tesis : **IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PERSPEKTIF
MAQASID SYARIAH PADA RUMAH MAKAN HAYAKU
DAN RUMAH MAKAN AYAM GORENG NELONGSO
YOGYAKARTA.**

Ketua : Dr. Dra. Rahmani Timorita Y., M.Ag ()
Sekretaris : Dr. Dra. Junanah, MIS. ()
Pembimbing : Dr. Drs. Yusdani, M.Ag.. ()
Penguji : Dr. Anton Priyo Nugroho, SE., MM. ()
Penguji : Dr. Siti Achiria, SE., MM.. ()

Diuji di Yogyakarta pada Jum'at, 19 Maret 2021

Pukul : 15.30 – 16.30

Hasil : **Lulus**

Mengetahui
Ketua Program Studi
Ilmu Agama Islam Program Magister FIAI UII





FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II YOGYAKARTA
Telp dan Fax (0274) 523637

PROGRAM STUDI
ILMU AGAMA ISLAM
PROGRAM MAGISTER

Website : master.islamic.uil.ac.id
Email: msi@uil.ac.id

NOTA DINAS

No.: 2026/PS-IAIPM/ND/III/2021

TESIS berjudul : **IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PERSPEKTIF MAQASID SYARIAH PADA RUMAH MAKAN HAYAKU DAN RUMAH MAKAN NELONGSO YOGYAKARTA**

Ditulis oleh : Muhammad Zia Ulhaq

NIM : 18913057

Konsentrasi : Ekonomi Islam

Telah dapat diujikan di depan Dewan Penguji Tesis Program Studi Magister Ilmu Agama Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 15 Maret 2021

Ketua,



Dr. Dra. Junanah, MIS .

PERSETUJUAN

Judul : **IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PERSPEKTIF
MAQASID SYARIAH PADA RUMAH MAKAN HAYAKU DAN
RUMAH MAKAN AYAM GORENG NELONGSO
YOGYAKARTA**

Nama : Muhammad Zia Ulhaq

N I M : 18913057

Konsentrasi : Ekonomi Islam

disetujui untuk diuji oleh Tim Penguji Tesis Program Studi Magister Ilmu Agama Islam
Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 2 Maret 2021

Pembimbing,



Dr. Drs. YUSDANI, M.AG.

PERSEMBAHAN

Karya kecil ini peneliti persembahkan untuk :

- **Orang tua tercinta, Papa Rifa'i, M.AP. dan Ibu Nurhaidah, Amd, Keb. yang senantiasa menjadi tempat curahan hati, tempat berkeluh kesah dan selalu memberikan doa dan dukungan penuh terhadap pendidikan yang sedang peneliti tempuh saat ini baik moril maupun materil.**
- **Adik-adik tercinta, Muhammad Fakhrrur Rodzi, Annisa Thussolihah, Muhammad Ibnu Katsir, yang selalu mengingatkan dan dukungan untuk selalu berjuang hingga akhir.**
- **Teman-teman senasib dan seperjuangan di Magister Ilmu Agama Islam FIAI UII angkatan 2018, mereka yang tak ternilai harganya dan tak terhingga perjuangannya dalam kebersamai proses selama ini.**
- **Teman-teman seperjuangan di Pusat Studi Mahasiswa Pascasarjana Mbojo-Yogyakarta (PUSMAJA) yang selalu memberikan motivasi dan dukungan hingga selesai.**
- **Semua pihak yang telah berjasa bagi peneliti sehingga sampai di titik ini.**

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ
-رَحِيمًا- ٢٩

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan cara 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. At-Taubah (4): 29)¹

¹ Tim Penerjemah Al-Qur'an, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Departemen Agama Republik Indonesia, 1993), hlm. 282.

**PEDOMAN TRANSLITERASI
ARAB – LATIN**

Sesuai dengan Surat keputusan (SKB) Menteri Agama, Menteri Pendidikan dan Menteri Kebudayaan Republik Indonesia No. 158/1987 dan No.0543 b/1987 tertanggal 22 Januari 1988.

I. Konsonan Tunggal

HURUF ARAB	NAMA	HURUF LATIN	NAMA
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bâ'	<i>B</i>	-
ت	Tâ	<i>T</i>	-
ث	Sâ	<i>Š</i>	S (dengan titik di atas)
ج	Jîm	<i>J</i>	-
ح	Hâ'	<i>Ĥa'</i>	H (dengan titik di bawah)
خ	Khâ'	<i>Kh</i>	-
د	Dâl	<i>D</i>	-
ذ	Zâl	<i>Ž</i>	Z (dengan titik di atas)
ر	Râ'	<i>R</i>	-
ز	Zâ'	<i>Z</i>	-
س	Sîn	<i>S</i>	-
ش	Syîn	<i>Sy</i>	-

ص	Sâd	Ṣ	S (dengan titik di bawah)
ض	Dâd	Ḍ	D (dengan titik di bawah)
ط	Tâ'	Ṭ	T (dengan titik di bawah)
ظ	Zâ'	Ẓ	Z (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	‘	Koma di atas
غ	Gaîn	G	-
ف	Fâ'	F	-
ق	Qâf	Q	-
ك	Kâf	K	-
ل	Lâm	L	-
م	Mîm	M	-
ن	Nûn	N	-
هـ	Wâwu	W	-
و	Hâ'	H	-
ء	Hamzah	-	Apostrof
ي	Yâ'	Y	-

II. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* ditulis rangkap

متعددة	Ditulis	<i>muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

III. *Ta' Marbūtah* di akhir kata

- a. Bila dimatikan tulis *h*

حكمة	Ditulis	<i>ḥikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan, bila kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya. Kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- b. Bila *ta' marbūtah* diikuti dengan kata sandang “*al*” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*.

كرامه □ الأولياء	ditulis	Karâmah al-aulyâ
------------------	---------	------------------

- c. Bila *ta' marbūtah* hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dammah ditulis *t*

زكاة الفطر	ditulis	<i>Zakat al-fiṭr</i>
------------	---------	----------------------

IV. Vokal Pendek

-----□	<i>fathah</i>	ditulis	a
-----□	<i>kasrah</i>	ditulis	i
-----□	<i>dammah</i>	ditulis	u

V. Vokal Panjang

<i>Fathah + alif</i>	ditulis	a
جاهلية	ditulis	<i>Jâhiliyah</i>
<i>Fathah + ya' mati</i>	ditulis	A
تنسى	ditulis	<i>Tansâ</i>
<i>Kasrah + ya' mati</i>	ditulis	Î

كريم	ditulis	<i>karîm</i>
<i>Dammah</i> + wawu mati	ditulis	U
فروض	ditulis	<i>furûd</i>

VI. Vokal Rangkap

1.	<i>Fathah</i> + Ya' mati	ditulis	<i>ai</i>
	بينكم	ditulis	<i>bainakum</i>
2.	<i>Fathah</i> + wawu mati	ditulis	<i>au</i>
	قول	ditulis	<i>qaul</i>

VII. Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أنتم	ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

VIII. Kata Sandan *Alif + Lam*

a. Bila di ikuti huruf *qomariyyah*

القرآن	ditulis	<i>al-Qur'an</i>
القياس	ditulis	<i>al-Qiyâs</i>

b. Bila diikuti huruf *syamsiyah* ditulis dengan menggunakan huruf *syamisiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l* (el)-nya.

السماء	ditulis	<i>as-Samâ'</i>
الشمس	ditulis	<i>asy-Syams</i>

- c. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat. Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوى الفروض	ditulis	<i>zawi al-furûd</i>
أهل السنة	ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>



ABSTRAK

IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PERSPEKTIF MAQASID SYARIAH PADA RUMAH MAKAN HAYAKU DAN RUMAH MAKAN AYAM GORENG NELONGSO YOGYAKARTA

Muhammad Zia Ulhaq

NIM: 18913057

Etika bisnis Islam harus diperhatikan dalam kegiatan aktivitas muamalah atau transaksi jual beli. Adapun permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana implementasi etika bisnis Islam dan dilihat dari tinjauan maqasid syariah pada rumah makan Hayaku dan rumah makan Ayam Goreng Nelongso. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan menganalisis implementasi etika bisnis Islam pada dan tinjauan maqasid syariah pada rumah makan hayaku dan rumah makan nelongso Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Hasil dan kesimpulan dari analisis penelitian bahwa Rumah Makan Hayaku berusaha untuk mengikuti etika bisnis yang diajarkan oleh Rasulullah SAW seperti nilai kejujuran, dapat dipercaya, cerdas, ramah dan komunikatif. Hampir seluruh aspek-aspek itu sudah dapat diimplementasikan dalam menjalankan bisnis dirumah makan tersebut. sehingga diperoleh beberapa aspek yang belum terpenuhi misalnya masih ada yang kurang tanggungjawab, ada juga yang masih belum professional karena masih baru bekerja. Kadang juga terjadi kekeliruan dalam pelayanan. Rumah makan secara cepat, tepat dan berupaya untuk memberikan pelayanan yang prima. Sedangkan pada rumah makan Ayam Goreng Nelongso berusaha untuk mengikuti etika bisnis Islam yang diajarkan oleh Rasulullah SAW seperti nilai kejujuran, dapat dipercaya, cerdas, ramah dan komunikatif. Hampir seluruh aspek-aspek itu sudah dapat diimplementasikan dalam menjalankan bisnis dirumah makan tersebut. Namun, ada juga karyawan yang masih kurang professional dan tanggungjawab dalam bekerja. Etika bisnis Islam tinjauan perspektif maqasid syariah pada rumah makan Hayaku ke empat penjagaan itu adalah sudah bisa menjaga konsumen dari hak-haknya. Seperti perlindungan terhadap agama, perlindungan terhadap jiwa, perlindungan terhadap akal, dan perlindungan terhadap keturunan. Sementara dalam perlindungan terhadap harta, pihak rumah makan belum bisa melindungi hak konsumen secara menyeluruh. Sedangkan etika bisnis Islam tinjauan perspektif maqasid syariah pada rumah makan Ayam Goreng Nelongso adalah dari kelima perlindungan terhadap harta, perlindungan agama, perlindungan terhadap jiwa, perlindungan terhadap akal, dan perlindungan terhadap keturunan. Sudah dapat melindungi konsumen dari hak-hak nya dan juga dapat melindungi hak-hak karyawan. Kemudian, dalam pemeliharaan terhadap harta, pihak rumah makan belum bisa menjaga hak konsumen secara menyeluruh.

Kata kunci : Implementasi, Etika Bisnis Islam, Maqasid Syariah

ABSTRACT

IMPLEMENTATION OF ISLAMIC BUSINESS ETHICS IN THE PERSPECTIVE OF MAQASID SYARIAH IN HAYAKU RESTAURANT AND NELONGSO FRIED CHICKEN RESTAURANT YOGYAKARTA

Muhammad Zia Ulhaq

NIM: 18913057

Islamic business ethics must become a concern in the activities of muamalah or buying and selling transaction. The problem in this study is how the implementation of Islamic business ethics and seen from the review of maqasid syariah in Hayaku Restaurant and Nelongso Fried Chicken restaurant. This study aimed to explain and analyze the implementation of Islamic business ethics in the perspective of maqasid syariah in Hayaku Restaurant and Nelongso Fried Chicken Restaurant Yogyakarta. This is a qualitative research. The results and the conclusion of this study showed that Hayaku restaurant attempted to follow the business ethics taught by Rasulullah SAW such as in the values of honesty, reliability, smartness, hospitality and communication. Almost all aspects have been implemented in this restaurant but some aspects have not been fulfilled such as lack of responsibility, being unprofessional for being new at work, and making some mistakes in giving service. In fact, a restaurant needs to fast and accurately give an optimal service. Meanwhile Nelongso Fried Chicken restaurant attempted to follow the islamic business ethics as taught by Rasulullah SAW such as in the honesty, reliability, smartness, hospitality and communication. Almost all aspects have been implemented in running the business in this restaurant; however, some employees were found still unprofessional and irresponsible in working. The islamic business ethics in the perspective of maqasid syariah in Hayaku restaurant included four protections to keep the customers for the rights including protection for religion, protection for soul, protection for reasoning, and protection for descendants. Meanwhile, in protecting the property, the restaurant has not been able to protect consumers' rights entirely. In Nelongso Fried Chicken restaurant, Islamic business ethics in the maqasid sharia perspective consisted of five protections including protection for property, protection for religion, protection for soul, protection for reason, and protection for descendants. It can protect consumers from their rights and protect employee rights. Then, in the maintenance of property, the restaurant has not been able to protect consumer rights entirely.

Keywords: *Implementation, Islamic Business Ethics, Maqasid Syariah*

February 24, 2021

TRANSLATOR STATEMENT

The information appearing herein has been translated by a Center for International Language and Cultural Studies of Islamic University of Indonesia
CILACS UII Jl. DEMANGAN BARU NO 24
YOGYAKARTA, INDONESIA.
Phone/Fax: 0274 540 255

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، الذي هدانا لهذا، وما كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله،
وصلوات الله وتسليماته على رحمته المهداة للعالمين، سيدنا وإمامنا وحبيبنا محمد، وعلى آله
وصحبه ومن اتبعهم بإحسان إلى يوم الدين، أما بعد:

Assalamualaikum Wr. Wb.

Segala puji senantiasa peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang atas berkat rahmat dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan segala sesuatu hingga sampai pada tahap penyelesaian tesis ini. Shalawat serta salam hangat juga senantiasa tercurah untuk Baginda Agung Sayyidina Muhammad Rasulullah SAW yang membawa nasib umat manusia dari zaman kegelapan menjadi zaman terang menderang dengan limpahan cahaya ilmu seperti sekarang ini.

Karya ilmiah berupa tesis ini adalah tugas akhir dari serangkaian program yang ditempuh selama proses perkuliahan, laporan ini juga merupakan bentuk pertanggungjawaban peneliti kepada pembimbing dan kampus tercinta atas proses pembelajaran yang telah di dapat selama ini. Terimakasih yang mendalam dari hati peneliti ucapkan kepada:

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, ST., M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia Periode 2018-2023 yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk dapat menyelesaikan pendidikan program pascasarjana ini.
2. Bapak Dr. H. Tamyiz Mukharrom, MA., selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia periode 2018-2023 yang telah memberikan kesempatan dan membantu peneliti dalam proses terselesaikannya karya tulis tesis ini.

3. Ibu Dr. Rahmani Timorita Yulianti, M.Ag selaku Ketua Jurusan Studi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
4. Ibu Dr. Drs. Junanah, MIS selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Agama Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Dr. Drs. Yusdani, M.Ag selaku Ketua Program Doktor Hukum Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia, sekaligus Dosen Pembimbing tesis yang telah membantu selama proses pembelajaran hingga peneliti meraih gelar sarjananya di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dan memberikan saran serta kritik membangun sehingga penelitian ini bisa sampai pada tahap ini.
6. Seluruh Dosen di Magister Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia yang telah mendidik dan memberikan ilmunya yang tidak ternilai kepada penulis.
7. Rumah Makan Hayaku yang telah mengizinkan peneliti melakukan penelitian di sana guna terselesaikannya proses demi proses dari karya tulis tesis ini.
8. Rumah Makan Nelongso yang telah mengizinkan peneliti melakukan penelitian di sana guna terselesaikannya proses demi proses dari karya tulis tesis ini.
9. Orang tua tercinta, Papa Rifa'I, M.Ap. dan Ibu Nurhaidah, Amd, Keb. yang senantiasa menjadi tempat curahan hati, tempat berkeluh kesah dan selalu memberikan doa dan dukungan penuh terhadap pendidikan yang sedang peneliti tempuh saat ini baik moril maupun materil.
10. Adik-adik tercinta, Muhammad Fakhrur Rodzi, Annisa Thussolihah, Muhammad Ibnu Katsir, yang selalu mengingatkan dan dukungan untuk selalu berjuang hingga akhir.
11. Teman-teman senasib dan seperjuangan di Magister Ilmu Agama Islam FIAI UII angkatan 2018, mereka yang tak ternilai harganya dan tak terhingga perjuangannya dalam kebersamai proses selama ini.

12. Seluruh pihak yang telah membantu yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu.

Selayaknya manusia manusia yang jauh dari kesempurnaan, peneliti pun menyadari jika baik penelitian tesis ini ataupun selama proses pembelajaran di kampus tercinta ini mungkin belum sempurna harapan pihak terkait, teman-teman, atau masyarakat, tetapi apapun menjadi hasilnya, inilah hal yang paling optimal yang bisa peneliti persembahkan guna menjadi generasi penerus bangsa sesuai yang diharapkan. Kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan untuk perbaikan yang akan datang. Akhir kata, semoga apa yang sudah peneliti berikan dapat menjadi manfaat yang sangat berarti untuk seluruh pihak. Aamiin ya Allah.

Wassalamualaikum. Wr. Wb.

Yogyakarta, 3 Maret 2021

Peneliti



Muhammad Zia Ulhaq

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN TIM PENGUJI TESIS	iv
NOTA DINAS.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI	ix
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT.....	xiv
KATA PENGANTAR.....	xv
DAFTAR ISI.....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR TABEL.....	xxi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian.....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
D. Sistematika Pembahasan	9
BAB II. KAJIAN PENELITIAN TERDAHULU DAN KERANGKA TEORI.....	10

A. Kajian Penelitian Terdahulu.....	10
B. Kerangka Teori.....	31
1. Pengertian Etika bisnis.....	31
2. Etika Bisnis Islam	35
3. Maqasid Syariah.....	44
4. Bisnis Rumah Makan	45
5. Kerangka Konseptual.....	47
BAB III. METODE PENELITIAN	48
A. Jenis Penelitian dan Pendekatan	48
B. Lokasi Penelitian	48
C. Informan Penelitian	49
D. Teknik Penentuan Informan.....	49
E. Teknik Pengumpulan Data	50
F. Keabsahan Data	52
G. Teknik Analisis Data.....	53
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	55
A. Gambaran Umum Rumah Makan Hayaku.....	55
1. Sejarah Hayaku	55
2. Etika Bisnis Islam pada Rumah Makan Hayaku.....	60
3. Etika Bisnis Islam dalam tinjauan Maqasid Syariah pada Rumah Makan Hayaku	68
B. Gambaran Umum Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso	74
1. Sejarah Ayam Goreng Nelongso	74
2. Etika Bisnis Islam pada Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso.....	78
3. Etika Bisnis Islam dalam tinjauan Maqasid Syariah pada Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso	86

BAB V. PENUTUP.....	94
A. Kesimpulan	94
B. Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA.....	98
LAMPIRAN-LAMPIRAN	101



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Kerangka Konseptual	47
Gambar 3.1 Analisis data kualitatif model Miles & Huberman	54
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Hayaku	57
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Ayam Goreng Nelongso	77



GAMBAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

19

Tabel 4.1 Jam Kerja Hayaku

59



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perekonomian merupakan salah cara untuk memenuhi setiap kebutuhan manusia dan mempercepat aturan kehidupan sehari-hari. Baik itu disadari maupun tidak, setiap aktivitas perekonomian terdapat dari segi pertanian, perdagangan, perindustrian dan sebagainya. Oleh sebab itu, kegiatan ekonomi melekat erat dengan kegiatan manusia dan membawa ke arah kehidupan yang lebih maju dan baik. Bahwa ajaran agama Islam telah mengatur prinsip-prinsip seperti prinsip ketauhidan, peribadatan, bermasyarakat, bahkan termasuk prinsip bermuamalah. Tidak mau kalah dengan ekonomi konvensional, ekonomi Islam dalam hal memperoleh, mengelola, menyalurkan, bahkan penggunaan harta benda baik berupa material maupun nonmaterial, keseluruhan kegiatan-kegiatan itu dilandasi dengan kaidah-kaidah yang terorganisir oleh ajaran Islam.¹

Kegiatan bisnis mempengaruhi semua tingkat kehidupan individu, sosial, regional, nasional dan internasional. Kebaikan dan kesuksesan serta kemajuan suatu bisnis tergantung pada kesungguhan dan ketekunan para pelaku bisnis tersebut. Pelaku usaha dan konsumen (pemakai barang dan jasa) dalam kegiatan perdagangan sama-sama mempunyai kebutuhan dan kepentingan. Pelaku usaha harus memiliki tanggungjawab terhadap karyawan, konsumen, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Maka itu perlu adanya aturan-aturan dan nilai-nilai yang mengatur kegiatan tersebut, agar tidak ada pihak yang dieksploitasi, terutama pihak

¹ Idri, *Hadis Ekonomi (Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi)*, (Cet I, Jakarta: Kencana, 2015), hlm. 6.

konsumen.² Oleh karena itu, bisnis berjalan sebagai proses yang telah menjadi aktivitas manusia sebagai individu atau masyarakat untuk mencari keuntungan dan memenuhi keinginan serta kebutuhan hidupnya.³

Permasalahan bisnis yang terjadi saat ini mengedepankan perilaku dan praktek bisnis minus moralitas. Praktek bisnis yang didasarkan pada kecenderungan negatif bisnis membuka peluang bagi praktek bisnis yang tidak baik dan bermartabat. Perilaku bisnis korup, manipulasi dan ketidakadilan sering ditemui di berbagai lingkungan bisnis. Tindakan semacam ini akan memberi dampak yang buruk bagi bisnis era sekarang. Bisnis yang esensinya adalah perwujudan realitas hidup manusia tidak jadi menerima dampak dari negatif bisnis yang sering mengalami kurangnya moral. Bisnis lantas dianggap sebagai kegiatan yang berorientasi pada kekayaan dan materi semata. Pandangan bisnis yang dipenuhi dengan muatan negatif menggiring bisnis pada keadaan yang dilematis. Bisnis dibutuhkan namun keberadaannya, seiring perkembangan zaman, tentu menjauhkan manusia dari tujuan hidup, yaitu kebahagiaan. Bisnis berkali-kali menggadaikan nilai-nilai kemanusiaan dan menciptakan masalah kemanusiaan seperti penderitaan, kesengsaraan dan kemiskinan. Bisnis harus mampu memenuhi kebutuhan hidup manusia dengan tujuan hidup mendasar, keadaan semacam ini dapat dicapai apabila bisnis mempertimbangkan segala aktivitas kegiatannya dalam hal etis. Maka dengan ini, membutuhkan etika yang diletakkan sebagai sarana sekaligus landasan bisnis agar bermuara pada keutamaan. Dalam konteks ini, etika hadir sebagai alat untuk mengembalikan kegiatan dan kegiatan manusia termasuk aktivitas bisnis pada mendasar tujuan hidup manusia yakni kebahagiaan yang merupakan tujuan utama kehidupan

² Elida Elfi Barus dan Nuriani, "Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Pada Rumah Makan Wong Solo Medan)", *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam* Vol 2, No. 2 (September 2016), hlm. 126.

³ Muhammad, *Bisnis Syariah Transaksi dan Pola Pengikatnya*, (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2018), hlm. 37.

manusia. Sehingga melahirkan keadaan yang bahagia dan sejahtera bagi kemakmuran setiap individu yang terlibat. ⁴

Dalam etika bisnis Islam tentu mengedepankan manfaat dari suatu produk tersebut serta keberkahan dalam memperoleh keuntungan, tidak seperti dengan sistem ekonomi kapitalis yang lebih mengedepankan keuntungan yang berprinsip biaya rendah dapat menghasilkan keuntungan yang besar, sistem ekonomi yang didirikan diatas landasan teori yang bebas. Pada realitanya sekarang banyak terjadi pergeseran etika dalam berbisnis, misalnya banyak pelaku bisnis yang terlibat dalam transaksi riba, mengambil keuntungan yang tidak wajar, mengurangi takaran atau timbangan, *gharar*, penipuan, dan penimbunan demi mendapatkan keuntungan semata. Hal ini diakibatkan merosotnya kejujuran, etika, rasa solidaritas serta tanggung jawab, kemudian terjadilah persaingan yang tidak sehat diantara para pelaku bisnis. Dalam bisnis memperhatikan etika yang baik dan mempunyai tempat yang sangat strategis. Karena akan membantu kemajuan dalam bisnis jangka panjang. Dalam iklim bisnis yang terbuka dan bebas, pebisnis menjalankan bisnisnya secara baik dan etis, yakni dengan memperhatikan hak dan kepentingan semua pihak yang terkait dengan bisnisnya dan akan membawa hasil yang maksimal dalam kegiatan bisnis tersebut. ⁵

Pelaku-pelaku bisnis diharapkan bersikap secara etis dalam berbagai kegiatannya artinya usaha yang dijalankan harus mampu memajukan atau membangun tingkat kepercayaan dari para relasinya. Sikap kepercayaan, keadilan dan kejujuran merupakan unsur pokok dalam mencapai suksesnya suatu bisnis di kemudian hari. Dalam kegiatan bisnis harus memiliki etika dalam menggunakan sumber daya yang terbatas dan apa akibat dari proses produksi yang menimbulkan polusi. Oleh karenanya, orang bisnis harus

⁴ P3EI UII, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2008), hlm. 1.

⁵ Giska, dkk, "Penerapan Etika Bisnis Islam di Rumah Makan Kaledo Stereo Palu", *IAIN Palu: Jurnal Ilmu dan Bisnis Islam* Vol. 1 No. 1, 2019, hlm. 112.

memiliki standar etik yang baik, karena mereka langsung berhadapan dengan masyarakat yang selalu mengawasi kegiatan tersebut.⁶

Problematika yang sedang dialami oleh para pengusaha muslim yakni terletak pada minimnya pengalaman dan *influencer* muslim. Padahal ajaran agama Islam mempunyai peluang bahkan melebihi ajaran agama lainnya termasuk dalam pengembangan kegiatan bisnis di era panas persaingan bisnis yang terjadi saat ini.⁷ Setiap seseorang mempunyai harta demi mencukupi segala kebutuhan hidupnya. Oleh sebab itu, manusia akan terus berusaha untuk memperoleh harta kekayaan tersebut. Salah satunya melalui bekerja yakni bisnis. Maka bekerja adalah salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia mempunyai harta kekayaan. Dalam mencari nafkah Allah SWT, menjelaskan mengenai harta yaitu karunianya dan memerintahkan kepada manusia untuk bekerja dan berusaha. Dalam Islam bekerja itu dinilai sebagai salah satu kebaikan dan begitu sebaliknya kemalasan itu dinilai sebagai keburukan.⁸

Alasan akademik untuk meneliti di rumah makan Hayaku dan Nelongso tersebut karena saya hendak menguji bagaimana Implementasi Etika Bisnis Islam ditinjau dari Maqasid Syariah Pada Rumah Makan Hayaku dan Rumah Makan Nelongso Yogyakarta yang dijalankan oleh rumah makan tersebut sehingga dapat diterapkan dengan baik agar menjalankan sesuai dengan perintah dan aturan yang digambarkan didalam Al-Qur'an. Oleh karena itu, saya hendak mengetahui kedua rumah makan itu dari sisi etika bisnis Islam yang dijalankan dan apa yang dapat kita perbaiki sehingga menjadi lebih baik untuk keselamatan bersama. Permasalahan yang sering muncul adalah masalah etika bisnis yang merugikan pihak lain demi meraih keuntungan yang sebesar-besarnya demi kepuasan

⁶ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 378.

⁷ Muhammad Ali Haji Hasyim, *Bisnis Satu Cabang Jihad*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2005), hlm. 8.

⁸ Mardani, *Hukum Bisnis Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), hlm. 75.

pribadi tanpa memperhatikan nilai-nilai Islam yang dianjurkan. Dalam hal ini dirumah makan itu belum pernah dilakukan penelitian sebelumnya, maka peneliti mencoba melakukan penelitian di tempat itu untuk mengkaji lebih mendalam mengenai etika bisnis Islam yang dijalankan oleh rumah makan tersebut.

Fakta yang terjadi ditempat lain mengenai pelanggaran etika bisnis sudah sering terjadi, contohnya dalam kasus makanan yang mengandung zat berbahaya, pedagang hanya memenuhi kebutuhan dan permintaan konsumen. Sehingga makanan yang mengandung zat berbahaya merugikan kesehatan manusia, pedagang tidak bertanggung jawab, maka masyarakat itu sendiri yang membutuhkan, sedangkan pedagang hanya memenuhi apa yang dibutuhkan masyarakat. Maka, tentu saja tidak bisa dibenarkan bahwa pedagang memiliki peranan yang sangat besar dalam kehidupan manusia sesuai dengan tuntutan zaman baik itu dari segi makanan, pakaian dan lainnya. Bisnis harus dikendalikan dalam batas-batas yang jangan sampai merusak kebebasan dan kesehatan setiap konsumen atau masyarakat secara keseluruhan. Upaya memujudkan etika bisnis Islami, pelaku bisnis perlu/pedagang diharapkan masih memiliki kesadaran moral dan tanggungjawab untuk memperhatikan dampak negatif dari aktivitas bisnisnya bagi masyarakat, baik menyangkut kesehatan , moral, budaya, sosial dan ekonomi. Sehingga diharapkan pelaku bisnis/pedagang masih peka terhadap kepentingan dan keadaan masyarakat untuk tidak sampai merusaknya hanya demi keuntungan bagi dirinya.⁹

Fenomena yang terjadi dirumah makan hayaku adalah untuk karyawan dan karyawan khususnya untuk karyawan mereka menggunakan pakaian yang rapi misalnya menggunakan kerudung serta ramah tamah dalam pelayanan. Untuk sumber bahan makanan seperti daging disembelih oleh orang muslim, daging dan sayuran yang

⁹ Rahmawati, "Etika Bisnis Islam pada Pedagang Makanan (Studi Kasus di Keude Blang Jreum, Aceh)", *Jurnal JESKape*, Vol. 1, No. 1 (Januari-Juni 2017), hlm. 111.

disajikan masih segar dan bersih (hygienes), pelanggan masak sendiri. Bahan lain untuk pelengkap masakan seperti kecap, saos dan bumbu lainnya berlabel halal. Selain itu, rumah makan tersebut menyediakan tempat sholat, toilet dan tempat cuci tangan. Fasilitas lain yang dimiliki antara lain area parkir, area merokok, dan menerima reservasi dari pelanggan. Walaupun rumah makan ini menyajikan seperti ala Korea, namun belum memiliki sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) Daerah Istimewa Yogyakarta.

Sedangkan fenomena yang terjadi dirumah makan nelongso adalah untuk karyawan dan karyawan khususnya untuk karyawan mereka menggunakan pakaian yang rapi dan sopan misalnya menggunakan kerudung serta ramah tamah dalam pelayanan. Untuk sumber bahan makanan seperti daging ayam di sembelih oleh orang muslim dan disajikan sesuai pesanan pelanggan dalam bentuk makanan siap saji dan makanannya bersih (hygienes). Selain itu, rumah makan tersebut masih dalam proses sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) Daerah Istimewa Yogyakarta. Rumah makan tersebut menyediakan tempat sholat, toilet dan tempat cuci tangan. Fasilitas lain yang dimiliki antara lain area parkir.

Alasan dalam memilih kedua lokasi ini dapat dijangkau dengan mudah, lokasi ini belum dijadikan tempat oleh peneliti lain, memenuhi kriteria yang ingin diteliti (sudah sesuai dengan prinsip-prinsip). Di Indonesia sendiri perkembangan wisata kuliner terbilang berkembang cukup pesat sehingga membuat persaingan lebih besar pula, dalam persaingan kuliner banyak pelaku bisnis yang tidak peduli akan etika dalam menjalankan bisnisnya. Berbuat curang dan tidak memperdulikan halal atau haramnya makanan yang diproduksi dan apakah pendistribusiannya memberi manfaat konsumennya.

Dengan tujuan tersebut, esensi dari aktivitas bisnis itu merupakan untuk memenuhi kebutuhan manusia sebagai makhluk sosial. Dalam hal ini, tentu dalam berbisnis ada

aturan-aturan yang harus di perhatikan agar tidak menimbulkan kerugian kepada pihak lain. Untuk itu harus di pahami dan dijalankan sesuai dengan aturan yang ada, sehingga akan menjadi pedoman bagi keberlangsungan perdagangan / bisnis dan juga menerapkan prinsip-prinsip sesuai dengan Islam. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut diatas, maka penulis bermaksud lebih mendalami masalah dengan mengangkat judul penelitian ”Implementasi Etika Bisnis Islam Perspektif Maqasid Syariah Pada Rumah Makan Hayaku dan Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Yogyakarta.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti mengerucutkan masalah dalam penelitian ini yang terbingkai dalam fokus dan pertanyaan penelitian di bawah ini:

1. Bagaimana Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Rumah Makan Hayaku dan Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Yogyakarta?
2. Bagaimana Implementasi Etika Bisnis Islam dalam tinjauan Maqasid Syariah Pada Rumah Makan Hayaku dan Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Yogyakarta?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk menjelaskan dan menganalisis implementasi etika bisnis Islam pada rumah makan hayaku dan rumah makan ayam goreng nelongso Yogyakarta.
- b. Untuk menjelaskan dan menganalisis etika bisnis Islam dalam tinjauan maqasid syariah pada rumah makan hayaku dan rumah makan ayam goreng nelongso Yogyakarta.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang akan diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Praktis:

Dapat dipakai sebagai bahan masukan bagi pengusaha dalam rangka penentuan kebijakannya dimasa mendatang, khususnya tentang implementasi etika bisnis Islam dalam tinjauan maqasid syariah pada rumah makan hayaku dan rumah makan nelongso Yogyakarta.

b. Manfaat Teoritis:

1. Dapat memberikan kontribusi yang berarti untuk pengembangan ilmu pengetahuan khususnya kajian tentang Implementasi etika bisnis Islam dalam tinjauan maqasid syariah pada rumah makan hayaku dan rumah makan ayam goreng nelongso Yogyakarta.
2. Dapat dipakai sebagai salah satu referensi dalam penelitian lebih lanjut yang terkait dengan implementasi etika bisnis Islam dalam tinjauan maqasid syariah pada rumah makan hayaku dan rumah makan ayam goreng nelongso Yogyakarta.

D. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini, penulis menarasikan dalam bentuk bab-bab. Maka, Bab I pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah, pertanyaan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan. Bab II kajian penelitian terdahulu dan kerangka teori yang berisikan kajian penelitian terdahulu, kerangka teori, dan kerangka konseptual. Bab III metode penelitian yang berisikan hjenis penelitian dan pendekatan, lokasi penelitian, informan penelitian, teknik penentuan informan, teknik pengumpulan data, keabsahan data, instrument penelitian, dan teknik analisis data. Bab IV hasil dan pembahasan yang berisikan hasil penelitian dan pembahasan penelitian tesis tersebut. Bab V kesimpulan dan saran yang berisikan tentang kesimpulan dan saran yang dapat diambil dalam penelitian yang sedang dilakukan.

BAB II

KAJIAN PENELITIAN TERDAHULU, KERANGKA TEORI

A. Kajian Penelitian Terdahulu

Menelusuri dan menganalisa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu itu sangat penting bagi peneliti karena membutuhkan suatu gambaran umum dan untuk menghindari kesamaan karya tulis. Selain dari itu untuk menghindari tindakan plagiasi pada karya-karya ilmiah terdahulu, maka berdasarkan hasil penelusuran maupun analisa peneliti, ada beberapa karya ilmiah yang hampir sama dengan judul yang diangkat namun bagian kefokusannya berbeda adapun judul karya-karya ilmiah tersebut di antaranya.

Penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Mijil Sampurno dengan judul "Penerapan Etika Bisnis Islam dan Dampaknya terhadap Kemajuan Bisnis Industri Rumah Tangga" Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan etika bisnis Islam dan dampaknya pada perusahaan. Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum perusahaan telah melaksanakan etika bisnis Islam sesuai dengan lima aksioma etik yang diacu. Selain itu, penerapan etika bisnis Islam pada perusahaan juga berdampak pada enam aspek kemajuan bisnis perusahaan.¹

Penelitian yang dilakukan oleh Abul Hassan dengan judul "Islamic Ethical Responsibilities for Business and Sustainable Development" Metodologi Studi ini mengintegrasikan posisi mainstream dan Islam pada subjek lingkungan dan pembangunan berkelanjutan berdasarkan literatur yang diterbitkan dan argumen bahwa definisi pembangunan lingkungan manapun yang mungkin diikuti akhirnya telah tiba pada

¹ Wahyu Mijil Sampurno, "Penerapan Etika Bisnis Islam dan Dampaknya terhadap Kemajuan Bisnis Industri Rumah Tangga", *Journal of Islamic Economics Lariba*, Vol. 2, Issue 1, 2016.

masalah lingkungan. Hasil dalam tulisan ini meningkatkan pemahaman tentang tanggung jawab etis Islam pengembangan bisnis, lingkungan dan berkelanjutan dan upaya untuk menunjukkan atribut dari berbagai tingkat perilaku organisasi.²

Penelitian yang dilakukan oleh Elida Elfi Barus dan Nuriani dengan judul "Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Pada Rumah Makan Wong Solo Medan)" Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Dalam penelitian adalah implementasi etika bisnis Islam pada Rumah Makan Wong Solo sudah diterapkan dengan cukup baik. Hal ini terbukti dari segi karyawannya, Rumah Makan Wong Solo mewajibkan semua karyawannya menggunakan busana muslimah lengkap dengan jilbabnya. Juga mewajibkan setiap karyawan untuk mengikuti pengajian rutin setiap minggu nya dan kuliah tujuh menit setiap harinya sebelum memulai aktifitas. Serta mewajibkan setiap karyawan untuk melaksanakan sholat lima waktu, sesibuk apapun mereka, kerana sholat adalah tiang agama. Rumah Makan Wong Solo juga menekankan kepada karyawan untuk memberikan pelayanan terbaik kepada para pelanggan. Kemudian dilihat dari segi produk yang mereka jual, Rumah Makan Wong Solo juga selalu menggunakan bahan makanan dan minuman yang sudah bersertifikasi halal dan telah diverifikasi oleh MUI. Mereka mewajibkan setiap suplier untuk memberikan sertifikasi halal atas barang baku yang mereka kirim ke Wong Solo.³

Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Hulaimi, dkk dengan judul " Etika Bisnis Islam Pedagang Sapi dan Dampaknya terhadap Kesejahteraan Pedagang di Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui etika bisnis Islami yang diterapkan dan dampaknya terhadap kesejahteraan pedagang sapi di

² Abu Hassan, "Islamic Ethical Responsibilities for Business and Sustainable Development", *Humanomics* Vol. 32, No. 1, 2016.

³ Elida Elfi Barus dan Nuriani, "Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Pada Rumah Makan Wong Solo Medan)", *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, Vol. 2, No. 2 (September 2016).

Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Hasil penelitian adalah bahwa dari kajian terhadap etika bisnis Islam yang diterapkan oleh pedagang sapi di Kecamatan Masbagik belum sepenuhnya menerapkan prinsip etika bisnis Islam, sedangkan dari kajian terhadap dampak etika bisnis Islam terhadap kesejahteraan, tidak semua pedagang sapi yang ada di Kecamatan Masbagik kabupaten Lombok timur mendapatkan kesejahteraan yang Islami karena belum memenuhi kebutuhan dharuriyatnya (sholat dan haji). Sebagainya lagi sudah mendapatkan kehidupan yang baik, karena sudah dapat memenuhi kebutuhan dharuriyatnya. Mereka telah mengatakan berbahagia, karena telah bersyukur atas rezeki yang diterimanya.⁴

Selanjutnya penelitian yang ditulis oleh Rizal Darwis dengan judul ” Etika Bisnis Pedagang Muslim di Pasar Sentral Gorontalo Perspektif Hukum Bisnis Islam” Penelitian ini mengkaji mengenai bagaimana praktik dan etika bisnis yang dilakukan oleh pedagang muslim di Pasar Sentral Gorontalo perspektif hukum bisnis Islam. Penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan hukum bisnis Islam dan pendekatan sosiologi-ekonomi. Pengumpulan data melalui studi kepustakaan, observasi, wawancara, dan angket. Hasil penelitian menunjukkan para pedagang muslim di Pasar Sentral Gorontalo dalam berbisnis masih rawan terjadinya kecurangan. Persoalan etika dalam berbisnis sesuai syariat Islam belum menjadi pedoman dalam berbisnis. Perilaku etik dalam berbisnis sangat penting diperlukan untuk mencapai sukses jangka panjang dalam sebuah bisnis.⁵

⁴ Ahmad Hulaimi, dkk ”Etika Bisnis Islam Pedagang Sapi dan Dampaknya terhadap Kesejahteraan Pedagang di Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur”, *Iqtishadia: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 3, No. 2 (Desember 2016).

⁵ Rizal Darwis, “Etika Bisnis Pedagang Muslim di Pasar Sentral Gorontalo Perspektif Hukum Bisnis Islam”, *Jurnal Al-Izzah*, Vol. 12, No. 1 (Mei 2017).

Penelitian yang dilakukan oleh Diniarti Novi Wulandari, dkk dengan judul "Etika Bisnis *E-Commerce* Berdasarkan Maqasyid Syariah pada *Marketplace* Bukalapak.com" Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan etika bisnis dan penerapan maqasyid syariah di Bukalapak.com. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah penerapan etika bisnis telah dilakukan dengan baik seperti yang diterapkan oleh Rasulullah SAW, seperti dalam maqasyid syariah dengan empat sistem perlindungan yang telah diterapkan untuk melindungi hak-hak pelanggan.⁶

Penelitian yang dilakukan oleh Dwi Santoso Pambudi dengan judul "Implementasi Etika Bisnis Islam di Industri Pengecoran Logam Batur, Ceper, Klaten". Penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan (*field research*), dengan sifat deskriptif, menggunakan analisa kualitatif dengan cara induktif. Teknik pengumpulan data dengan wawancara dan observasi. Hasil penelitian adalah bahwa Islam memandang bisnis bukan semata upaya meraih keuntungan materi, tetapi sekaligus berupaya mencapai tujuan dari esensi kemanusiaan (Khalifah Allah). Dalam keterpaduan tersebut, Islam memberikan bangunan paradigma dalam berbisnis. Implementasi etika bisnis Islam pengusaha pengecoran logam dengan memberikan informasi produk yang benar, jujur, memberi jaminan dan kenyamanan kepada konsumen. Begitu juga perhatian kepada warga masyarakat sekitar dengan mengentaskan kemiskinan dan membayar zakat.⁷

Penelitian yang dilakukan oleh Yufi Wios Rini Masykuroh dengan judul "Implementasi Etika Bisnis Islam pada Masyarakat Nelayan di Teluk Betung Kota Bandar Lampung". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi penerapan konsep etika bisnis Islam bagi pelaku usaha kecil pada masyarakat nelayan.

⁶ Diniarti Novi Wulandari, dkk "Etika Bisnis *E-Commerce* Berdasarkan Maqasyid Syariah pada *Marketplace* Bukalapak.com", *JMM Unram-Unram Manajement Review*, Vol. 6, No. 1, 2017.

⁷ Dwi Santoso Pambudi, "Implementasi Etika Bisnis Islam di Industri Pengecoran Logam Batur, Ceper, Klaten" *Malia: Jurnal Ekonomi Islam* Vol. 8, No. 2, (Juni 2017).

Penelitian yang dilakukan berupa deskriptif menggunakan studi literatur serta meresume hasil riset sebelumnya. Hasil penelitian adalah bahwa masyarakat nelayan dan usaha kecil di daerah Teluk Betung sebagian telah menerapkan etika bisnis Islam, baik oleh pengusaha maupun nelayan. Dalam menjalankan usaha dan kegiatan, para pelaku usaha kecil nelayan telah memahami dan mengimplementasikan prinsip atau nilai-nilai Islam dengan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadits. Implementasi etika bisnis Islam ini meliputi aspek: prinsip, manajemen, marketing dan produk/harga.⁸

Penelitian yang dilakukan oleh Jubaedi, dkk, dengan judul "Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2014 Fakultas Agama Islam Universitas Ibn Khaldun Bogor)". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana praktek etika bisnis Islam mahasiswa prodi Ekonomi Syariah angkatan 2014 Fakultas Agama Islam Universitas Ibn Khaldun Bogor. Jenis penelitian ini adalah penelitian terapan dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi dan wawancara sedangkan teknik analisa data menggunakan analisis deskriptif. Hasil penelitian adalah menyimpulkan bahwa 11 atau 44 % mahasiswa telah memenuhi semua prinsip etika bisnis Islam dalam praktek bisnisnya. Sementara 14 atau 56 % mahasiswa belum memenuhi semua prinsip etika bisnis Islam dalam praktek bisnisnya, disebabkan mereka masih kurang sesuai dalam penerapan atau pengamalan dua prinsip, yakni prinsip tauhid dan prinsip amanah. Kedua prinsip tersebut sebenarnya diterapkan atau diamalkan dalam praktek bisnis mereka hanya saja penerapan atau pengamalannya masih kurang sesuai.⁹

⁸ Yufi Wios Rini Masykuroh "Implementasi Etika Bisnis Islam pada Masyarakat Nelayan di Teluk Betung Kota Bandar Lampung", *Asas: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam* Vol. 10, No. 2, 2018.

⁹ Jubaedi, dkk, "Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2014 Fakultas Agama Islam Universitas Ibn Khaldun Bogor)", *Malia: Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 9, No. 2 (Juni 2018).

Selanjutnya penelitian yang ditulis oleh Kataruddin Tiakoly, dkk dengan judul ” Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Pedagang Barang campuran di Pasar Tradisional Gamalama”. Penelitian ini bertujuan bagaimana konsep penerapan etika bisnis Islam dan bagaimana bentuk penerapan etika bisnis Islam yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW pada usaha pedagang barang campuran di pasar tradisional Gamalama Kota Ternate provinsi Maluku Utara. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan mayoritas pedagang telah memahami etika bisnis Islam dan menerapkan konsep etika bisnis Islam seperti siddiq, fathanah, amanah dan tabliq telah diterapkan pada kehidupan masyarakat pedagang yang ada di pasar Gamalama kota Ternate.¹⁰

Penelitian yang dilakukan oleh Giska, dkk, dengan judul ”Penerapan Etika Bisnis Islam di Rumah Makan Kaledo Stereo Palu” Dalam penelitian itu diketahui tentang bagaimana penerapan etika bisnis Islam pada sebuah rumah makan yakni Rumah Makan Stereo palu. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Adapun hasil penelitiannya menunjukan bahwa Rumah Makan Kaledo Stereo Palu sudah menjalankan etika bisnis Islam yaitu menyuguhkan produk yang halal lagi baik dan jasa yang berkualitas sesuai dengan keinginan pelanggan dan juga dari segi harga yang sesuai dengan kualitas produk yang baik dan pelayanan yang bagus. Dan juga dalam hal bersaing menggunakan cara yang sehat dan dalam hal pembayaran gaji terhadap karyawan sesuai dengan kesepakatan.¹¹

Selanjutnya penelitian yang ditulis oleh Richa Angkita Mulyawisdawati dengan judul ”Implementasi Etika Bisnis Islam di CV Rumah Warna Yogyakarta”. Penelitian ini

¹⁰ Kataruddin Tiakoly, dkk ”Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Pedagang Barang Campuran di Pasar Tradisional Gamalama”, *Jurnal Iqtisaduna*, Vol. 5, No. 1 (Juni 2019).

¹¹ Giska, dkk, ”Penerapan Etika Bisnis Islam di Rumah Makan Kaledo Stereo Palu”, *IAIN Palu: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* Vol. 1, No.1, 2019.

adalah penelitian deskriptif analitik dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian adalah bahwa secara keseluruhan CV Rumah Warna Yogyakarta telah mengimplementasikan kelima prinsip etika bisnis dalam Islam, yakni prinsip tauhid, prinsip keseimbangan, prinsip kehendak bebas, prinsip tanggungjawab serta prinsip kebajikan (ihsan). Diantaranya prinsip tauhid diterapkan melalui beberapa standar operasional dalam kegiatan usahanya sehari-hari yakni sholat berjama'ah untuk para karyawan selama dalam waktu bekerja, dilanjutkan dengan membawa Al-Qur'an, penerapan prinsip keseimbangan ditunjukkan pada pemeriksaan secara detail terhadap barang yang datang dari penjahit serta melakukan perbaikan jika terdapat kecacatan produksi, menentukan standar operasional yang sesuai tanpa melakukan kecurangan atau pemaksaan terhadap konsumen maupun mitra kerjanya adalah implementasi dari prinsip kehendak bebas, bentuk prinsip tanggungjawan yang dilakukan oleh CV Rumah Warna Yogyakarta yakni mengembalikan produk kepada UKM yang bekerja sama dengan perusahaan Rumah Warna jika terdapat permasalahan pada jahitan, warna dan asesorisnya serta dilengkapi dengan prinsip ihsan yang ditunjukkan dalam pengadaan pelatihan dan cuti liburan bagi para karyawan untuk meningkatkan kualitas kinerja dalam proses produksi dan pemasaran.¹²

Penelitian yang dilakukan oleh Efry Kurnia dan Uswah Hasanah dengan judul ” Implementation Of Sharia Business Ethics On The Roadside Muslim Traders Around The University Of Muhammadiyah Sumatera Utara (Umsu) Medan” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis aktivitas umat Islam di sekitar kampus Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) Medan dan untuk mengetahui implementasi etika bisnis Islam umat Islam di sekitar Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

¹² Richa Angkita Mulyawisdawati, ”Implementasi Etika Bisnis Islam di CV Rumah Warna Yogyakarta”, *Ijtihad: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam*, Vol. 13, No. 2 (September 2019).

(UMSU) Medan. Jenis Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif melalui wawancara dan observasi serta angket. Hasil yang diperoleh oleh pedagang Muslim di sekitar Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) tidak melakukan elemen merugikan untuk pembeli atau konsumen pada umumnya dalam perspektif studi Syariah Islam. Dalam implementasi ini etika bisnis Islam mencakup empat aspek: prinsip, manajemen, pemasaran/periklanan dan produk/harga.¹³

Penelitian yang dilakukan oleh Dwi Ambarwati, dkk dengan judul "Tinjauan Etika Bisnis dalam Persaingan Pedagang Sayuran (Studi Kasus Pedagang Sayuran di Pasar Minggu Kelurahan Rancaekek Kencana)" Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persaingan konsep etika dan tinjauan bisnis Islam tentang persaingan pedagang sayuran di pasar minggu Rancaekek Kencana. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi untuk mengumpulkan data lapangan. Hasil dari penelitian adalah bahwa persaingan yang terjadi antar pedagang sayuran di pasar minggu sebagian besar telah sesuai dengan pedoman etika bisnis Islam. Akan tetapi karena tidak adanya ketegasan dari FKPM sebagai penanggungjawab rentan terjadinya ketidakadilan terutama dalam menentukan harga jual dan luas lapak yang digunakan.¹⁴

Selanjutnya penelitian yang ditulis oleh Parmujianto dengan judul "Penerapan Etika Bisnis Islam pada Usaha Swalayan (Studi di Kompondren Al-Yasini Mart)" Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara jelas bagaimana penerapan etika bisnis Islam di Kompondren Al-Yasini Mart. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan etnografi. Hasil penelitian adalah penerapan etika bisnis Islam yang ada di

¹³ Efray Kurnia dan Uswah Hasanah, "Implementation Of Sharia Business Ethics On The Roadside Muslim Traders Around The University Of Muhammadiyah Sumatera Utara (Umsu) Medan", *Proceeding International Seminar of Islamic Studies*, Vol. 1, No.1, 2019.

¹⁴ Dwi Ambarwati, dkk "Tinjauan Etika Bisnis dalam Persaingan Pedagang Sayuran (Studi Kasus Pedagang Sayuran di Pasar Minggu Kelurahan Rancaekek Kencana)", *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 2019.

Swalayan Al-Yasini Mart (AM) sudah sesuai dengan kaidah-kaidah etika bisnis Islam yang dibenarkan oleh ajaran Islam. Swalayan Al-Yasini Mart (AM) dalam memenuhi target bisnis selalu mengedepankan layanan yang prima, agar para konsumen/pelanggan tetap merasa nyaman dan puas dalam memanfaatkan produk-produk yang dimiliki Yasini Mart (AM).¹⁵



¹⁵ Parmujianto, "Penerapan Etika Bisnis Islam pada Usaha Swalayan (Studi di Kompondren Al-Yasini Mart)", *Lan Tabur: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 2, No. 2 (Maret 2020).

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama dan tahun	Judul	Analisis	Hasil	Perbedaan mendasar
1	Wahyu Mijil Sampurno (2016)	Penerapan Etika Bisnis Islam dan Dampaknya terhadap Kemajuan Bisnis Industri Rumah Tangga	Analisis dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum perusahaan telah melaksanakan etika bisnis Islam sesuai dengan lima aksioma etik yang diacu. Selain itu, penerapan etika bisnis Islam pada perusahaan juga berdampak pada enam aspek kemajuan bisnis perusahaan.	Lokasi penelitiannya di Kabupaten Pematang, Jawa tengah dan obyek penelitiannya dilakukan di industri rumah tangga.
2	Abul Hassan (2016)	Islamic Ethical Responsibilities for Business and Sustainable Development	Metodologi Studi ini mengintegrasikan posisi mainstream dan Islam pada subjek lingkungan dan pembangunan berkelanjutan berdasarkan literatur yang diterbitkan dan argumen bahwa definisi pembangunan lingkungan manapun yang mungkin diikuti	Hasil dalam tulisan ini meningkatkan pemahaman tentang tanggung jawab etis Islam pengembangan bisnis, lingkungan dan berkelanjutan serta upaya untuk menunjukkan atribut dari berbagai tingkat perilaku organisasi.	Lokasi penelitiannya di luar negeri (Saudi Arabia) dan meneliti tentang tanggung jawab Islam dalam etika bisnis dan pembangunan berkelanjutan -Problem akademiknya mengenai pembangunan berkelanjutan dalam kegiatan bisnis. -Kerangka teori menggunakan konsep utama pembangunan yang berkelanjutan dan perspektif Islam serta upaya untuk bisnis

			akhirnya akan tiba pada masalah lingkungan.		
3	Elida Elfi Barus dan Nuriani (2016)	Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Pada Rumah Makan Wong Solo Medan)	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif.	implementasi etika bisnis Islam pada Rumah Makan Wong Solo sudah diterapkan dengan cukup baik. Hal ini terbukti dari segi karyawannya, Rumah Makan Wong Solo mewajibkan semua karyawannya menggunakan busana muslimah lengkap dengan jilbabnya. Juga mewajibkan setiap karyawan untuk mengikuti pengajian rutin setiap minggu nya dan kuliah tujuh menit setiap harinya sebelum memulai aktifitas. Serta mewajibkan setiap karyawan untuk melaksanakan sholat lima waktu, sesibuk apapun mereka, kerana sholat adalah tiang agama. Rumah Makan Wong Solo juga menekankan kepada karyawan untuk memberikan pelayanan terbaik	Lokasi penelitiannya di Medan

				<p>kepada para pelanggan. Kemudian dilihat dari segi produk yang mereka jual, Rumah Makan Wong Solo juga selalu menggunakan bahan makanan dan minuman yang sudah bersertifikasi halal dan telah diverifikasi oleh MUI. Mereka mewajibkan setiap supplier untuk memberikan sertifikasi halal atas barang baku yang mereka kirim ke Wong Solo.</p>	
4	Ahmad Hulaimi, dkk (2016)	Etika Bisnis Islam Pedagang Sapi dan Dampaknya terhadap Kesejahteraan Pedagang di Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur	Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian lapangan (<i>field research</i>).	Hasil penelitian adalah bahwa dari kajian terhadap etika bisnis Islam yang diterapkan oleh pedagang sapi di Kecamatan Masbagik belum sepenuhnya menerapkan prinsip etika bisnis Islam, sedangkan dari kajian terhadap dampak etika bisnis Islam terhadap kesejahteraan, tidak semua pedagang sapi yang ada di Kecamatan Masbagik kabupaten Lombok timur	Lokasi penelitiannya di Lombok Timur dan obyek penelitiannya pada pedagang

				<p>mendapatkan kesejahteraan yang Islami karena belum memenuhi kebutuhan dharuriyatnya (sholat dan haji). Sebagainya lagi sudah mendapatkan kehidupan yang baik, karena sudah dapat memenuhi kebutuhan dharuriyatnya. Mereka telah mengatakan berbahagia, karena telah bersyukur atas rezeki yang diterimanya</p>	
5	Rizal Darwis (2017)	Etika Bisnis Pedagang Muslim di Pasar Sentral Gorontalo Perspektif Hukum Bisnis Islam	Penelitian ini yaitu penelitian lapangan dengan metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan hukum bisnis Islam dan pendekatan sosiologi-ekonomi.	<p>Hasil penelitian menunjukkan para pedagang muslim di Pasar Sentral Gorontalo dalam berbisnis masih rawan terjadinya kecurangan. Persoalan etika dalam berbisnis sesuai syariat Islam belum menjadi pedoman dalam berbisnis. Perilaku etik dalam berbisnis sangat penting diperlukan untuk mencapai sukses jangka panjang dalam sebuah bisnis</p>	<p>Lokasi penelitiannya di Propinsi Gorontalo dan obyek penelitiannya di pasar</p> <p>-Analisis menggunakan pendekatan hukum bisnis Islam dan pendekatan sosiologi-ekonomi.</p>
6	Diniarti	Etika Bisnis E-	Penelitian ini	Hasil dari penelitian	Lokasi penelitiannya

	Novi Wulandari, dkk (2017)	<i>Commerce</i> Berdasarkan Maqasyid Syariah pada <i>Marketplace</i> Bukalapak.com	menggunakan pendekatan kualitatif.	ini adalah penerapan etika bisnis telah dilakukan dengan baik seperti yang diterapkan oleh Rasulullah SAW, seperti dalam maqasyid syariah dengan empat sistem perlindungan yang telah diterapkan untuk melindungi hak-hak pelanggan.	pada <i>marketplace</i> Bukalapak.com
7	Dwi Santoso Pambudi (2017)	Implementasi Etika Bisnis Islam di Industri Pengecoran Logam Batur, Ceper, Klaten	Penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan (<i>field research</i>), dengan sifat deskriptif, menggunakan analisa kualitatif dengan cara induktif.	Hasil penelitian adalah bahwa Islam memandang bisnis bukan semata upaya meraih keuntungan materi, tetapi sekaligus berupaya mencapai tujuan dari esensi kemanusiaan. Dalam keterpaduan tersebut, Islam memberikan bangunan paradigma dalam berbisnis. Implementasi etika bisnis Islam pengusaha pengecoran logam dengan memberikan informasi produk yang benar, jujur, memberi jaminan dan kenyamanan kepada konsumen. Begitu juga perhatian kepada warga masyarakat sekitar dengan mengentaskan	Lokasi penelitiannya di Klaten dan meneliti tentang industri pengecoran logam

				kemiskinan dan membayar zakat.	
8	Yufi Wios Rini Masykuroh (2018)	Implementasi Etika Bisnis Islam pada Masyarakat Nelayan di Teluk Betung Kota Bandar Lampung	Penelitian yang dilakukan berupa deskriptif menggunakan studi literatur serta meresume hasil riset sebelumnya.	Hasil penelitian adalah bahwa masyarakat nelayan dan usaha kecil di daerah Teluk Betung sebagian telah menerapkan etika bisnis Islam, baik oleh pengusaha maupun nelayan. Dalam menjalankan usaha dan kegiatan, para pelaku usaha kecil nelayan telah memahami dan mengimplementasikan prinsip atau nilai-nilai Islam dengan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadits.	Lokasi penelitiannya di Bandar Lampung dan obyek penelitiannya pada masyarakat nelayan -Analisis menggunakan studi literatur serta meresume hasil riset sebelumnya.
9	Jubaedi, dkk (2018)	Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2014 Fakultas Agama Islam Universitas Ibn Khaldun Bogor)	Jenis penelitian ini adalah penelitian terapan dengan pendekatan kualitatif	Hasil penelitian adalah menyimpulkan bahwa 11 atau 44 % mahasiswa telah memenuhi semua prinsip etika bisnis Islam dalam praktek bisnisnya. Sementara 14 atau 56 % mahasiswa belum memenuhi semua prinsip etika bisnis Islam dalam praktek bisnisnya, disebabkan mereka masih kurang sesuai dalam penerapan	Lokasi penelitiannya di Bogor dan obyek penelitiannya pada mahasiswa

				atau pengamalan dua prinsip, yakni prinsip tauhid dan prinsip amanah. Kedua prinsip tersebut sebenarnya diterapkan atau diamalkan dalam praktek bisnis mereka hanya saja penerapan atau pengamalannya masih kurang sesuai.	
10	Kataruddin Tiakoly, dkk (2019)	Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Pedagang Barang campuran di Pasar Tradisional Gamalama	Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif.	Hasil penelitian menunjukkan mayoritas pedagang telah memahami etika bisnis Islam dan menerapkan konsep etika bisnis Islam seperti siddiq, fathanah, amanah dan tabliq telah diterapkan pada kehidupan masyarakat pedagang yang ada di pasar Gamalama kota Ternate.	Lokasi penelitiannya di Ternate Maluku Utara dan obyek penelitiannya pada pedagang pasar tradisional
11	Giska, dkk (2019)	Penerapan Etika Bisnis Islam di Rumah Makan Kaledo Stereo Palu	Penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif.	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Rumah Makan Kaledo Stereo Palu sudah menjalankan etika bisnis Islam yaitu menyuguhkan produk yang halal lagi baik dan jasa yang berkualitas sesuai dengan keinginan pelanggan	Lokasi penelitiannya di Palu Sulawesi tengah

				dan juga dari segi harga yang sesuai dengan kualitas produk yang baik dan pelayanan yang bagus. Dan juga dalam hal bersaing menggunakan cara yang sehat dan dalam hal pembayaran gaji terhadap karyawan sesuai dengan kesepakatan.	
12	Richa Angkita Mulyawis dawat (2019)	Implementasi Etika Bisnis Islam di CV Rumah Warna Yogyakarta	Penelitian ini adalah penelitian deskriptif analitik dengan pendekatan kualitatif.	Hasil penelitian adalah bahwa secara keseluruhan CV Rumah Warna Yogyakarta telah mengimplementasikan kelima prinsip etika bisnis dalam Islam, yakni prinsip tauhid, prinsip keseimbangan, prinsip kehendak bebas, prinsip tanggungjawab serta prinsip kebajikan.	Lokasi penelitiannya sama-sama di Yogyakarta tetapi beda obyek
13	Efry Kurnia dan Uswah Hasanah (2019)	Implementation Of Sharia Business Ethics On The Roadside Muslim Traders Around The University Of Muhammadiyah Sumatera Utara (Umsu) Medan	Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif melalui wawancara dan observasi serta angket.	Hasil yang diperoleh oleh pedagang Muslim di sekitar UMSU tidak melakukan elemen merugikan untuk pembeli atau konsumen pada umumnya dalam perspektif studi Syariah Islam. Dalam implementasi	Lokasi penelitiannya di Medan dan obyeknya adalah pedagang Muslim

				ini etika bisnis Islam mencakup empat aspek: prinsip, manajemen, pemasaran/periklanan dan produk/harga.	
14	Dwi Ambarwati, dkk (2019)	Tinjauan Etika Bisnis dalam Persaingan Pedagang Sayuran (Studi Kasus Pedagang Sayuran di Pasar Minggu Kelurahan Rancaekek Kencana)	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi.	Hasil dari penelitian adalah bahwa persaingan yang terjadi antar pedagang sayuran di pasar minggu sebagian besar telah sesuai dengan pedoman etika bisnis Islam. Akan tetapi karena tidak adanya ketegasan dari FKPM sebagai penanggungjawab rentan terjadinya ketidakadilan terutama dalam menentukan harga jual dan luas lapak yang digunakan.	Lokasi penelitiannya di Bandung dan obyeknya adalah pada pedagang sayuran
15	Parmujianto (2020)	Penerapan Etika Bisnis Islam pada Usaha Swalayan (Studi di Kompondren Al-Yasini Mart)	Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan etnografi	Hasil penelitian adalah penerapan etika bisnis Islam yang ada di Swalayan Al-Yasini Mart (AM) sudah sesuai dengan kaidah-kaidah etika bisnis Islam yang dibenarkan oleh ajaran Islam. Swalayan Al-Yasini Mart (AM) dalam memenuhi target bisnis selalu	Lokasi penelitiannya di Pasuruan Jawa Timur dan obyek penelitiannya pada koperasi pondok pesantren (Kompotren) terpadu Al-Yasini Mart -Analisis menggunakan pendekatan etnografi.

				<p>mengedepankan layanan yang prima, agar para konsumen/pelanggan tetap merasa nyaman dan puas dalam memanfaatkan produk-produk yang dimiliki Yasini Mart (AM).</p>	
--	--	--	--	---	--

Beberapa penelitian tersebut di atas memiliki perbedaan mendasar dengan penelitian tesis ini adapun perbedaan mendasarnya dapat dilihat dari 4 (empat) aspek sebagai berikut:

1. Problem akademik

Dalam penelitian ini peneliti hendak menganalisis dan menjelaskan bagaimana implementasi Etika Bisnis Islam pada Rumah Makan Hayaku dan Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Yogyakarta. Dan bagaimana Implementasi Etika Bisnis Islam dalam tinjauan Maqasid Syariah Pada Rumah Makan Hayaku dan Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Yogyakarta.

Dari 15 (lima belas) penelitian terdahulu di atas ada 1 (satu) perbedaan mendasar dengan penelitian ini yaitu peneliti yang dilakukan oleh **Abul Hassan (2016)** bahwa dalam penelitiannya dia mencoba menjelaskan bagaimana mengatasi masalah pembangunan lingkungan dalam pandangan tanggung jawab etis Islam, dan sejauh mana bisnis harus dilibatkan kegiatan pengembangan lingkungan akan dibahas.

2. Teori yang digunakan

Dalam penelitian ini menggunakan kerangka teori tentang :

- a. Pengertian etika
- b. Etika bisnis
- c. Etika bisnis Islam menurut ahli
- d. Prinsip-prinsip pokok dalam etika bisnis Islam
- e. Maqasid Syariah

Dari 15 (lima belas) penelitian terdahulu di atas perbedaan mendasar dengan penelitian ini yaitu peneliti yang dilakukan oleh **Wahyu Mijil Sampurno (2016)** menggunakan teori parameter kemajuan bisnis, **Abul Hassan (2016)** menggunakan teori Konsep utama pembangunan yang berkelanjutan, Pembangunan berkelanjutan dari perspektif Islam, pembangunan berkelanjutan upaya untuk bisnis. Sedangkan **Ahmad Hulaimi, dkk (2016)** menggunakan teori konsep kesejahteraan menurut Islam. Selanjutnya, **Rizal Darwis (2017)** menggunakan ruang lingkup etika dalam Islam, teori landasan normatif bisnis Islam. Lain halnya dengan **Diniarti Novi Wulandari, dkk (2017)** menggunakan teori *E-Marketing* Bukalapak. Sementara **Dwi Santoso Pambudi (2017)** menggunakan teori signifikansi etika dalam bisnis, konsep etika bisnis Islam, bentuk etika bisnis Islam. Kemudian **Kataruddin Tiakoly, dkk (2019)** menggunakan teori tinjauan umum etika bisnis Islam, konsep etika bisnis Islam, tinjauan umum tentang usaha. Selanjutnya **Giska, dkk (2019)** menggunakan teori bisnis yang dilarang dalam Islam. Selanjutnya **Richa Angkita Mulyawisdawati (2019)** menggunakan teori dasar hukum bisnis Islam, manfaat etika bisnis Islam, indikator dan konsep etika bisnis Islam. Sedangkan **Dwi Ambarwati, dkk (2019)** menggunakan teori konsep etika bisnis Islam, persaingan pedagang, tinjauan etika bisnis Islam. Kemudian **Parmujianto (2020)** menggunakan

teori dasar etika bisnis Islam, jual beli dalam Islam, jual beli yang dilarang, resiko dalam jual beli.

3. Analisis

Dalam penelitian ini saya menggunakan analisis metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan normatif dan sosiologis.

Dari 15 (lima belas) penelitian terdahulu di atas perbedaan mendasar dengan penelitian ini yaitu peneliti yang dilakukan oleh **Abul Hassan (2016)** menggunakan analisis metodologi studi ini mengintegrasikan posisi mainstream dan Islam pada subjek lingkungan dan pembangunan berkelanjutan berdasarkan literatur yang diterbitkan dan argumen bahwa definisi pembangunan lingkungan manapun yang mungkin diikuti akhirnya justru tiba pada masalah lingkungan. Kemudian **Rizal Darwis (2017)** menggunakan pendekatan hukum bisnis Islam dan pendekatan sosiologi-ekonomi. Selanjutnya **Yufi Wios Rini Masykuroh (2018)** menggunakan studi literatur serta meresume hasil riset sebelumnya. Sedangkan **Parmujianto (2020)** menggunakan pendekatan etnografi.

4. Hasil temuan yang diperoleh

Berdasarkan problem akademik yang hendak peneliti teliti dalam penelitian tesis ini yaitu bagaimana implementasi etika bisnis Islam dan bagaimana tinjauan perspektif Maqasid syariah pada Rumah Makan Hayaku dan Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Yogyakarta. Apakah kedua rumah makan ini sudah diimplementasikan etika bisnis Islam atau belum. Untuk karyawan dan karyawan khususnya untuk karyawan mereka menggunakan pakaian Islami misalnya menggunakan kerudung serta ramah tamah dalam pelayanan. Juga mewajibkan karyawan sholat tepat waktu, untuk sumber bahan makanan seperti daging, ayam disembelih oleh orang muslim dan sayuran yang disediakan masih segar dan

bersih. Untuk bahan-bahan hendak dipastikan menggunakan. Juga dapat mengimplementasikan etika bisnis Islam ditinjau dari maqasid syariah kedua rumah makan tersebut. Apakah sudah mengimplementasikan dari 5 (lima) aspek maqasid syariah antara lain: melindungi agama, melindungi jiwa, melindungi pikiran, melindungi harta, melindungi keturunan. Dalam penelitian ini berupaya untuk menjalankan kegiatan aktivitas bisnis sebagaimana kita ketahui bahwa Rasulullah SAW mempunyai sikap jujur, dapat dipercaya, cerdas, ramah dan komunikatif. Dan sikap beliau yang menjadi suri tauladan umat manusia khususnya muslim.

B. Kerangka Teori

1. Pengertian Etika Bisnis

Dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), etika yang memiliki arti sebagai ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk, tentang hak dan kewajiban moral (akhlak).¹⁶ Kemudian secara terminologi, bahwa etika bisa diartikan sebagai studi terstruktur berkenaan konsep nilai, benar, salah, baik, buruk yang memimpin manusia dalam mengambil keputusan serta bertingkah laku.¹⁷ Dalam bahasa Arab etika Islam memiliki arti dengan *Akhlak* bentuk jamak dari *Khuluqun* berarti budi pekerti, tingkah laku atau tabiat, perangai. Kalimat itu mengandung segi-segi persesuaian dengan *khalqun*, yang berarti kejadian, serta erat relasinya dengan pencipta dan yang diciptakan. Pengertian *Akhlak* timbul sebagai media yang memungkinkan adanya relasi baik antara pencipta dan yang diciptakan.¹⁸ Maka etika termasuk bidang ilmu

¹⁶ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa Edisi 3*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum, 2008), hlm. 399.

¹⁷ Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2006), hlm. 4.

¹⁸ Hamzah Ya'qub, *Etika Islam*, (Bandung: CV. Diponegoro, 1985), hlm. 11-12.

yang bersifat normatif, yang berperan menentukan apa yang dapat dilakukan atau tidak bisa dilakukan oleh seorang individu.¹⁹

Etika berasal dari bahasa Yunani "*ethos*" yang berarti adat kebiasaan yang merupakan bagian dari filsafat. Menurut *Webster Dictionary* (2012), bahwa etika adalah ilmu tentang tingkah laku manusia, prinsip-prinsip yang disistematis tentang tindakan moral yang benar. Perbedaan akhlak dan etika adalah bahwa etika yaitu cabang dari filsafat yang bertitik tolak dari akal pikiran, sedangkan akhlak merupakan suatu ilmu pengetahuan yang mengajarkan tentang baik dan buruk, berdasarkan anjuran Allah SWT dan Rasulullah SAW.²⁰

Etika pada umumnya diartikan sebagai suatu usaha yang teratur dengan menggunakan rasio untuk menerangkan pengalaman moral individual dan sosial, sehingga dapat menetapkan aturan untuk mengendalikan perilaku manusia serta nilai-nilai yang bermutu untuk dapat dijadikan sasaran dalam hidup.²¹ Jika ditinjau secara historis, etika merupakan cabang filsafat yang mencari hakikat nilai-nilai baik dan buruk yang berkaitan dengan perbuatan dan tindakan seseorang, yang dilakukan dengan penuh kesadaran berdasarkan pertimbangan pemikirannya. Persoalan etika merupakan permasalahan yang berhubungan dengan eksistensi manusia, dalam segala aspeknya, baik individu maupun masyarakat, baik dalam hubungan dengan Tuhan, dengan sesama manusia dan dirinya, maupun dengan alam di sekitarnya, baik dalam kaitannya dengan eksistensi manusia di bidang sosial, politik, ekonomi, budaya maupun agama.²²

¹⁹ Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2004), hlm. 3.

²⁰ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 377.

²¹ O.P. Simongkir, *Etika Bisnis, Jabatan dan Perbankan*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2003), hlm. 3.

²² Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 20

Etika pada umumnya diidentikkan dengan moral, meskipun dengan berkaitan baik buruk tindakan manusia, etika dan moral memiliki pengertian yang berbeda. Moral lebih berkaitan dengan nilai baik dan buruk setiap perbuatan manusia, sedangkan etika lebih merupakan ilmu yang mempelajari tentang baik dan buruk tersebut. Etika mempunyai sifat yang sangat mendasar yakni sifat kritis. Etika mempersoalkan norma-norma yang dianggap berlaku, menyelidiki dasar norma-norma tersebut, mempersoalkan hak dari setiap lembaga seperti orang tua, sekolah, negara dan agama untuk memberi perintah atau larangan yang harus ditaati. Hak dan wewenang untuk menuntut ketaatan dari lembaga tersebut harus dan perlu dibuktikan. Dengan demikian, etika menurut orang agar bersikap rasional terhadap semua norma sehingga etika akhirnya membantu manusia menjadi lebih otonom. Kebebasan manusia tidak terletak dalam kebebasan dari segala norma dan tidak sama dengan kesewenangan, melainkan tercapai dalam kebebasan untuk mengakui norma-norma yang diyakini sendiri sebagai kewajibannya.²³

Istilah etika bisnis, jauh lebih muda dari etika itu sendiri. Etika bisnis merupakan sebagai seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam makna lain etika bisnis artinya seperangkat prinsip dan norma di mana para pelaku bisnis harus komitmen padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat. Oleh karena itu, membahas etika bisnis berarti belajar tentang benar atau salah yang dapat membekali seseorang untuk berbuat yang benar yang landasi oleh ilmu, kesadaran, dan keadaan yang berbasis moralitas. Namun terkadang etika bisnis dapat berarti juga etika manajerial atau etika organisasional yang disepakati oleh sebuah perusahaan. Selain itu, etika bisnis bisa berarti pemikiran atau refleksi

²³ Ibid., hlm 49.

mengenai moralitas dalam ekonomi dan bisnis, yakni refleksi tentang perbuatan baik, buruk, benar, salah, terpuji, tercela, wajar, tidak wajar, pantas, tidak pantas dari perilaku seseorang dalam berbisnis atau bekerja.²⁴

Kesadaran moral merupakan cikal bakal dari terwujudnya suatu etika akan menghasilkan apakah etika itu benar atau tidak sebagaimana ia meyakini jika melakukan sesuatu yang diyakininya tidak benar, berangkat dari norma-norma moral dan perasaan *self-respect* (menghargai diri) apabila ia meninggalkannya, maka tindakannya itu harus ia pertanggungjawabkan pada dirinya sendiri. Begitupun juga dengan sikapnya kepada orang lain apabila pekerjaannya itu mengganggu atau sebaliknya mendapatkan pujian. Dengan itu baik etika maupun moral bisa diartikan sebagai kebiasaan atau adat istiadat yang menunjuk kepada perilaku manusia itu sendiri yakni berupa tindakan atau sikap yang dianggap benar atau tidak.²⁵

Maka etika merupakan totalitas dari nilai-nilai mengenai kebenaran, kebaikan, moralitas yang di praktekkan dalam perilaku dan perbuatan sehingga membuat keadaan kehidupan yang lebih baik terutama dalam masyarakat. Sedangkan bisnis merupakan semua kegiatan yang tersangkut penyediaan barang dan jasa yang diperlukan dan diinginkan oleh orang lain dengan prinsip kepuasan atas pelanggan atau konsumen. Mengenai bisnis dalam Kamus Bahasa Indonesia memiliki arti sebagai suatu usaha komersial dibidang usaha dan perdagangan . Dalam bidang yang lebih jauh, maka bisnis merupakan semua aktivitas perdagangan barang dan jasa yang meliputi pertanian, konsumsi, produksi, distribusi, transportasi, komunikasi dan jasa yang bergerak membuat dan memasarkan barang ke konsumen.²⁶

²⁴ Faisal Badroen, dkk, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2006), hlm. 16.

²⁵ Idri, *Hadis Ekonomi (Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi)*, (Cet I, Jakarta: Kencana, 2015), hlm. 323.

²⁶ Kusnadi, dkk, *Pengantar Bisnis dengan Pendekatan Kewirausahaan*, (Malang: STAIN Pers, 1998 M), hlm. 57-58.

2. Etika Bisnis Islam

1. Prinsip-Prinsip Pokok dalam Etika Bisnis Islam

Berbagai prinsip dasar yang sudah menjadi kebenaran umum pada dasarnya sudah dirumuskan dan dikembangkan oleh para sarjana muslim. Prinsip tersebut merupakan hasil dari upaya yang dilakukan dari konsep mendasar dari nilai moral yang Islami. Adapun prinsip-prinsip dasar ini merupakan acuan bagi para pebisnis muslim sebagai kesadaran moral untuk menentukan prinsip-prinsip yang mereka gunakan dalam menjalankan bisnisnya. Prinsip-prinsip pokok tersebut adalah sebagai berikut:²⁷

a. Kesatuan

Kesatuan merupakan konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim untuk mengutamakan konsep ketetapan dan kegiatan yang merata. Aspek-aspek tersebut baik dalam bidang ekonomi, politik, dan sosial menjadi suatu kesatuan yang sama. Konsep tauhid adalah dimensi vertikal Islam, sekaligus horizontal, yang membaurkan dari segi politik, sosial ekonomi kehidupan manusia menjadi kebulatan yang seragam yang konsisten dari dalam dan terparu dengan alam luas. Dalam pandangan ini, membentuk suatu persamaan dalam hal ekonomi atau etika yang tidak mengenal kekusutan dan keterputusan.

b. Keseimbangan

Keseimbangan menggambarkan dimensi horizontal anjuran Islam yang berhubungan dengan keseluruhan harmoni pada alam semesta. Keseimbangan mencerminkan kepada hukum dan tatanan yang terlihat pada alam semesta.

²⁷ R. Lukman Fauroni, *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*, (Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2006), hlm. 144.

Sikap keseimbangan yang bersifat berubah harus diperjuangkan oleh setiap muslim dalam kehidupan. Maka dari itu, keseimbangan, kebersamaan, dan kemajemukan merupakan prinsip etis mendasar yang harus diterapkan dalam kegiatan bisnis. Perilaku keseimbangan atau keadilan dalam bisnis secara tegas dalam situasi perbendaharaan bisnis agar pengusaha muslim memenuhi takaran jika menakar dan menimbang dengan neraca yang benar, maka hal tersebut merupakan perilaku yang terbaik dan membawa akibat yang terbaik juga.

c. Kehendak Bebas

Kehendak bebas merupakan peran Islam yang paling sah dalam filsafat sosial tentang konsep manusia "bebas". Namun, dalam batas-batas skema penciptaan-Nya manusia juga secara relatif mempunyai kebebasan. Memang hanya Tuhan yang bebas. Manusia sebagai pemimpin di muka bumi (batas-batas tertentu) mempunyai kehendak bebas untuk mengarahkan kehidupannya pada tujuan mencapai kesucian diri. Manusia diberi kebebasan untuk membimbing kehidupannya sebagai khalifah. Berdasarkan pada ajaran-ajaran kehendak bebas tersebut, dalam bisnis manusia memiliki kebebasan untuk membuat suatu perjanjian, termasuk menepati janji atau mengingkarinya. Oleh karena itu, kebebasan kehendak berhubungan dengan kesatuan dan keseimbangan.

d. Pertanggungjawaban

Kebebasan tanpa batas merupakan suatu hal yang tidak mungkin dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas. Sehingga untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, maka manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya. Dalam bidang

ekonomi dan bisnis, ini menjadi suatu pola perilaku tertentu. Manusia bertugas menyerahkan tanggungjawab yang serius untuk memperbaiki kualitas lingkungan ekonomi dan sosial, sehingga perilaku konsumsi seseorang tidak hanya sepenuhnya bergantung pada penghasilannya sendiri, dan juga menyadari bahwa tingkat penghasilan dan konsumsi berbagai anggota masyarakat lain. Pandangan tanggung jawab dalam Islam merupakan terfokus pada tingkat mikro (individual) maupun tingkat makro (organisasi dan sosial) yang keduanya harus dijalankan secara bersama-sama.

e. Kebenaran

Kebenaran merupakan suatu nilai kebenaran yang dianjurkan dan tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Dalam konteks bisnis nilai kebenaran yang dimaksudkan adalah sebagai niat, sikap dan perilaku yang benar, yang meliputi proses akad (transaksi), proses mencari atau memperoleh komoditas proses pengembangan maupun proses upaya mendapatkan atau menetapkan margin keuntungan. Nilai kebenaran ini harus dapat dijaga dengan sebaik-baiknya agar menimbulkan suatu kepercayaan terhadap suatu perilaku bisnis yang dijalankan.

2. Etika Bisnis Islam menurut para ahli

a. Etika bisnis Islam menurut Al-Ghazali

Secara etimologi, etika berasal dari bahasa Yunani Kuno *ethos* yang berarti sikap, cara berpikir, kebiasaan, adat, akhlak, perasaan, watak kesusilaan. *Ethos* dalam bentuk jamak yakni *ta-etha* mempunyai arti adat kebiasaan. Agar memenuhi target maksimal dalam berbisnis, Al-Ghazali menyebutkan terdapat 7 poin etika yang harus diperhatikan dalam menjalankan kegiatan bisnis agar memenuhi target maksimal yakni :

- Pertama, meneguhkan niat, yang mana niat merupakan tahap pertama yang harus benar-benar dimiliki oleh para pebisnis. Dalam menjalankan bisnis harus diniatkan untuk menegakkan ajaran perintah agama dengan berbisnis kita dapat menafkahi keluarga dan kehidupan sehari-hari bahkan bisa membantu orang lain dengan memberi santunan atau memberi pekerjaan kepada orang lain. Dari berbisnis ini kita terhindar dari perbuatan mengemis.
- Kedua, fardhu kifayah. Dalam melakukan kegiatan bisnis meniatkan untuk menjalankan fardhu kifayah. Melakukan bisnis atau usaha dipandang menjalankan fardhu kifayah dikarenakan berbisnis atau bekerja merupakan salah satu tiang yang penting. Jika berbisnis tidak dijalankan maka bisa menyebabkan rusaknya kegiatan ekonomi yang ada di dalam masyarakat.
- Ketiga, memperhatikan pasar akhirat. Dalam menjalankan kegiatan bisnis boleh saja dilakukan asalkan jangan melupakan atau melalaikan kewajiban terhadap sang pencipta. Maka bagi setiap pelaku bisnis apabila telah dikumandangkan adzan menurut aturan agama Islam wajib bagi mereka meninggalkan setiap kegiatan bisnis atau usaha untuk segera melaksanakan kewajibannya.
- Keempat, selalu berdzikir selama berada di pasar. Dalam setiap menjalankan kegiatan bisnis harus senantiasa mengingat dan berdzikir kepada Allah SWT. Hal ini bertujuan untuk agar supaya setiap pelaku bisnis menjadikan sarana berbisnis jalan untuk bekal di kehidupan akhirat. Supaya juga agar pelaku ekonomi selalu merasa bersyukur atas segala kenikmatan yang diperolehnya.

- Kelima, jangan terlalu penuh ambisius ketika berbisnis. Dalam setiap menjalankan kegiatan bisnis bagi para pelaku ekonomi jangan terlalu ambisi untuk meraih keuntungan yang besar. Sebagaimana yang dikatakan oleh Al-Ghazali "*Hendaknya jangan terlalu ambisi meraih untung besar atau memaksakan diri. Misalnya, orang yang masuk pasar pertama dan pulang terakhir dan orang yang berniaga memaksakan diri mengarungi lautan demi perniagaannya*". Dari paparan tersebut diketahui bahwa bagi setiap pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya harus selalu mengingat waktu dan sesuai kebutuhan serta dilarangnya terlalu memaksakan diri mengejar keuntungan.
- Keenam, menjauhkan segala yang meragukan. Dalam berbisnis tidak hanya terbatas pada barang yang diharamkan dalam berbisnis saja, akan tetapi berbisnis juga diharuskan meninggalkan keraguan (syubhat). Jika dihadapkan kepada pelaku bisnis dengan barang yang tidak jelas kehalalannya, maka hal itu ditelusuri kejelasan barang tersebut. Jika tidak menemukan kejelasan barang tersebut maka harus ditinggalkan.
- Ketujuh, selalu introspeksi dalam perdagangan. Sudah waktunya seorang pedagang dalam melakukan transaksi dengan pembeli agar supaya meneliti dan mengawasi dalam melakukan kegiatan transaksi. Dalam hal ini, lebih mengedepankan untuk senantiasa berbuat kejujuran, kebajikan, keadilan, keprihatinan, dan kepedulian sosial dalam setiap kegiatan bisnis.²⁸

²⁸ Imam Sopingi, "Etika Bisnis Menurut Al-Ghazali: Telaah Kitab Ihya Ulum Al-Din", *Iqtishoduna: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2016, hlm. 145-146.

b. Etika bisnis Islam menurut Yusuf Qardhawi

Etika bisnis Islam meliputi 3 bidang yakni *pertama*, etika produksi, persoalan etika dalam bidang produksi, dimaknai dalam menciptakan kekayaan melalui eksploitasi manusia terhadap sumber-sumber kekayaan lingkungan. Kekayaan yakni segala sesuatu yang diberikan Allah berupa alam yang dapat dimanfaatkan dan diproses menjadi kekayaan. Al-Qur'an mendorong manusia untuk mengolah sumber alam tersebut dan mengingatkan agar mengarahkan pandangan dan akal dengan penuh kekuatan terhadap alam yang ada disekeliling. Dalam pengelolaan tersebut, akal memiliki peranan yang sangat penting, karena akal tersebut yang membedakan manusia dengan makhluk lainnya. Dengan penggunaan akal yang baik maka akan melahirkan ilmu pengetahuan yang berguna bagi manusia sendiri. Dengan demikian, aktivitas produksi dapat memiliki peran dan fungsi dalam menjalankan tanggung jawab sosial sehingga bisa memenuhi kebutuhan masyarakat serta perwujudan hubungan manusia dengan Tuhan.²⁹

Pada sisi lain, Islam mendorong pemeluknya agar berproduksi dan menekuni kegiatan ekonomi dengan cara bekerja. Bukan hanya bekerja untuk diri sendiri, tetapi juga bekerja untuk kepentingan keluarga, masyarakat, serta untuk kehidupan dan semua makhluk secara umum, dan bekerja untuk memakmurkan bumi. Dengan bekerja setiap individu dapat memenuhi kebutuhan hidupnya. Bahwa ini semua adalah keutamaan yang dijunjung tinggi oleh agama, yang tidak mungkin dilakukan kecuali dengan harta. Dengan berusaha harus memperhatikan prinsip yang berlaku adil, jujur, dan cara yang bijaksana. Dalam mencapai sasaran

²⁹ Diana Ambarwati, "Etika Bisnis Yusuf Al-Qaradawi (Upaya Membangun Kesadaran Bisnis Beretika)", *Adzkiya: Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, Vol 1 No. 1, 2013, hlm. 85.

tersebut, Islam tidak memberikan kebebasan tanpa batas dalam usaha ekonomi. Maka hal ini, dimana setiap orang dapat memperoleh kekayaan tanpa mengeksploitasi individu lain atau merusak kemaslahatan masyarakat. Sementara itu, etika utama dalam produksi yang wajib diperhatikan baik secara individu maupun bersama-sama adalah bekerja di bidang yang dihalalkan Allah, dan tidak melampaui apa yang diharamkan-Nya. Dengan istilah lain, produksi tidak hanya memproduksi barang dan jasa belaka, tetapi juga memproduksi segala sesuatu yang merusak aqidah dan akhlak manusia. Prinsip etika dalam produksi yang wajib diketahui oleh setiap muslim baik individu maupun kelompok menurut Yusuf Al-Qardhawi adalah berpegang pada semua yang dihalalkan Allah dan tidak melampaui batas. *Kedua*, etika dalam bidang konsumsi, bukan hanya sikap sederhana dalam aktivitas konsumsi, namun harus juga diterapkan menghindari dari sikap kemewahan. Kemewahan adalah sikap yang dilarang karena akan membawa diri dalam kenikmatan dan bermegah-megahan. Pada satu sisi, bermegah-megahan atau mengutamakan sikap kemewahan akan membawa seseorang kepada sikap boros. Sikap boros itu sendiri termasuk sikap yang merusak harta, meremehkan atau kurang merawatnya sehingga rusak dan binasa. Perbuatan ini termasuk kriteria menghambur-hambur uang yang dilarang. Konsumsi adalah tujuan yang penting dari produksi. Maka hal ini, Islam sebagai agama yang komprehensif dan mencakup seluruh aspek kehidupan, telah mengatur segala tingkah laku manusia. Islam telah memberikan petunjuk berupa arahan-arahan positif dalam konsumsi. Terdapat dua batasan, diantaranya yakni:

- 1) Pembatasan dalam hal sifat dan cara
- 2) Pembatasan dalam hal kuantitas atau ukuran

Ketiga, etika dalam bidang distribusi, ini menjadi salah satu aspek dari pemasaran. Distribusi dapat dimaknai sebagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga sesuai dengan apa yang diperlukan. Mengenai hal tersebut, Islam menghendaki pendistribusian harus disandarkan pada dua sendi, yakni sendi kebebasan dan keadilan. Kebebasan merupakan kebebasan bertindak dalam bingkai nilai-nilai agama dan keadilan. Sebagai bentuk keseimbangan baik individu dan masyarakat. Dalam Islam sendiri mengajarkan umatnya untuk bersikap adil dalam segala hal. Tidak berlebihan bahwa dikatakan keadilan yakni inti semua ajaran yang ada dalam Al-Qur'an.³⁰

c. Etika bisnis Islam menurut Rasulullah SAW

Rasulullah SAW mengajarkan mengenai etika bisnis Islam memiliki 4 (empat) poin yang menjadi pedoman sukses untuk menjalankan kegiatan bisnis, maka poin itu yakni sikap yang paling penting dari Nabi Muhammad SAW, cukup dikenal di lingkungan ulama, justru masih cukup renggang diterapkan lebih khusus di dunia bisnis, maka sifat itu diantaranya.³¹

1. Kejujuran (*siddiq*)

Jujur nilai dasarnya merupakan kejujuran, nilai-nilai, ikhlas, terjamin, dan keseimbangan emosional yakni sikap yang sangat penting dalam hal bisnis. Sikap jujur berarti selalu melandaskan ucapan, keyakinan, serta perbuatan berdasarkan ajaran Islam. Tidak ada berlawanan dan pertentangan yang disengaja antara ucapan dan perbuatan. Maka selalu

³⁰ Ibid., hlm. 91.

³¹ Darussalam, *Etika Bisnis dalam Perspektif Hadis*, (Cet. I. Makassar: Alauddin University Press, 2011), hlm. 192.

bersikap jujur sehingga dicatat oleh Allah sebagai seorang yang jujur. Oleh karena itu, kejujuran merupakan salah satu karakter pebisnis sangat penting dan diridhoi oleh Allah. Kejujuran ini sangat penting untuk kehidupan baik disegala aspek yang utama dalam aktivitas bisnis yang berhubungan dengan orang lain.

2. Dapat dipercaya (*Amanah*)

Sikap dapat dipercaya merupakan pondasi dasarnya terpercaya, kemudian nilai-nilai dalam bisnis adalah bertanggung jawab, kepercayaan, terbuka dan tepat waktu. Sikap tersebut sangat diwajibkan dalam kegiatan bisnis, sikap kejujuran dan dapat dipercaya memiliki relasi yang sangat erat, apabila seseorang sudah bisa berlaku jujur pastilah orang itu terpercaya. *Amanah* yang berarti mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu haknya dan tidak melebihi hak orang lain. Menepati *amanah* ialah sikap moral yang mulia, Allah menjelaskan orang mukmin yang beruntung dengan perkataannya serta orang yang menjaga amanah yang diembannya.

3. Cerdas (*fatamah*)

Cerdas memiliki arti mempunyai sebagai pengetahuan luas yang terkandung yang mempunyai visi, pemimpin yang cerdas, sadar terhadap produk dan jasa dalam berbisnis serta paham terhadap sesuatu, kemudian bisa menyampaikannya, cerdas diartikan kecerdikan atau kebijaksanaan. Sifat *fatamah* bisa dikatakan sebagai strategi hidup setiap muslim. Maka seorang muslim yang memiliki kecerdasan dan kebijaksanaan, lebih mengutamakan masalah akhirat dibandingkan dengan masalah dunia.

4. Ramah dan Komunikatif (*tabligh*)

Sebagaimana yang kita ketahui bahwa Nabi Muhammad SAW memiliki sikap *tabligh* yang mana merupakan suatu sikap mulia yaitu menyampaikan wahyu Allah dan cara penyampaianya itu ramah tamah kepada umat manusia. Jika dikombinasikan dalam kehidupan berbisnis, sikap *tabligh* ini bisa juga diartikan komunikasi yang baik dan memiliki sikap ramah terhadap para pelanggan maupun mitra kerja. Sikap *tabligh* yang harus dimiliki pebisnis jika mengacu kepada sikap Nabi Muhammad SAW, maka setiap pengusaha harus menyampaikan kelebihan atau kekurangan yang dimiliki oleh barang atau jasa kepada konsumennya.³²

3. Maqasid Syariah

Tujuan utama Allah SWT menurunkan syariat (aturan hukum) tiada lain selain untuk mengambil kemaslahatan dan menghindari kemudharatan. Dengan bahasa yang lebih mudah, aturan-aturan hukum yang Allah SWT tentukan hanyalah untuk kemaslahatan manusia itu sendiri.

Perlu kita ketahui bahwa ulama Al-Syatibi, membagi maqasid syariah itu menjadi beberapa tingkatan yang pertama *al-maqasid dharuriyat (primer)* yang mana maqasid ini berfokus pada untuk pemenuhan kebutuhan primer. Pada tingkatan ini, terdiri lima perlindungan, yakni perlindungan terhadap agama, perlindungan terhadap harta, perlindungan terhadap akal, perlindungan terhadap keturunan, dan perlindungan terhadap jiwa. Apabila kebutuhan ini tidak dapat terpenuhi, namun akan dapat mempengaruhi kehidupan dunia. Hal ini sejalan dengan kaidah hukum Islam (segala bentuk kemudharatab harus dihilangkan). Kaidah ini menempati posisi yang sangat penting dan agung dalam khazanah hukum Islam. Karena tujuan hukum Islam itu merupakan mendatangkan manfaat

³² *Ibid...*, hlm. 214.

dan menolak segala yang berpotensi menimbulkan kemudharatan terhadap agama, jiwa, harta, akal, dan keturunan. Penjagaan terhadap *maqasid* ini dilakukan dengan dua cara. Pertama, dengan menegakkan pilar-pilar pendukungnya dan mengokohkan dasar-dasarnya. Cara pertama ini disebut metode konstruktif. Kedua, dengan menghindarkan dari ancaman yang dapat merusaknya. Cara kedua ini disebut metode preventif.

adapun tingkatan yang kedua adalah *al maqasid hajiyyat* yang mana maqasid ini berfokus pada untuk pemenuhan kebutuhan sekunder. Jika dalam pemenuhan kebutuhan ini memang secara tidak langsung tidak akan mengancam keselamatan, akan tetapi dapat menyebabkan suatu kesulitan. *maqasid hajiyyat* ini berhubungan kebutuhan ataupun kegiatan bermuamalah atau pergerakan ekonomi yang ada dalam kegiatan umat manusia.

Selanjutnya yang ketiga *al maqasid tahsiniyat* yang mana maqasid ini berfokus pada untuk pemenuhan kebutuhan tersier (pelengkap). Jika tidak kebutuhan tersier ini tidak terpenuhi maka mempengaruhi keselamatan pribadi dan juga tidak menimbulkan kesulitan. *Maqasid tahsiniyat* ini bisa juga dikatakan sebagai maqasid pelengkap antara *maqasid dharuriyat* dan *maqasid hajiyyat*. *Maqasid tahsiniyat* ini didalamnya diantaranya etika, adat istiadat, dan norma-norma yang terdapat didalam kehidupan masyarakat.³³

4. Bisnis Rumah Makan

Pengertian restoran atau rumah makan menurut Keputusan Menteri Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi No. KN.73/PVV105/MPPT-85 tentang Peraturan usaha Rumah Makan, dalam peraturan ini yang dimaksud dengan pengusaha Jasa Pangan adalah "Suatu usaha yang menyediakan jasa pelayanan makanan dan

³³ Al-Syatibi, *Al-muwafaqat fi Ushul al-ahkam*, (ttp, dar al-Fikr, 1341 H), Jil. III, hlm. 7.

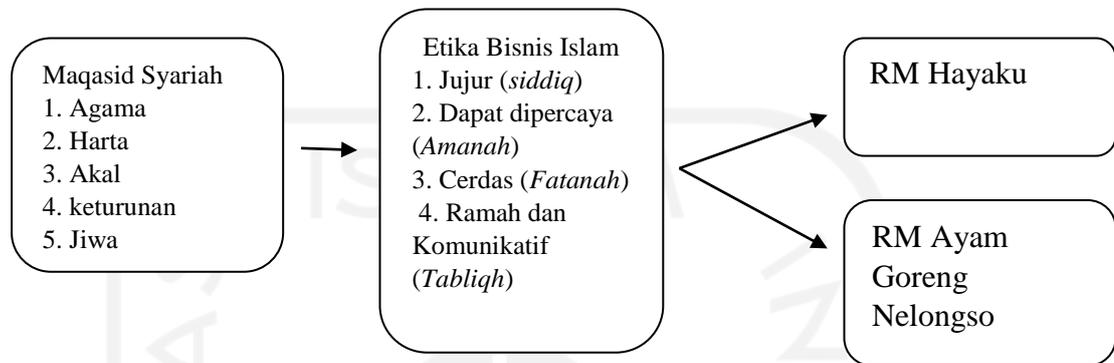
minuman yang dikelola secara komersial”. Sedangkan menurut peraturan Menteri Kesehatan RI No. 304/Menkes/Per/89 tentang persyaratan rumah makan, maka yang dimaksud rumah makan adalah satu jenis usaha jasa pangan yang bertempat disebagian atau seluruh bangunan yang permanen dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan penjualan makanan dan minuman bagi umum di tempat usahanya.

Dengan demikian, rumah makan yakni suatu tempat yang menyediakan makanan dan minuman untuk dikonsumsi oleh tamu, sebagai kebutuhan yang sangat mendasar akan makan dan minum dalam rangka memulihkan kembali kondisinya yang telah berkurang setelah melakukan suatu kegiatan sehingga bisa kembali kepada stamina yang semula. Semua jenis rumah makan pada umumnya mempunyai suatu kepentingan dan tujuan yang sama yaitu menyediakan dan menyajikan makanan dan minuman kepada umum dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan sesuai dengan yang diinginkan.³⁴

³⁴ Ardjuno Wiwoho, *Pengertian Tata Hidang Teori dan Praktik*, (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm. 1-2.

5. Kerangka Konseptual

Untuk dapat menjelaskan lebih lanjut alur pemikiran penelitian yang hendak dilakukan, maka penulis membuat bagan kerangka teoritis sebagai berikut:



Gambar 2.1 Skema Kerangka Konseptual

BAB III

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian dan Pendekatan

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian lapangan adalah penelitian empiris yang data dan informasinya diperoleh dari kegiatan di lapangan kerja penelitian.¹ Menurut Suyono², penelitian kualitatif adalah penelitian dengan metode pengumpulan sebanyak mungkin fakta detail secara mendalam mengenai suatu masalah atau gejala guna mendapat pengertian tentang sebanyak mungkin sifat masalah atau gejala itu.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:³

- a. Pendekatan Teologis Normatif, yakni pendekatan yang digunakan untuk menganalisis ketentuan-ketentuan hukum yang berasal pada Al-Qur'an dan hadis terhadap masalah yang berkaitan dengan etika bisnis Islam.
- b. Pendekatan Sosiologis, yakni digunakan untuk menganalisis pendekatan mengenai suasana pelanggan dan interaksi sosial di rumah makan hayaku dan ayam goreng nelongso Yogyakarta yang berkaitan dengan penelitian ini.

2. Lokasi Penelitian

Hal yang harus dilakukan atau ditentukan oleh peneliti yakni menetapkan tempat dan lokasi penelitian. Menurut S. Nasution menerangkan bahwa ada tiga bagian yang harus benar-benar dikaji dalam suatu penelitian diantaranya yaitu menentukan

¹ Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: UII Press, 2005), hlm. 10.

² Ariyono Suyono, *Kamus Antropologi*, (Jakarta: Akademi Persindo, 1985), hlm. 307.

³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Cet. XIV; Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm. 108.

tempat/ lokasi, pelaku dan aktivitas kegiatan penelitian.⁴ Lokasi penelitian ini adalah di Rumah Makan Hayaku dan Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Yogyakarta. Lokasi tersebut dipilih sebagai objek penelitian dilandaskan atas pertimbangan bahwa Rumah Makan Hayaku dan Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Yogyakarta merupakan berada dilokasi tempat yang lumayan strategis yang berada di daerah sleman.

3. Informan Penelitian

Untuk mendukung dan melengkapi penelitian ini, penulis berencana menghadap kepada pihak-pihak yang dapat memberikan informasi ataupun pendapat yang terkait dengan masalah yang diteliti. Berdasarkan ketentuan informan dalam penelitian kualitatif ada tiga unsur yang memberikan informasi dalam penelitian ini yaitu Manager outlet, karyawan dan pelanggan (konsumen) di Rumah Makan Hayaku dan Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Yogyakarta. Kriterianya keputusan jumlah informan sebagai berikut :

- a. Ditambah, jika informasi masih tidak cukup,
- b. Ganti, jika informan tidak kooperatif dan tidak jujur.
- c. Stop, jika informasi sudah jenuh.

4. Teknik Penentuan Informan

Menurut pendapat Spradley dalam Faisal⁵ informan harus memiliki beberapa kriteria yang perlu dipertimbangkan yaitu:

⁴ S. Nasution, *Metode Naturalistik Kualitatif*, (Cet. I, Bandung: Tarsito, 1996), hlm. 43.

⁵ Sanapiah Faisal, *Penelitian Kualitatif Dasar-dasar dan Aplikasi*, (Malang: Yayasan Asih Asah Asuh (YA3), 1990), hlm. 45.

- a. Subjek yang telah lama dan intensif menyatu dengan suatu kegiatan atau medan aktivitas yang menjadi sasaran atau perhatian penelitian dan ini biasanya ditandai oleh kemampuan memberikan informasi di luar kepala tentang sesuatu yang ditanyakan.
- b. Subjek masih terikat secara penuh serta aktif pada lingkungan dan kegiatan yang menjadi sasaran atau penelitian.
- c. Subjek mempunyai cukup banyak waktu dan kesempatan untuk dimintai informasi.
- d. Subjek yang dalam memberikan informasi tidak cenderung diolah atau dikemas terlebih dahulu dan mereka relatif masih lugu dalam memberikan informasi.

5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang jelas, maka digunakan metode pengumpulan data yang dipergunakan secara cepat sesuai dengan masalah yang diteliti. Metode pengumpulan data adalah sebagai berikut :

a. Observasi

Orang sering kali mengartikan observasi sebagai suatu aktiva yang sempit, yaitu memperhatikan sesuatu dengan menggunakan mata. Di dalam pengertian psikologik, observasi biasanya disebut dengan pengamatan, meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap sesuatu objek dengan menggunakan seluruh alat indera. Jadi, pengobservasian dilakukan dengan cara penglihatan, pendengaran, penciuman, peraba dan pengecap. Apa yang disampaikan itu merupakan pengamatan langsung. Metode observasi merupakan metode yang menggunakan pengamatan dan pencatatan. Metode observasi merupakan metode pengumpulan

data dengan jalan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap kenyataan yang diamati.⁶

b. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dibentuk makna dalam suatu topik tertentu.⁷ Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari informan yang lebih mendalam. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau setidaknya pada pengetahuan dan keyakinan pribadi. Jadi dengan wawancara, maka peneliti mengetahui hal yang lebih mendalam tentang etika bisnis Islam dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi, di mana hal ini tidak bisa ditemui dalam observasi. Adapun dalam penelitian tersebut wawancara yang dilakukan tidak terstruktur yakni wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis serta lengkap untuk pengumpulan datanya. Panduan wawancara hanya digunakan berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.⁸

c. Metode Dokumentasi

Dokumen adalah suatu peristiwa yang telah berlalu. Studi dokumen merupakan sebagai pelengkap yang menggunakan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.⁹ Dokumentasi berasal dari kata

⁶ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, (Yogyakarta: Fak. Psikologi UGM, 2003), hlm. 21.

⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Kombinasi Mixed Methods*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 13.

⁸ *Ibid.*, hlm.316-318.

⁹ *Ibid.*, hlm. 326.

dokumen, artinya barang-barang tertulis. Di dalam menggunakan metode dokumentasi, peneliti mengetahui benda-benda tertulis seperti buku-buku, dokumen, majalah, peraturan-peraturan, catatan harian, dan sebagainya. Dokumentasi merupakan catatan tertulis atau gambar tentang suatu kegiatan atau peristiwa.¹⁰

6. Keabsahan Data

Penelitian ilmiah yaitu kegiatan penelitian yang meminta metode secara ilmiah, maka bisa menghasilkan secara tepat dan objektif. Dalam hal menguji keabsahan data yang didapatkan dapat menilai validitas hasil penelitian tersebut, maka bisa untuk meningkatkan ketekunan dalam penelitian tersebut,¹¹ yaitu dengan cara pengamatan secara lebih cermat, seksama dan berkelanjutan, sehingga menggunakan teknik triangulasi. Bahwa triangulasi yaitu triangulasi sumber yakni memadukan data yang didapatkan melalui alat, waktu, maupun teknik yang berbeda dengan cara memadukan hasil observasi bersama dengan data hasil wawancara, selanjutnya memadukan lagi hasil wawancara dengan data dokumentasi.¹²

Maka hal tersebut data awal hingga dengan data akhir hendak bisa berkelanjutan dan situasi dengan keadaan yang terjadi dilapangan. Kemudian ketika sedang menghasilkan proses kesimpulan hasil akhir penelitian tersebut semestinya terstruktur dan tepat sasaran. Maka hasil data yang disampaikan pada teks tersebut memiliki bukti yang sesungguhnya.

¹⁰ W. Gulo, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Grasindo, 2002), hlm. 123.

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R & D*, (Cet. XII, Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 272.

¹² Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Cet. XVII, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002), hlm. 330-331.

7. Teknik Analisis Data

Adapun metode analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui empat tahapan, yaitu:¹³

a. *Data Collecting*

Pada analisis model pertama dilakukan pengumpulan data hasil wawancara, hasil observasi, dan berbagai dokumen berdasarkan kategorisasi yang sesuai dengan masalah penelitian yang kemudian dikembangkan penajaman data melalui pencarian data selanjutnya.

b. *Data Condensation*

Kondensasi data adalah proses menyeleksi, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksi, dan mengubah catatan lapangan, transkrip wawancara, dokumen, dan materi (temuan) empirik lainnya. Kondensasi (pengembunan) data berarti mengubah data yang sebelumnya menguap menjadi lebih padat (air). Letak perbedaan antara Reduksi dengan Kondensasi terletak pada cara penyederhanaan data. Reduksi cenderung memilah kemudian memilih, sedangkan kondensasi menyesuaikan seluruh data yang dijarah tanpa harus memilah (mengurangi) data.

c. *Data Display*

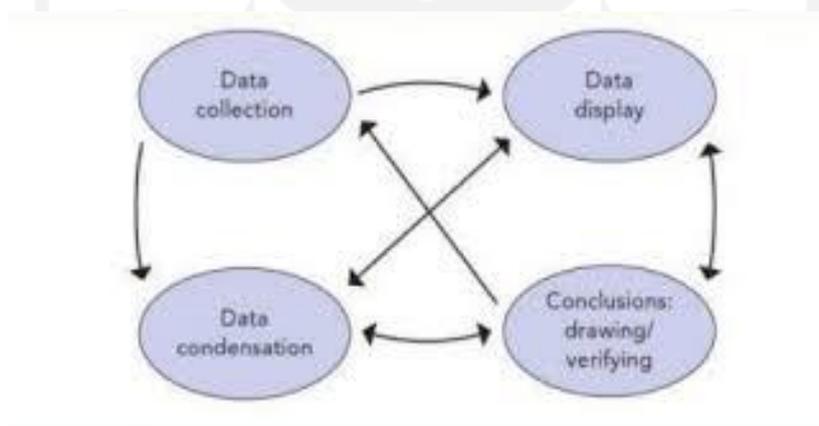
Pada tahap ini peneliti banyak terlibat dalam kegiatan penyajian atau penampilan (*display*) dari data yang dikumpulkan dan dianalisis sebelumnya, mengingat bahwa peneliti kualitatif banyak menyusun teks naratif. *Display* adalah format yang menyajikan informasi secara tematik kepada pembaca. Miles dan

¹³ Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, and Johnny Saldana, *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*, ed. 3 (United State of America: SAGE publication, 2014).

Huberman memperkenalkan dua macam format, yaitu: diagram konteks (*context chart*) dan matriks.

d. *Conclusion Drawing/Verifying*

Pengambilan kesimpulan juga merupakan analisis lanjutan dari reduksi data, dan display data sehingga data dapat disimpulkan dan peneliti masih berpeluang untuk menerima masukan. Pada tahap ini, peneliti harus sudah bisa menghubungkan data-data yang terkumpul menjadi sebuah kesimpulan akhir untuk penelitian ini. Menguji validitas dan kebenaran data, sehingga apabila ditemukan kesimpulan atau data yang tidak valid maka proses pengambilan data bisa dihentikan.



Gambar 3. 1 Analisis data kualitatif model Miles & Huberman

Sumber: Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, and Johnny Saldana, *Qualitative Data Analysis:*

A Methods Sourcebook, ed. 3 (United State of America: SAGE publication, 2014)

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Rumah Makan Hayaku

1. Sejarah Hayaku

Hayaku merupakan nama warung *Steamboat and Yakiniku* yang diambil dari bahasa Jepang yang artinya cepat. Berdasarkan itulah visi dan misi Hayaku adalah menerapkan pelayanan yang cepat, tepat dan ramah. Sejarah Hayaku sendiri berawal dari ide sang pemilik yang ingin mendirikan usaha kuliner di bidang *steak* dan *seafood* namun dengan penyajian yang cepat. Dari hal itulah kemudian nama Hayaku *Steamboat and Yakiniku* terbentuk untuk didirikan sebuah usaha ini.

Hayaku sendiri pertama kali didirikan dan mulai diperkenalkan kepada masyarakat pada tahun 2013. Pada saat itu pertama *launching* di kota Surabaya. Diyakini bahwa banyak peminat dari konsumen, pada 2014 kemudian membuka cabang lagi di kawasan surabaya, dan terus berkembang seiring berjalannya waktu Hayaku melebarkan sayapnya, hingga saat ini sudah hadir 7 cabang diberbagai daerah di pulau Jawa salah satunya di kota Malang dan pada september 2019 telah mendirikan cabang di Bali.

Tergolong kedalam salah satu *brand* kuliner yang bernuansa jepang, Hayaku memiliki sebuah strategi tersendiri agar mampu bersaing dengan bisnis usaha yang serupa, bahkan harapannya dapat menjadi favorit di dalam kuliner Nusantara ini. Salah satunya yakni dengan menawarkan harga yang terjangkau dibandingkan dengan restoran ala Jepang lainnya. Akan tetapi, kualitas cita rasa dan pelayanan tetap selalu ditingkatkan sebaik mungkin. Itulah sebagian cara Hayaku untuk terus mengembangkan usahanya tersebut.

Visi dan Misi

Visi

Menjadi restoran jepang berbasis *self service* yang memiliki daya saing global dengan kualitas produk dan pelayanan terbaik.

Misi

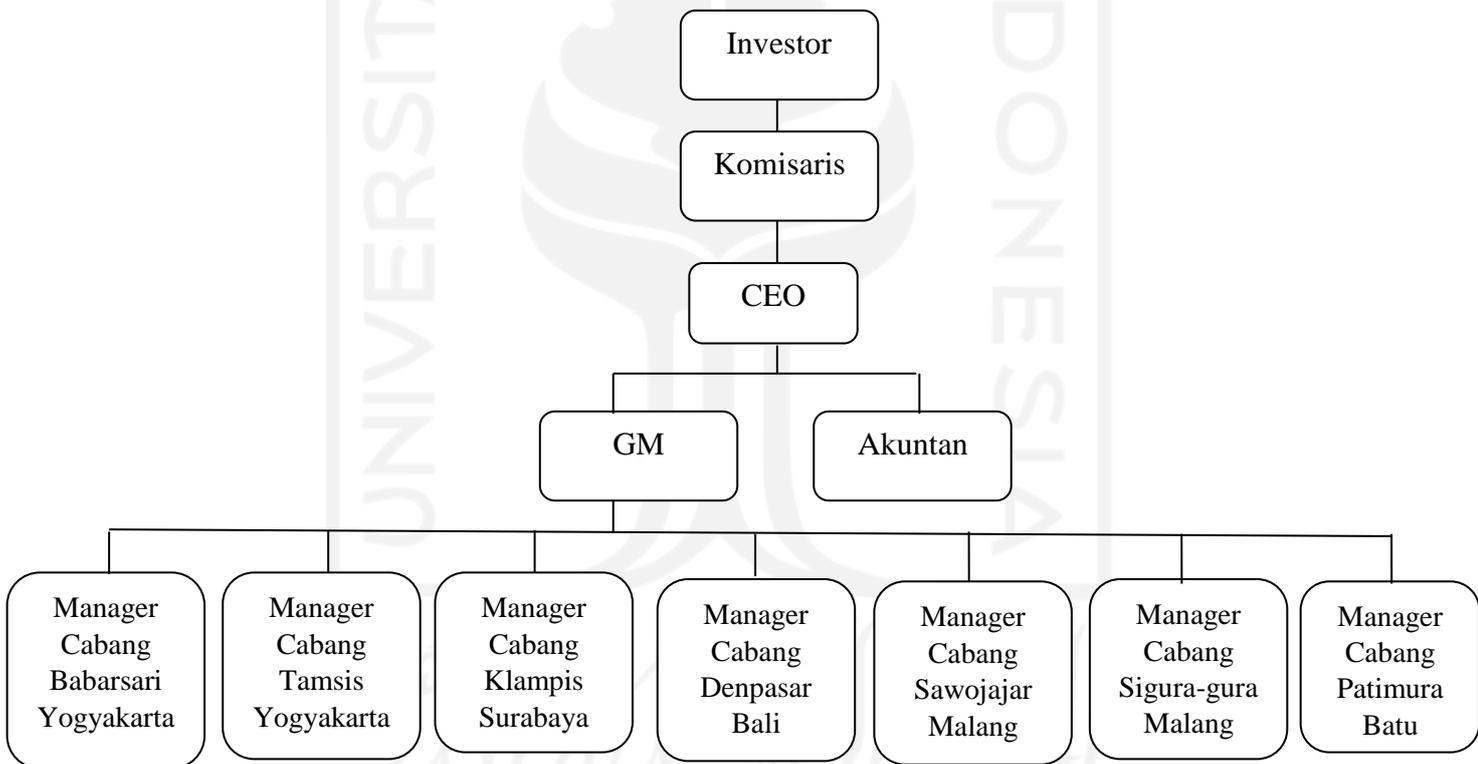
- ✓ Menyempurnakan sistem dan praktik pelayanan yang ramah dan menyenangkan.
- ✓ membuat kualitas kebersihan produk dan ruangan yang bernilai tinggi.
- ✓ Membangun hubungan kerjasama dengan perusahaan lain demi *win win solution*.
- ✓ Memiliki sumber daya manusia (SDM) yang jujur, profesional, ramah dan tinggi inisiatif.
- ✓ Memiliki akun media sosial yang besar sebagai sarana promosi.
- ✓ Membuat event atau promosi yang kreatif.

HAYAKU?

Hayaku merupakan nama warung Steamboat dan Yakiniku yang diambil dari bahasa Jepang yang artinya cepat. Berdasarkan itulah visi dan misi hayaku adalah menerapkan pelayanan yang cepat, tepat dan ramah. Hayaku sendiri pertama kali di kenalkan ke masyarakat sekitar tahun 2013. Saat itu pertama kali di *launching* di kota Surabaya. Kemudian seiring berjalannya waktu Hayaku mulai melebarkan sayapnya. Kini sudah hadir di kota Malang dan Yogyakarta.

Struktur Organisasi

Pada dasarnya suatu badan usaha maupun organisasi didirikan dengan tujuan tertentu yang ingin dicapai. Dari tujuan tersebut dapat menentukan macam-macam kuantitas pekerjaan yang dilakukan. Oleh karena itu, untuk baiknya operasional perusahaan diperlukan sebuah struktur organisasi untuk menanamkan kepada setiap elemen sumber daya manusia pada perusahaan terkait tugasnya, wewenang serta tanggungjawabnya dalam operasional tersebut. Di dalam Hayaku secara sistematis struktur organisasi sebagai berikut:



Gambar 4.1

Struktur Organisasi Hayaku

Sumber : Hayaku

Dalam operasional Hayaku, tiap bagian yang tersusun secara sistematis tersebut memiliki tugas, wewenang dan tanggung jawab masing-masing yang diuraikan sebagai berikut:

1. Investor

Pihak penanam modal usaha di Hayaku

2. Komisaris

Seorang yang memiliki jabatan tertinggi di Hayaku sekaligus pemilik Hayaku, menentukan siapa yang menjadi CEO. Nantinya yang menyetujui rencana dari pengajuan CEO itu sendiri, serta memberikan masukan-masukan yang penting dilakukan untuk Hayaku.

3. CEO

- a. Memimpin seluruh operasional Hayaku
- b. Mengawasi tugas dari kepala bagian
- c. Menyetujui dan mengawasi anggaran Hayaku
- d. Menyampaikan laporan kinerja Hayaku kepada komisaris Hayaku

4. General Manager

- a. Bertanggung jawab atas manager cabang
- b. Menyampaikan operasional Hayaku setiap bulan kepada CEO
- c. Mempunyai wewenang dalam pengambilan keputusan dalam penanganan suatu masalah di setiap cabang Hayaku.
- d. Menyusun dan merencanakan program kerja untuk operasional Hayaku
- e. Melakukan koordinasi dengan rapat pertemuan bagi manager cabang

5. Akuntan

- a. Bertanggung jawab atas siklus keuangan Hayaku
- b. Membuat laporan keuangan Hayaku

6. Manager Cabang

- a. Mengelola operasional Hayaku percabang yang telah ditentukan
- b. Mengelola pembiayaan terhadap operasional Hayaku percabang yang telah ditentukan.
- c. Menyampaikan laporan operasional Hayaku percabang kepada General Manager

Jam kerja Hayaku

Terkait jam kerja, Hayaku memberlakukan peraturan yang mengharuskan karyawan masuk 10 menit sebelum jam kerja. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.
Jam kerja Hayaku

Hari	Jam kerja
Senin-Kamis	11.00-23.00
Jum'at	11.00-23.00
Sabtu-Minggu	11.00-23.00

Ruang Lingkup Hayaku

Hayaku merupakan suatu usaha yang bergerak di bidang kuliner. Hayaku mendirikan kuliner yang bertemakan *brand* makanan jepang dengan menyajikan makanan yang selalu *fresh* dan segar. Menyajikan kuliner dengan tempat dan cara memasaknya yang unik. Pelanggan bebas menentukan rasa dan cara memasaknya, dengan menu makanan khas andalan yakni *steamboat and yakiniku*.

2. Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Rumah Makan Hayaku ?

a. Kejujuran

Jujur nilai dasarnya merupakan kejujuran, nilai-nilai, ikhlas, terjamin, dan keseimbangan emosional yakni sikap yang sangat penting dalam hal bisnis. Sikap jujur berarti selalu melandaskan ucapan, keyakinan, serta perbuatan berdasarkan ajaran Islam. Tidak ada berlawanan dan pertentangan yang disengaja antara ucapan dan perbuatan. Maka selalu bersikap jujur sehingga dicatat oleh Allah sebagai seorang yang jujur. Oleh karena itu, kejujuran merupakan salah satu karakter pebisnis sangat penting dan diridhoi oleh Allah. Kejujuran ini sangat penting untuk kehidupan baik disegala aspek yang utama dalam aktivitas bisnis yang berhubungan dengan orang lain. Hal itu dapat dilihat.

Wawancara yang dilakukan dengan Lalu Syaeful Arif sebagai Manager Hayaku menyatakan bahwa dimana dalam nilai kejujuran ini harus benar-benar dilaksanakan dan disertai dengan bukti tindakan. Kemudian, juga mengatakan bahwa nilai kejujuran ini lebih kepada membawa nilai-nilai positif yang menimbulkan kebaikan bagi rumah makan tersebut. Sikap adil, ramah, cakap dalam hal ini sudah sangat bagus yang dijalankan dalam rumah makan tersebut. Sesuai dengan nilai hayaku diambil dari nama jepang hayaku artinya cepat, melayani dengan cepat serta ramah kepada pelanggan. Kualitas barang kasih yang terbaik dan transparansi kepala pelanggan Kemudian, dalam hal bahan-bahan makanan ini benar-benar memperhatikan Standar Operasional Prosedur (SOP) manajemen, karena memperhatikan kualitas kebersihan yang disediakan. Selanjutnya rumah makan ini

tidak menjelekkkan bisnis orang lain. Misalnya fenomena kejadian di IG, FB, dan lainnya.¹

Seperti dalam surah At-Taubah: 119, yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ - ١١٩

“Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar”.

Jika keadaan sifat jujur bagi seluruh pelaku bisnis justru usaha bisnis dapat berjalan baik, maka tidak ada bagian yang dirugikan. Maka keadaan sifat jujur dan secara terbuka tanpa ada bagian yang dirugikan atau dicurangi akan mendatangkan keadilan untuk seluruh pihak. Dalam bertransaksi yang dilakukan oleh kedua belah pihak baik penjual dan pembeli, bila keduanya sama-sama berbuat jujur dan terus terang, akan mendatangkan bagi keduanya keberkahan.

Setiap pemimpin selalu bersikap jujur dan benar selama masa kepemimpinannya, dan seorang pemasaran harus bersifat jujur, dapat menjiwai setiap tindakannya dalam mengadakan pemasaran, baik berkaitan dengan pelanggan, transaksi dengan pelanggan, dan menyusun kerjasama serta persetujuan dengan rekan bisnisnya.

Menurut peneliti mengenai kejujuran itu sangat penting sekali bagi kehidupan kita sebagai manusia, begitu juga sebaliknya dapat diterapkan kedalam suatu aktifitas jual beli atau perdagangan. Maka kejujuran ini selalu ditanamkan dalam kehidupan nyata sehingga membawa dampak yang baik dan benar dalam menerapkan suatu aktifitas perdagangan maupun jual beli.

¹ Wawancara dengan Lalu Syaeful Arif sebagai Manager Hayaku di Yogyakarta, tanggal 23 Oktober 2020.

Sejalan yang dikatakan oleh Al-Ghazali bahwa akidah yang suci dan niat yang benar adalah tahap pertama dalam berbisnis. Dengan meluruskan niat untuk berdagang untuk mendapatkan harta yang halal, maka dengan berbisnis kita dijauhkan dari tindakan harta yang haram, misalnya mengambil hak orang lain (mencuri), merampok, berzina, dan lain sebagainya. dengan melakukan bisnis yang baik, kita dapat memegang teguh agama dan dapat menafkahi keluarga untuk kehidupan. Apabila niat atau nilai kejujuran yang benar, kita mendapatkan satu investasi yang kita tanam untuk kehidupan akhirat.

Kejujuran dapat membentuk perilaku untuk tidak berbuat curang, menjual barang dengan menyatakan kenyataan barang dagangan, tidak mengurangi takaran atau timbangan. Menyampaikan perincian dalam bisnis modern dengan menyampaikan perincian produk, kadaluarsa serta komposisi. Produk yang mempunyai komponen kejujuran mempunyai umur panjang dan dicari oleh konsumen. Maka inilah yang dapat melahirkan konsumen yang merasa puas dan menjadi pelanggan tetap.

b. Dapat dipercaya

Sikap dapat dipercaya merupakan nilai dasarnya terpercaya, kemudian nilai-nilai dalam bisnis adalah kepercayaan, bertanggung jawab, terbuka dan tepat waktu sikap tersebut sangat dianjurkan dalam kegiatan bisnis, kejujuran dan dapat dipercaya memiliki relasi yang sangat erat, apabila seseorang sudah bisa berlaku jujur pastilah orang itu terpercaya. Sikap bertanggungjawab dan dapat dipercaya yang ditampilkan rumah makan Hayaku, berdasarkan hasil wawancara sebagai berikut.

Wawancara yang dilakukan dengan Wahyu Yanuar sebagai karyawan Hayaku menyatakan bahwa dimana kepercayaan kepada seluruh karyawan memiliki

punya latar belakang berbeda membuat sudut pandang sendiri-sendiri, karyawan dihayaku mayoritas orang yang pendidikan tidak kuliah atau mayoritas lulusan SMA atau SMP. Bisa dibentuk tergantung bagaimana mempengaruhi karyawan tersebut. Kerjanya bagus dan semua berproses untuk dibenahi dan dievaluasi. Kemudian, dalam hal bertanggung jawab yakni mekanisme evaluasi apa kekurangan sebagai pimpinan dan karyawan. Sejauh ini hayaku jarang memecat karyawan. Tanggung jawab cukup stabil angka pemecatan karyawan enggak tinggi. Sikap pimpinan dan karyawan adalah sikapnya terbuka, awal buka hayaku masuk kerja 10 jam (1 shift), seharusnya standar kerja 8 jam. Aturan dilapangan dan undang-undang 8 jam kerja. Selanjutnya, disajikan sesuai dengan pesanan, karena sesuai foto yang ditampilkan, pelanggan bisa complain.²

Seperti dalam surah Al-Anfal: 58, yang berbunyi :

وَأِمَّا تَخَافَنَّ مِنْ قَوْمٍ خِيَانَةً فَانْبِذْ إِلَيْهِمْ عَلَى سَوَاءٍ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْخَائِنِينَ

٥٨--

“Dan jika kamu khawatir akan (terjadinya) pengkhianatan dari suatu golongan, maka kembalikanlah perjanjian itu kepada mereka dengan cara yang jujur. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berkhianat”.

Dapat dipercaya, bertanggung jawab, juga bermakna keinginan untuk memenuhi sesuatu yang sesuai dengan ketentuan. Menyesuaikan nilai yang terkait dengan kejujuran dan melengkapinya.

Sikap kepercayaan yang harus dimiliki oleh seseorang itu bisa berupa tanggungjawab dalam menjalankan tugasnya, baik itu tugas untuk diri sendiri maupun orang lain. Mengenai ini dalam rumah makan hayaku peneliti

² Wawancara dengan Wahyu Yanuar sebagai karyawan Hayaku di Yogyakarta, tanggal 6 November 2020.

mengkaji sudah cukup bagus mereka menjalankan tugas dan kewajibannya sebagai karyawan. Karena mereka juga sudah lama bekerja sehingga menjalankan tugasnya sesuai dengan prosedur yang ada. Sejalan yang ada didalam prinsip-prinsip pokok etika bisnis Islam yakni bertanggungjawab merupakan suatu hal yang tidak mungkin dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas. Maka, manusia perlu mempertanggungjawaban tindakannya. Dalam hal ini karyawan bertugas untuk menjalankan tugasnya, dan juga bertanggungjawab kepada sesama pekerja lain maupun pelanggan.

Sikap amanah ini dapat berkembang untuk memberikan kinerja kepada kepada karyawan agar supaya memberi kinerja yang sesuai dengan tugasnya masing-masing. Dapat dipercaya yang dijalankan oleh bisnis tersebut agar bisa mempraktikkan sikap terbuka dan percaya, menjelaskan keadaan yang sebenarnya, maka akan mendatangkan perdagangan kepada hanya untuk keuntungan dan keberkahan oleh sang pencipta.

c. Cerdas

Cerdas memiliki arti mempunyai pengetahuan luas, nilai yang terkandung dalam bisnis memiliki visi, pemimpin yang cerdas, sadar terhadap produk dan jasa serta paham terhadap sesuatu dan bisa menyampaikannya, cerdas diartikan kecerdikan atau kebijaksanaan. Sifat *fatamah* bisa dikatakan sebagai strategi hidup setiap muslim. Maka seorang muslim yang memiliki kecerdasan dan kebijaksanaan, lebih mengutamakan masalah akhirat dibandingkan dengan masalah dunia. Cerdas yang ditunjukkan oleh rumah makan Hayaku, berdasarkan hasil wawancara sebagai berikut.

Wawancara yang dilakukan Aini Syahira sebagai konsumen Hayaku mengatakan bahwa dimana dengan pelaksanaan tugas karyawan masih professional sesuai arahan dari pusat sebagaimana aturan yang berlaku. Mengenai professional karyawan yaitu cukup professional, lama bekerja. SOP umum mereka sudah melaksanakan. Menghadapi pelanggan dan complain, mereka sudah terbiasa dan kemampuannya sudah cukup bagus. Sementara rumah makan ini memperhatikan bahan makanan yang sesuai selera pelanggan, yakni memang menerima masukan pelanggan, tapi usaha ini tidak serta merta tidak semua menyesuaikan selera pelanggan. Karena konsepnya jempang melayani siap servis. Tentu, sudah mencantumkan harga, baik dirumah makan maupun di akun sosmed hayaku.³

Dalam hal ini kita dapat mengikuti tata cara berdagang yang dijalankan oleh Rasulullah SAW dengan cara berdagang yang benar secara agama dengan mendatangkan keuntungan secara ekonomis. Selain itu beliau memberi motivasi kepada kita untuk menjadi sosok pedagang yang sukses, beliau juga telah memberikan pelajaran kepada kita mengenai tata cara berdagang yang harus di jauhi atau hindari, misalnya menjelekkkan bisnis orang lain, pura-pura menawar tinggi, tidak melakukan penimbunan barang dagangan (*Ihtikar*), jual beli barang haram, berkhianat kepada sesama pedagang dan lain sebagainya.

Menurut peneliti bahwa seseorang itu harus mampu menjalankan tugasnya sesuai dengan porsinya agar bisa memberikan pelayanan yang maksimal dan baik kepada pelanggan sehingga terkesan lebih ramah dan bijaksana. Sejalan yang ada didalam prinsip-prinsip pokok etika bisnis Islam adalah kebenaran, prinsip ini merupakan suatu nilai kebenaran yang dianjurkan dan tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Dalam hal ini

³ Wawancara dengan Aini Syahira sebagai konsumen Hayaku di Yogyakarta, tanggal 5 Desember 2020.

berkaitan dengan melaksanakan amanah dalam menjalankan suatu kegiatan ekonomi demi memperoleh suatu hasil yang benar dan baik. Nilai ini harus benar-benar dijaga dengan sebaik-baiknya sehingga menimbulkan kepercayaan dalam perilaku bisnis yang dijalankan. Seperti dalam surat At-taubah: 119, yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ - ١١٩

“Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar”

Sikap cerdas merupakan hal penting bagi aktivitas bisnis, justru sikap ini mengenai langsung dengan pemasaran, sehingga agar pelanggan datang membeli makanan dan mendatangkan keuntungan, bagaimana agar konsumen tertarik dengan suatu produk bisnis tersebut. Kemudian, sebagai seorang muslim dapat mampu memanfaatkan seluruh potensi yang sudah dimiliki dan diberikan oleh Allah SWT, karena untuk mencapai ridha Allah SWT. Kemampuan yang paling termahal dan berharga yang hanya diberikan kepada manusia yakni akal, karena itu manusia mampu menjalankan pikirannya dengan sebaik-baiknya.

d. Ramah dan Komunikatif

Sebagaimana yang kita ketahui bahwa Nabi Muhammad SAW memiliki sikap *tabligh* yang mana merupakan suatu sikap mulia yaitu menyampaikan wahyu Allah dan cara penyampaiannya itu ramah tamah kepada umat manusia. Jika dikombinasikan dalam kehidupan berbisnis, sikap *tabligh* ini bisa juga diartikan komunikasi yang baik dan memiliki sikap ramah terhadap para pelanggan maupun mitra kerja. Maka orang yang mempunyai sifat *tabligh*

harus komunikatif dan argumentatif. Ramah dan Komunikasi yang ditampilkan oleh rumah makan Hayaku, berdasarkan hasil wawancara sebagai berikut.

Wawancara yang dilakukan dengan Lalu Syaeful Arif sebagai Manager Hayaku mengatakan bahwa dimana komunikasi antara pimpinan dengan karyawan serta pelanggan ialah komunikasi antara pimpinan dan karyawan sangat baik dan komunikasi untuk pelanggan lebih ke promosi atau sebarakan informasi mengenai penjualan. Hal ini pelayanan nomor satu, komunikasi dengan pimpinan sangat bagus serta komunikasi dengan pelanggan. Kemudian dalam hal berbagai persoalan adalah semua masalah dihayaku diselesaikan dengan kekeluargaan. Harus membedakan urusan pekerjaan dan urusan personal. Misalnya ada karyawan yang bermasalah, kemudian akan didiskusikan dan dibantu. Memiliki rasa kepedulian kepada sesama.⁴

Seperti dalam surah Al-Jin: 28, yang berbunyi:

لِيَعْلَمَ أَنْ قَدْ أَبْلَغُوا رَسُولَاتِ رَبِّهِمْ وَأَحَاطَ بِمَا لَدَيْهِمْ وَأَحْصَى كُلَّ شَيْءٍ عَدَدًا -

٢٨-

“Supaya Dia mengetahui, bahwa sesungguhnya rasul-rasul itu telah menyampaikan risalah-risalah Tuhannya, sedang (sebenarnya) ilmu-Nya meliputi apa yang ada pada mereka, dan Dia menghitung segala sesuatu satu persatu”.

Orang yang memiliki sifat tersebut akan memberikan dengan benar dan perkataan yang tepat apa adanya. Ketika berbincang dengan orang lain dengan sesuatu yang mudah dimengerti, berdialog dan melakukan pemberian dengan bahasa yang dapat dimengerti sehingga orang tersebut bisa dengan mudah memahami penyampaian bisnis yang kita sampaikan.

⁴ Wawancara dengan Lalu Syaeful Arif sebagai Manager Hayaku di Yogyakarta, tanggal 23 Oktober 2020.

Dalam hal ini peneliti merasa sudah cukup bagus dalam melayani pelanggan dengan menerapkan sikap-sikap yang santun, misalnya ramah dalam berkomunikasi. sehingga pelanggan merasa nyaman ketika saat dilayani dengan baik. Kemudian, komunikasi ini sangat penting ketika dalam melakukan suatu transaksi jual beli supaya terjalin hubungan yang baik dan ramah.

Sikap komunikatif ini merupakan kemampuan dalam mengkomunikasikan suatu barang dan membangun hubungan bisnis. Sehingga disiplin ilmu yang berkembang yaitu komunikasi bisnis, sementara dalam bagian pribadi merupakan komunikasi efektif dan peduli. Dalam media pemasaran dan periklanan yakni sistem lahir dari kemampuan penerapan sikap kecerdasan komunikasi. Tanpa mengandalkan kemampuan komunikasi sebuah produk dan jasa, maka pedagang tidak mampu meyakinkan pelanggan untuk membeli dan memanfaatkan barang dagangan.

3. Implementasi Etika Bisnis Islam dalam tinjauan Maqasid Syariah Pada Rumah Makan Hayaku?

Pada tiga tingkatan maqasid Syariah, yakni tahsiniyyat, hajiyyat, dan dharuriyyat akan mempunyai kaitan ke tiga poin penelitian tersebut. Apabila dikaitkan dengan judul penelitian, bahwa etika bisnis Islam mempunyai kaitan dengan *maqasid tahsiniyyat*. Sementara aktivitas transaksi jual beli adalah kegiatan muamalah yang tergolong kedalam *maqasid hajiyyat*, dan semuanya yang bertujuan untuk melindungi agama, harta, keturunan, akal dan jiwa manusia, yang merupakan *maqasid dharuriyyat*.

Sudah disampaikan pada subbab mengenai implementasi etika bisnis, bahwa rumah makan Hayaku berusaha dapat menjalankan kegiatan bisnis sesuai dengan etika bisnis yang diajarkan oleh Rasulullah SAW. Maka sikap tersebut yakni kejujuran, dapat dipercaya, cerdas, ramah dan komunikatif. Sikap jujur yang dijalankan oleh rumah makan Hayaku adalah memberitahukan kepada seluruh karyawan bahwa nilai kejujuran ini harus benar-benar dilaksanakan dan disertai dengan bukti tindakan. Nilai kejujuran ini lebih kepada membawa nilai-nilai positif yang menimbulkan kebaikan bagi rumah makan tersebut. Hal ini agar para pelanggan merasa senang dalam pelayanan.

Kemudian sikap dapat dipercaya ditunjukkan oleh pihak rumah makan cukup stabil sehingga sedikit sekali angka pemecatan kepada karyawan. Kepercayaan kepada seluruh karyawan memiliki punya latar belakang berbeda membuat sudut pandang sendiri-sendiri, mayoritas di Hayaku mayoritas orang yang pendidikan tidak kuliah atau mayoritas lulusan SMP atau SMA. Kerjanya bagus dan semua berproses untuk dibenahi dan dievaluasi. Kemudian, dalam hal bertanggungjawab yakni mekanisme evaluasi apa kekurangan sebagai pimpinan dan karyawan. Sikap pimpinan dan karyawan sangat terbuka.

Dalam hal pelaksanaan tugas karyawan di Hayaku masih profesional sesuai arahan dari pusat sebagaimana aturan yang berlaku. Mengenai profesional karyawan yakni cukup profesional, karena lama bekerja. Standar Operasional Prosedur (SOP) umum mereka sudah melaksanakan. Menghadapi pelanggan dan complain, mereka sudah terbiasa dan kemampuannya sudah cukup bagus.

Selanjutnya yang berkaitan dengan ramah dan komunikatif dapat dilihat antara pimpinan dengan karyawan serta pelanggan adalah komunikasi antara pimpinan dan karyawan sangat baik dan komunikasi untuk pelanggan lebih ke promosi atau

sebarakan informasi mengenai penjualan. Hal ini pelayanan nomor satu, komunikasi dengan pimpinan sangat bagus serta komunikasi dengan pelanggan. Kemudian mengenai berbagai persoalan itu semua masalah di Hayaku diselesaikan dengan kekeluargaan. Harus membedakan urusan pekerjaan dan urusan personal. Misalnya ada karyawan yang bermasalah, kemudian akan didiskusikan dan dibantu. Mereka sangat memiliki kepedulian kepada sesama.

Tingkatan *maqasid* setelahnya yakni *maqasid hajiyyat*. Dalam hal kaitannya dalam penelitian *maqasid hajiyyat* berkaitan setiap aktivitas transaksi atau muamalah yang sedang terjadi di Hayaku. Dalam rumah makan Hayaku ini termasuk kedalam akad jual beli. Pembeli mengadakan hak pilihnya (*khiyar*) terhadap makanan yang sesuai dengan kebutuhannya. Kemudian, pembeli melaksanakan pembayaran. Selanjutnya, pihak rumah makan menyediakan bahan makanan sesuai dengan pesannya. Peneliti mengatakan bahwa dalam hal memilih suatu produk itu merupakan kebebasan pembeli, sehingga mereka bebas memilih sesuai dengan kebutuhan dan kenginannya. Jika dilihat pada kerangka teori bahwa *maqasid hajiyyat* adalah kebutuhan sekunder. Jika tidak dapat dipenuhi tidak mengancam keselamatan akan tetapi bisa mengakibatkan kesulitan. Maka, dengan adanya *maqasid hajiyyat* ini yang bertujuan untuk memudahkan manusia dalam kegiatan muamalah / aktifitas ekonomi.

Tingkatan *maqasid* selanjutnya yakni *maqasid dharuriyyat* terdapat dari lima perlindungan utama, yakni perlindungan terhadap agama (*hifz ad diin*), perlindungan terhadap harta (*hifz al maal*), perlindungan terhadap akal (*hifz al 'aql*), perlindungan keturunan (*hifz an nasl*) dan perlindungan jiwa (*hifz an nafs*). Dalam penjagaan terhadap agama, Islam sendiri menjaga kebebasan dan hak

dalam berkeyakinan dan ibadah. Maka tidak ada unsur paksaan bagi setiap golongan manusia untuk dapat memilih Islam.

Seperti terdapat didalam surat Al-Baqarah : 256, yang berbunyi :

-لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشْدُ- ٢٥٦

*“Tidak ada paksaan dalam (menganut) agama (Islam) sesungguhnya telah jelas (perbedaan) antara jalan yang benar dengan jalan yang sesat. Barang siapa ingkar kepada Tagut dan beriman kepada Allah, maka sungguh, dia telah berpegang (teguh) pada tali yang sangat kuat tidak akan putus. Allah Maha Mendengar, Maha Mengetahui.”*⁵

Perlindungan harta untuk muslim dan nonmuslim dijelaskan dalam surah An-Nisa: 29, yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا- ٢٩

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesasamu dengan cara 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”.⁶

Penjelasan ayat tersebut berlaku untuk kaum muslimin secara tekstual dan nonmuslim secara dimengerti, karena secara otomatis, orang-orang nonmuslim memiliki hak dan kewajiban yang sama dengan kaum muslimin. Jika dikaitkan dengan fenomena yang terjadi di rumah makan Hayaku,

⁵ Tim Penerjemah Al-Qur'an, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Departemen Agama Republik Indonesia, 1993), hlm. 63.

⁶ *Ibid...*, hlm. 122.

pemeliharaan terhadap agama bisa dikategorikan dapat melindungi hak muslim dan nonmuslim. Dalam aktivitas jual beli, tidak ada unsur perbedaan yang menjadikan suatu kelompok agama merasa dirugikan atau tidak menguntungkan. Sejalan apa yang dikatakan oleh Al-Ghazali menyatakan bahwa untuk para pedagang harus selalu mengingat sang pencipta agar selalu bersyukur untuk hidup di dunia secara cukup, tidak hanya mencari kenikmatan hidup. Sebagai pebisnis menjadikan dunia sebagai alat untuk kehidupan akhirat agar tidak lupa dengan akhirat. Sama seperti yang disampaikan oleh pemilik rumah makan Hayaku, bahwa adanya rumah makan tersebut bertujuan untuk mendapatkan keridhoaan sang pencipta dan menyediakan lapangan pekerjaan sebanyak-banyaknya. Jika dilihat dari kerangka teori dalam maqasid *dharuriyyat* yakni apabila kebutuhan ini tidak dapat terpenuhi, namun bisa menyulitkan keselamatan dunia dan akhirat. Seperti menjaga perlindungan terhadap agama, yakni kepada karyawan maupun kepada pelanggan.

Selanjutnya perlindungan terhadap jiwa (*hifz an nafs*) mengenai dengan pemeliharaan hak-hak manusia dalam hal ini karyawan secara keseluruhan. Maka hak pertama yang harus diperhatikan dengan Islam yakni hak yang benar dan bersih, hak hidup dan jangan dirusak kemuliaannya. Seperti terdapat dalam surah Al-Baqarah : 168, yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ

-مُبِينٌ- ١٦٨

*“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”.*⁷

Dalam kaitan dengan kejadian di Rumah Makan Hayaku, penjagaan jiwa bisa terlihat dari ketentuan makanan yang diperbolehkan, misalnya tidak menjual daging terlarang, minuman beralkohol, serta makanan yang dilarang yang tidak diperbolehkan sesuai dengan hukum yang ada di Indonesia. Menurut peneliti dalam perlindungan terhadap jiwa dapat dijaga dengan baik, agar supaya bisa terlindungi dari berbagai macam yang dilarang oleh aturan yang ada, oleh karenanya tidak merugikan jiwa manusia itu sendiri. Oleh sebab itu, penjagaan terhadap jiwa tersebut dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya demi kebaikan semuanya.

Penjagaan Akal adalah sumber sinar cahaya, hikmah, cahaya mata hati, alat kesenangan atau kebahagiaan manusia di dunia dan akhirat. Seperti dalam surah An-Nahl: 12, yang berbunyi :

وَسَخَّرَ لَكُمُ اللَّيْلَ وَالنَّهَارَ وَالشَّمْسَ وَالْقَمَرَ وَالنُّجُومَ مُسَخَّرَاتٍ بِأَمْرِهِ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ
يَعْقِلُونَ - ١٢

*“Dan dia menundukkan malam dan siang, matahari dan bulan untukmu. Dan bintang-bintang itu ditundukkan (untukmu) dengan perintah-Nya. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar ada tanda-tanda (kekuasaan Allah) bagi kaum yang memahaminya”.*⁸

Akan tetapi, minuman memabukkan dapat menjadikan akal/otak manusia membuat tidak baik. Maka Allah mengharamkan khamr, karena jika

⁷ Tim Penerjemah Al-Qur'an, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Departemen Agama Republik Indonesia, 1993), hlm. 41.

⁸ *Ibid.*, hlm. 403.

seseorang dalam situasi tidak sehat, justru sholatnya tidak akan memperoleh sesuatu. Allah berfirman di dalam surah Al-Maidah : 90, yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ

الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ - ٩٠

*“Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, berkorban untuk berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan”.*⁹

Maka dikaitkan dengan rumah makan Hayaku, dapat dilihat menu makanan yang diperjualbelikan, tidak menjual minuman khamr dan lain sejenisnya, maka bisa dikatakan Hayaku sudah berusaha untuk melindungi akal para *customer* (pembeli). Menurut peneliti dalam hal menjaga akal ini agar pihak rumah makan memperhatikan menjual minuman yang dilarang, yang dapat merusak akal manusia. Oleh karena itu, rumah makan tersebut berusaha menjaga akal para pembeli dan terhindar dari ancaman yang merusak akal manusia. Maka, perlunya kita menjaga hak-hak konsumen agar terbebas dari hal-hal yang merugikan orang lain.

B. Gambaran Umum Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso

1. Sejarah Umum Ayam Goreng Nelongso

Ayam Goreng Nelongso berdiri sejak bulan Februari 2013. Rumah makan yang memiliki banyak outlet ini didirikan oleh seorang yang dulunya pernah menjadi pemulung, namun dengan semangat dan optimis yang tinggi beliau bisa

⁹ Tim Penerjemah Al-Qur'an, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Departemen Agama Republik Indonesia, 1993), hlm. 176.

menjadi orang yang sangat sukses sekarang. Nanang Suherman adalah pemilik Rumah Ayam Goreng Nelongso.

Dahulu dengan menyewa sepetak tempat di Malang yang berukuran 2x3 meter, Ayam Goreng Nelongso didirikan oleh Nanang Suherman dan istrinya untuk mencukupi penghasilan keluarga, dan memutuskan membuka warungnya 24 jam penuh dengan pertimbangan ingin memonopoli pasar karena dirasa saat itu belum ada rumah makan yang buka penuh 24 jam, saat itu hanya orang berjualan kopi yang mau buka sampai pagi. Dan juga dengan pertimbangan melihat lingkungan sekitar untuk jam malam masih ramai anak muda nongkrong atau ngopi di pinggir jalan.

Pada awalnya beliau dan istrinya berjualan aneka olahan bebek. Karena harga kulakan bebek yang mahal, sehingga harga jualnya pun mahal sehingga kurang terjangkau dengan kantong konsumen yang notabennya adalah mahasiswa karena lokasi warung ada di sekitar dekat kampus, maka beliau dan istrinya memutuskan menambah olahan produknya dengan berjualan ayam. Untuk menarik perhatian konsumen, karena saat itu banyak sekali competitor yang berjualan ayam goreng maka beliau menamakan produknya dengan nama Ayam Goreng Nelongso dengan pertimbangan namanya unik dan mudah di ingat dan harga 1 porsi di bandrol Rp 5.000,- dengan komposisi setiap menunya (sayap+ceker) karena menu ini merupakan identitas atau ciri khas Ayam Goreng Nelongso, maka menu dan harga bertahan sampai sekarang dengan porsi terbatas karena hanya untuk menarik perhatian konsumen. Akhirnya Ayam Goreng Nelongso sampai memiliki banyak pelanggan, outlet dan karyawan seperti saat ini.

Visi dan Misi

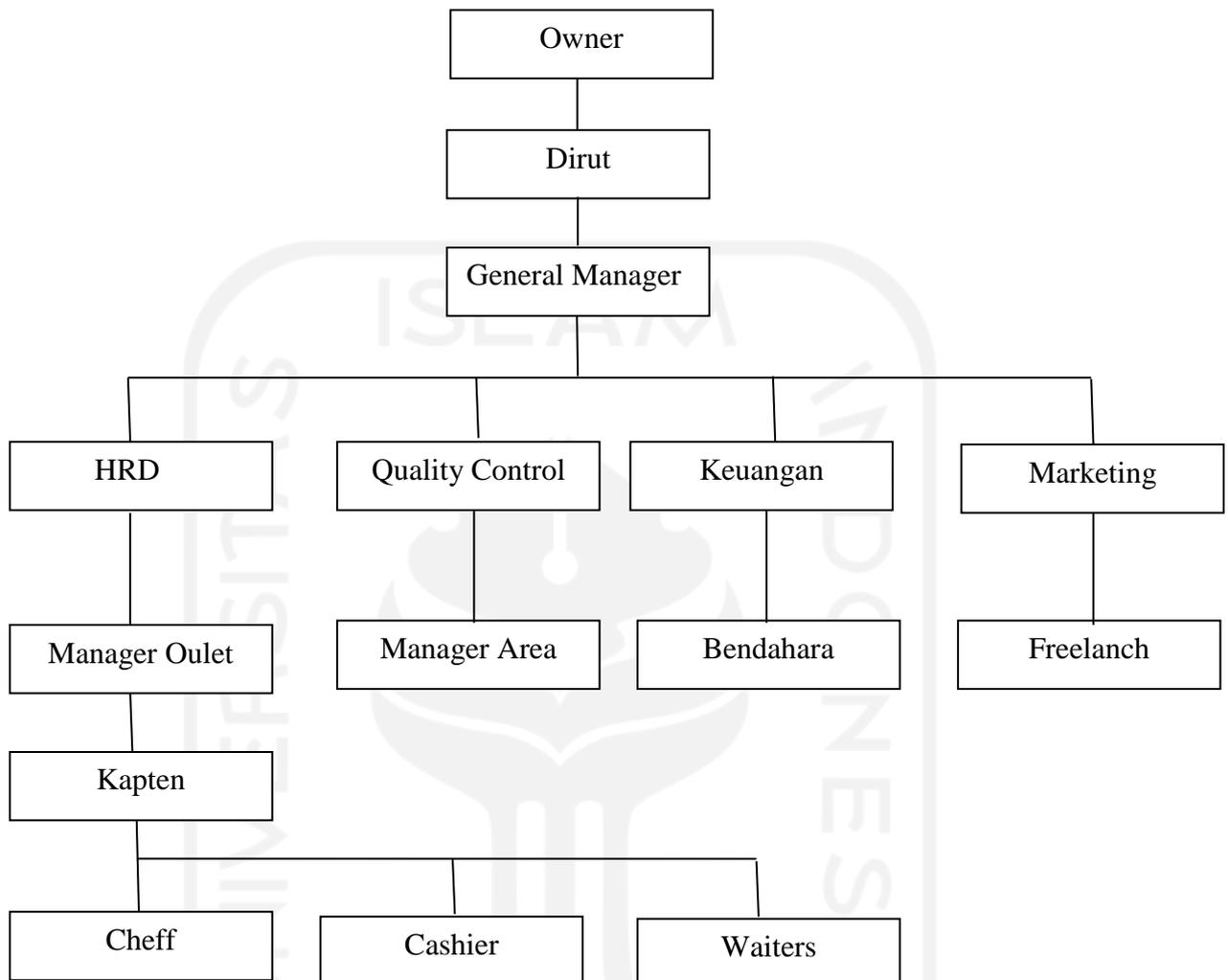
Visi

Mampu bersaing dengan perusahaan kuliner ternama saat ini, dapat menjadi inspirasi generasi muda, serta membantu perekonomian masyarakat Indonesia.

Misi

1. Membangun organisasi dan sistem manajemen yang bertaraf Internasional serta Sumber Daya Manusia yang berdedikasi dan profesional.
2. Memberikan kepuasan terhadap pelanggan, pemilik, pemegang saham, karyawan/pegawai.
3. Mengembangkan usaha ke seluruh pelosok Indonesia.
4. Mengembangkan inovasi demi kelangsungan dan ketahanan perusahaan.
5. Mengembangkan hubungan yang saling menguntungkan dengan mitra usaha dan para pemasok.
6. Menyelenggarakan program-program kemanusiaan dan sosial dalam bentuk kegiatan filantropi.
7. Mengkampanyekan kepada seluruh masyarakat Indonesia untuk tetap selalu cinta dengan produk asli Indonesia sehingga produk asli Indonesia bisa dikenal Dunia dan mampu bersaing ke pasar Internasional.

Struktur Organisasi



Gambar 4.2

Struktur Organisasi

Sumber: Ayam Goreng Nelongso

2. Etika Bisnis Islam Pada Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso ?

a. Kejujuran

Jujur nilai dasarnya merupakan kejujuran, nilai-nilai, ikhlas, terjamin, dan keseimbangan emosional yakni sikap yang sangat penting dalam hal bisnis. Sikap jujur berarti selalu melandaskan ucapan, keyakinan, serta perbuatan berdasarkan ajaran Islam. Tidak ada berlawanan dan pertentangan yang disengaja antara ucapan dan perbuatan. Maka selalu bersikap jujur sehingga dicatat oleh Allah sebagai seorang yang jujur. Oleh karena itu, kejujuran merupakan salah satu karakter pebisnis sangat penting dan diridhoi oleh Allah. Kejujuran ini sangat penting untuk kehidupan baik disegala aspek yang utama dalam aktivitas bisnis yang berhubungan dengan orang lain. Hal itu dapat dilihat.

Wawancara yang dilakukan Rahmad Hidayat sebagai Manager Ayam Goreng Nelongso mengatakan bahwa dimana mengenai nilai kejujuran, dalam hal ini nilai kejujuran yang ditanamkan dirumah makan tersebut, salah satu bukti kejujuran itu penting harus disertai dengan tindakan. Menerapkan 3x briefing dengan tim berbeda, menyampaikan arahan ke tugas masing-masing. Semua berhak bicara untuk disampaikan atau masukan. Jenjang karir mulai dari bawah sampai atas. Dalam rumah makan ini memperhatikan bahan makanan sesuai dengan standar sertifikasi halal. Berbicara menjelekkkan bisnis orang lain, artinya bicara etika bisnis, itu tidak masuk. Berjalan sejajar semestinya, bertahan didalam internalnya dan tanpa perlu memikirkan eksternal bisnis orang lain.¹⁰

Seperti dalam surah At-Taubah: 119, yang berbunyi :

-يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ - ١١٩

¹⁰ Wawancara dengan Rahmad Hidayat sebagai Manager Nelongso di Yogyakarta, tanggal 7 November 2020.

“Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar”.

Jika keadaan sifat jujur bagi seluruh pelaku bisnis justru usaha bisnis dapat berjalan baik, maka tidak ada bagian yang dirugikan. Maka keadaan sifat jujur dan secara terbuka tanpa ada bagian yang dirugikan atau dicurangi akan mendatangkan keadilan untuk seluruh pihak. Dalam bertransaksi yang dilakukan oleh kedua belah pihak baik penjual dan pembeli, bila keduanya sama-sama berbuat jujur dan terus terang, akan mendatangkan bagi keduanya keberkahan.

Setiap pemimpin selalu bersikap jujur dan benar selama masa kepemimpinannya, dan seorang pemasaran harus bersifat jujur, dapat menjiwai setiap tindakannya dalam mengadakan pemasaran, baik berkaitan dengan pelanggan, transaksi dengan pelanggan, dan menyusun kerjasama serta persetujuan dengan rekan bisnisnya.

Sejalan yang dikatakan oleh Al-Ghazali bahwa niat yang benar dan akidah yang suci yakni tahap pertama dalam berbisnis. Dengan meluruskan niat untuk berdagang mendapatkan harta yang halal, maka dengan kegiatan berdagang kita dijauhkan dari memperoleh harta yang haram, seperti merampok, mencuri, berzina, dan lain sebagainya. dalam melakukan bisnis yang baik, kita bisa meletakkan agama dan dapat menafkahi keluarga untuk kehidupan. Jika niat yang benar atau nilai kejujuran yang benar, kita mendapatkan satu investasi yang kita tanam untuk kehidupan akhirat. Menurut peneliti, bahwa kejujuran itu sangat mulia kedudukannya, apabila kejujuran itu dipegang baik-baik oleh seseorang maka tentu akan membawa dampak yang positif untuk kehidupannya. Dalam hal nilai kejujuran yang ditanamkan dalam

rumah makan nelongso tersebut saya rasa sudah sangat bagus dan baik yang ditanamkan nilai kejujuran yang mereka jalankan, dapat dilihat dari tingkah laku, bicara maupun tindakan yang telah mereka lakukan dalam aktifitas mereka bekerja dirumah makan tersebut baik itu ke sesama karyawan maupun ke *customer* (pembeli).

Kejujuran dapat membentuk perilaku untuk tidak berbuat curang, menjual barang dengan menyatakan kenyataan barang dagangan, tidak mengurangi takaran atau timbangan. Menyampaikan perincian dalam bisnis modern dengan menyampaikan perincian produk, kadaluarsa serta komposisi. Produk yang mempunyai komponen kejujuran mempunyai umur panjang dan dicari oleh konsumen. Maka inilah yang dapat melahirkan konsumen yang merasa puas dan menjadi pelanggan tetap.

b. Dapat dipercaya

Sikap dapat dipercaya merupakan pondasinya terpercaya, kemudian nilai-nilai dalam kegiatan bisnis adalah kepercayaan, bertanggungjawab, terbuka dan tepat waktu. Sikap tersebut sangat dianjurkan dalam kegiatan bisnis, sikap kejujuran dan dapat dipercaya memiliki relasi yang sangat erat, apabila seseorang sudah bisa berlaku jujur pastilah orang itu terpercaya. Sikap bertanggungjawab dan dapat dipercaya yang ditampilkan rumah makan Hayaku, berdasarkan hasil wawancara sebagai berikut.

Wawancara yang dilakukan dengan Muhammad Zainuri sebagai karyawan Ayam Goreng Nelongso mengatakan bahwa dimana ketika bicara individual karyawan dalam artian melihat dari perkembangan kinerja dalam keseharian. Banyak karyawan yang dikeluarkan karena tidak dapat dipercaya. Mengenai tanggungjawab adalah bertanggungjawab bertahap mulai dari yang bawah hingga sampe manajer

outlet. Manager outlet yakni bertanggung jawab penuhnya outlet. Regional manager bertanggungjawab keseluruh outlet. Kemudian sikapnya jika ada yang melanggar, pasti akan kena sanksi. Sudah ada aturan tersendiri. Misalnya telat masuk. Dalam hal ini rumah disajikan sesuai dengan pesanan pelanggan.¹¹

Seperti dalam surah Al-Anfal: 58, yang berbunyi :

وَأَمَّا تَخَافَنَّ مِنْ قَوْمٍ خِيَانَةً فَانْبِذْ إِلَيْهِمْ عَلَى سَوَاءٍ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْخَائِنِينَ

٥٨--

“Dan jika kamu khawatir akan (terjadinya) pengkhianatan dari suatu golongan, maka kembalilah perjanjian itu kepada mereka dengan cara yang jujur. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berkhianat”.

Dapat dipercaya, bertanggung jawab, juga bermakna keinginan untuk memenuhi sesuatu yang sesuai dengan ketentuan. Menyesuaikan nilai yang terkait dengan kejujuran dan melengkapinya.

Sejalan yang ada didalam prinsip-prinsip pokok etika bisnis Islam yakni bertanggungjawab merupakan suatu hal yang tidak mungkin dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas. Maka, manusia perlu mempertanggungjawaban tindakannya. Dalam hal ini karyawan bertugas untuk menjalankan tugasnya, dan juga bertanggungjawab kepada sesama pekerja lain maupun pelanggan. Menurut peneliti, mengenai tanggungjawab ini merupakan tugas masing-masing individu karyawan. Mereka mengerjakan tugasnya sesuai dengan porsinya masing-masing. Dalam hal ini saya mengatakan bahwa banyak karyawan yang

¹¹ Wawancara dengan Muhammad Zainuri sebagai karyawan Nelongso di Yogyakarta, tanggal 17 November 2020.

keluar dari pekerjaan, karena mereka tidak dapat dipercaya dan juga lalai dalam bekerja, sehingga mereka tidak bisa melanjutkan lagi pekerjaannya.

Sikap amanah ini dapat berkembang untuk memberikan kinerja kepada kepada karyawan agar supaya memberi kinerja yang sesuai dengan tugasnya masing-masing. Dapat dipercaya yang dijalankan oleh bisnis tersebut agar bisa mempraktikkan sikap terbuka dan percaya, menjelaskan keadaan yang sebenarnya, maka akan mendatangkan perdagangan hanya kepada untuk keuntungan dan keberkahan oleh sang pencipta.

c. Cerdas

Cerdas memiliki arti mempunyai sebagai pengetahuan luas yang terkandung yang mempunyai visi, pemimpin yang cerdas, sadar terhadap produk dan jasa dalam berbisnis serta paham terhadap sesuatu, kemudian bisa menyampaikannya. cerdas diartikan kecerdikan atau kebijaksanaan. Sifat *fatimah* bisa dikatakan sebagai strategi hidup setiap muslim. Maka seorang muslim yang memiliki kecerdasan dan kebijaksanaan, lebih mengutamakan masalah akhirat dibandingkan dengan masalah dunia. Cerdas yang ditunjukkan oleh rumah makan Hayaku, berdasarkan hasil wawancara sebagai berikut.

Wawancara yang dilakukan dengan Apria Maulina sebagai konsumen dirumah makan Ayam Goreng Nelongso mengatakan bahwa dimana yang berkaitan dengan pelaksanaan tugas masing-masing karyawan adalah tentang pelaksanaan tugas, mulai dari breafing hingga pembagian jobdesk, sudah memiliki tanggungjawab masing-masing dan cara kerja mereka sudah terarah dan terstruktur. karyawan yang bertahan dan pilihan yang terbaik, yang baru masih belum professional, mungkin yang sudah lama pasti punya pengalaman kerja dan professional. Selanjutnya, bicara

individual menu itu bisa diterima oleh masyarakat lokal. Kemudian tentu pasti, mencantumkan harga sesuai pesanan.¹²

Dalam hal ini kita dapat mengikuti tata cara berdagang yang dijalankan oleh Rasulullah SAW dengan cara berdagang yang benar secara agama dengan mendatangkan keuntungan secara ekonomis. Selain itu beliau memberi motivasi kepada kita untuk menjadi sosok pedagang yang sukses, beliau juga telah memberikan pelajaran kepada kita mengenai tata cara berdagang yang harus dihindari atau dihindari, misalnya menjelekkkan bisnis orang lain, pura-pura menawar tinggi, tidak melakukan penimbunan barang dagangan (*Ihtikar*), jual beli barang haram, berkhianat kepada sesama pedagang dan lain sebagainya.

Sejalan yang ada didalam prinsip-prinsip pokok etika bisnis Islam adalah kebenaran, prinsip ini merupakan suatu nilai kebenaran yang dianjurkan dan tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Dalam hal ini berkaitan dengan melaksanakan amanah dalam menjalankan suatu kegiatan ekonomi demi memperoleh suatu hasil yang benar dan baik. Nilai ini harus benar-benar dijaga dengan sebaik-baiknya sehingga menimbulkan kepercayaan dalam perilaku bisnis yang dijalankan. Menurut pandangan peneliti, bahwa mengenai tugas masing-masing karyawan itu mereka sudah mendapatkan bagiannya sesuai dengan jobdesk yang telah ditentukan, kemudian menjalankan fungsinya sesuai dengan tugas dan kewajibannya. Dalam hal ini peneliti merasa sudah sangat bagus mereka mengaplikasikan dan menerapkan fungsinya masing-masing dalam bekerja, terutama untuk memberikan pelayanan prima kepada pelanggan.

¹² Wawancara dengan Apria Maulina sebagai konsumen Nelongso di Yogyakarta, tanggal 18 Desember 2020.

Sikap cerdas merupakan hal penting bagi aktivitas bisnis, justru sikap ini mengenai langsung dengan pemasaran, sehingga agar pelanggan datang membeli makanan dan mendatangkan keuntungan, bagaimana agar konsumen tertarik dengan suatu produk bisnis tersebut. Kemudian, sebagai seorang muslim dapat mampu memanfaatkan seluruh potensi yang sudah dimiliki dan diberikan oleh Allah SWT, karena untuk mencapai ridha Allah SWT. Kemampuan yang paling termahal dan berharga yang hanya diberikan kepada manusia yakni akal, karena itu manusia mampu menjalankan pikirannya dengan sebaik-baiknya.

d. Ramah dan Komunikatif

Rasulullah SAW diberikan sifat *tabligh* dapat menyampaikan apa yang diterima oleh Allah SWT kepada umatnya dengan tidak melanggar sedikitpun perintah yang diterimanya. Pada sifat *tabligh* nilai pondasinya adalah komunikatif, maka nilai bisnisnya yakni pandai, penjual yang cerdas, kerja tim, menjelaskan tugas, koordinasi dan ada supervisi. *Tabligh* yaitu menyampaikan sesuatu. Maka orang yang mempunyai sifat *tabligh* harus komunikatif dan argumentatif. Ramah dan Komunikasi yang ditampilkan oleh rumah makan Hayaku, berdasarkan hasil wawancara sebagai berikut.

Wawancara yang dilakukan dengan Rahmad Hidayat sebagai Manager Ayam Goreng Nelongso mengatakan bahwa berbicara mengenai komunikasi ialah komunikasinya harus jalan, ketika pimpinan tidak menjalin komunikasi dengan karyawan maka outlet pasti berantakan. Punya grup tertentu untuk komunikasi. Berbicara karyawan dengan pelanggan punya program HC (happy customer) mengunjungi setiap dari beberapa perwakilan konsumen misalnya sehari 10-20 konsumen. Pandangan tentang rumah makan itu seperti apa. Tentu sangat baik dan

bersikap sahabat sesama karyawan maupun dengan pelanggan serta bersikap baik. Memiliki kepedulian dalam berbagai persoalan yakni kekompakan karyawan, berbicara masalah tim. Menangani permasalahan demi kebaikan bersama untuk bisa bertahan hidup.¹³

Seperti dalam surah Al-Jin: 28, yang berbunyi:

لِيَعْلَمَ أَنْ قَدْ أَبْلَغُوا رَسُولَاتِ رَبِّهِمْ وَأَحَاطَ بِمَا لَدَيْهِمْ وَأَحْصَى كُلَّ شَيْءٍ عَدَدًا -

٢٨-

“Supaya Dia mengetahui, bahwa sesungguhnya rasul-rasul itu telah menyampaikan risalah-risalah Tuhannya, sedang (sebenarnya) ilmu-Nya meliputi apa yang ada pada mereka, dan Dia menghitung segala sesuatu satu persatu”.

Orang yang memiliki sifat tersebut akan memberikan dengan benar dan perkataan yang tepat apa adanya. Ketika berbincang dengan orang lain dengan sesuatu yang mudah dimengerti, berdialog dan melakukan pemberian dengan bahasa yang dapat dimengerti sehingga orang tersebut bisa dengan mudah memahami penyampaian bisnis yang kita sampaikan.

Dalam hal ini menurut peneliti merasa sudah cukup bagus dalam melayani pelanggan dengan menerapkan sikap-sikap yang santun, misalnya ramah dalam komunikasi. sehingga pelanggan merasa nyaman ketika saat dilayani dengan baik. Karena kunci dalam melakukan suatu bisnis juga adalah menjalin komunikasi yang baik dan santun, dan dapat dirasakan oleh semua kalangan sehingga membawa pengaruh yang positif kepada semua pihak yang

¹³ Wawancara dengan Rahmad Hidayat sebagai Manager Nelongso di Yogyakarta, tanggal 7 November 2020.

dilayani. Maka, dalam rumah makan ini pandangan peneliti sudah cukup baik baik itu sikap ramah dan komunikatif dalam melayani pelanggan.

Sikap komunikatif ini adalah kemampuan dalam mengkomunikasikan suatu barang dan membina hubungan bisnis. Sehingga disiplin ilmu yang berkembang yaitu komunikasi bisnis, sementara dalam bagian pribadi merupakan komunikasi efektif dan peduli. Dalam alat pemasaran dan periklanan yakni sistem muncul dari kemampuan penerapan sikap kecerdasan komunikasi. Tanpa mengandalkan kecakapan komunikasi kepada sebuah produk dan jasa, maka pedagang tidak bisa meyakinkan pelanggan untuk dapat membeli dan menjadikan barang dagangan untuk ditawarkan.

3. Etika Bisnis Islam dalam tinjauan Maqasid Syariah Pada Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso ?

Pada tiga tingkatan maqasid Syariah, yakni tahsiniyyat, hajiyyat, dan dharuriyyat akan mempunyai kaitan ke tiga poin penelitian tersebut. Apabila dikaitkan dengan judul penelitian, bahwa etika bisnis Islam mempunyai kaitan dengan *maqasid tahsiniyyat*. Sementara untuk transaksi jual beli adalah kegiatan muamalah yang tergolong kedalam *maqasid hajiyyat*, dan semuanya yang bertujuan untuk melindungi agama, harta, keturunan, akal dan jiwa manusia, yang merupakan *maqasid dharuriyyat*.

Sudah disampaikan pada subbab mengenai implementasi etika bisnis, bahwa rumah makan Ayam Goreng Nelongso berusaha dapat menjalankan kegiatan transaksi sesuai dengan etika bisnis yang diajarkan oleh Rasulullah SAW. maka sikap itu misalnya kejujuran, dapat dipercaya, cerdas, dan ramah komunikatif. Sikap jujur yang dijalankan oleh rumah makan Ayam Goreng Nelongso adalah dalam hal ini nilai kejujuran yang ditanamkan dirumah makan tersebut, salah satu

bukti kejujuran itu penting harus disertai dengan tindakan. Menerapkan 3x breafing dengan tim berbeda, menyampaikan arahan ke tugas masing-masing. Semua berhak bicara untuk disampaikan atau masukan.

Selanjutnya sikap dapat dipercaya ditunjukkan oleh pihak rumah makan Ayam Goreng Nelongso adalah dimana ketika bicara individual karyawan dalam artian melihat dari perkembangan kinerja dalam keseharian. Banyak karyawan yang dikeluarkan karena tidak dapat dipercaya. Mengenai tanggungjawab adalah bertanggungjawab bertahap mulai dari yang bawah hingga sampe manajer outlet. Manager outlet yakni bertanggung jawab penuhnya outlet. Regional manager bertanggungjawab keseluruh outlet. Kemudian sikapnya jika ada yang melanggar, pasti akan kena sanksi. Sudah ada aturan tersendiri. Misalnya telat masuk. Dalam hal ini rumah disajikan sesuai dengan pesanan pelanggan.

Mengenai pelaksanaan tugas karyawan di Ayam Goreng Nelongso adalah tentang pelaksanaan tugas, mulai dari breafing hingga pembagian jobdesk, sudah memiliki tanggungjawab masing-masing dan cara kerja mereka sudah terarah dan terstruktur. karyawan yang bertahan dan pilihan yang terbaik, yang baru masih belum professional, mungkin yang sudah lama pasti punya pengalaman kerja dan professional. Selanjutnya, bicara individual menu itu bisa diterima oleh masyarakat lokal.

Selanjutnya yang berkaitan dengan ramah dan komunikatif dapat dilihat antara pimpinan dengan karyawan serta pelanggan merupakan komunikasinya harus jalan, ketika pimpinan tidak menjalin komunikasi dengan karyawan maka outlet pasti berantakan. Punya grup tertentu untuk komunikasi. berbicara karyawan dengan pelanggan punya program HC (happy customer) mengunjungi setiap dari beberapa perwakilan konsumen misalnya sehari 10-20 konsumen. Pandangan

tentang rumah makan itu seperti apa. Tentu sangat baik dan bersikap sahabat sesama karyawan maupun dengan pelanggan serta bersikap baik. Memiliki kepedulian dalam berbagai persoalan yakni kekompakan karyawan, berbicara masalah tim. Menangani permasalahan demi kebaikan bersama untuk bisa bertahan hidup.

Tingkatan *maqasid* setelahnya yakni *maqasid hajiyyat*. Dalam kaitannya dalam penelitian *maqasid hajiyyat* berkaitan dengan aktivitas transaksi atau muamalah yang sedang terjadi di Ayam Goreng Nelongso. Dalam rumah makan Ayam Goreng Nelongso termasuk kedalam akad jual beli. Kemudian pembeli melakukan hak pilihnya (*khiyar*) kepada makanan yang sesuai dengan kebutuhannya. Kemudian, pembeli melaksanakan pembayaran. Selanjutnya, pembeli menunggu sesuai dengan pesannya.

Tingkatan *maqasid* selanjutnya adalah *maqasid dharuriyyat* terdapat dari lima perlindungan utama, yakni perlindungan terhadap agama (*hifz ad diin*), perlindungan terhadap harta (*hifz al maal*), perlindungan terhadap akal (*hifz al 'aql*), perlindungan keturunan (*hifz an nasl*) dan perlindungan jiwa (*hifz an nafs*). Dalam penjagaan terhadap agama, Islam menjaga kebebasan dan hak dalam berkeyakinan dan ibadah. Maka tidak ada unsur paksaan bagi setiap golongan manusia untuk dapat memilih Islam. Seperti dalam surah Al-Baqarah : 256, yang berbunyi :

-لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشْدُ- ٢٥٦

“Tidak ada paksaan dalam (menganut) agama (Islam) sesungguhnya telah jelas (perbedaan) antara jalan yang benar dengan jalan yang sesat. Barang siapa ingkar kepada Tagut dan beriman kepada Allah, maka sungguh, dia

telah berpegang (teguh) pada tali yang sangat kuat tidak akan putus. Allah Maha Mendengar, Maha Mengetahui.”¹⁴

Dalam penjagaan terhadap agama ini sangat penting sekali, sebab dapat menjadi contoh untuk bisa hidup rukun dan damai. Maka, bagi siapapun berhak untuk dapat dilindungi sesuai dengan keyakinannya masing-masing.

Kemudian selanjutnya perlindungan harta untuk muslim dan nonmuslim dijelaskan dalam surah Al-Baqarah : 188, yang berbunyi :

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ
-النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ- ١٨٨

“Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan janganlah kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui.”¹⁵

Agama Islam mengakui dan melindungi hak milik perseorangan, asal diperolehnya dengan jalan yang halal. Maka, diperintahkan kepada orang-orang yang beriman, supaya jangan memakan atau mengambil harta sesamanya dengan jalan yang tidak halal. Itu namanya memakan harta yang haram. Jika dikaitkan dengan fenomena yang terjadi di rumah makan Ayam Goreng Nelongso, perlindungan terhadap agama bisa dikategorikan dapat melindungi hak muslim dan nonmuslim. Karena dalam aktivitas jual beli, tidak ada perbedaan yang menjadikan suatu kelompok agama merasa

¹⁴ Tim Penerjemah Al-Qur'an, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Departemen Agama Republik Indonesia, 1993), hlm. 63.

¹⁵ Tim Penerjemah Al-Qur'an, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Departemen Agama Republik Indonesia, 1993), hlm. 46.

dirugikan atau tidak menguntungkan. Sejalan apa yang dikatakan oleh Al-Ghazali menyatakan bahwa untuk para pedagang harus selalu mengingat sang pencipta agar selalu bersyukur untuk hidup di dunia secara cukup, tidak hanya mencari kenikmatan hidup. Sebagai pebisnis menjadikan dunia sebagai alat untuk kehidupan akhirat agar tidak lupa dengan akhirat. Jika dilihat dari kerangka teori dalam maqasid *dharuriyyat* yakni apabila kebutuhan ini tidak dapat terpenuhi, namun bisa merugikan keselamatan dunia dan akhirat. Seperti menjaga perlindungan terhadap agama, yakni kepada karyawan maupun kepada pelanggan. Artinya, maka harus memperhatikan benar-benar mengenai perlindungan terhadap agama karena menyangkut kehidupan umat manusia demi kebaikan untuk sesama.

Perlindungan terhadap jiwa (*hifz an nafs*) mengenai dengan pemeliharaan hak-hak manusia dalam hal ini karyawan secara keseluruhan. Maka hak pertama yang didahulukan kepada karyawan yakni hak yang benar dan bersih, hak hidup, dan tidak boleh dirusak kemuliaannya. Seperti terdapat dalam surah Al-Maidah: 32, yang berbunyi :

مِنْ أَجْلِ ذَلِكَ كَتَبْنَا عَلَىٰ بَنِي إِسْرَائِيلَ أَنَّهُ مَن قَتَلَ نَفْسًا بِغَيْرِ نَفْسٍ أَوْ فَسَادٍ فِي الْأَرْضِ فَكَأَنَّمَا قَتَلَ النَّاسَ جَمِيعًا وَمَنْ أَحْيَاهَا فَكَأَنَّمَا أَحْيَا النَّاسَ جَمِيعًا وَلَقَدْ جَاءَهُمْ رَسُولُنَا بِالْبَيِّنَاتِ ثُمَّ إِنَّ كَثِيرًا مِّنْهُمْ بَعَدَ ذَلِكَ فِي الْأَرْضِ لَمُسْرِفُونَ - ٣٢

“Dan barangsiapa yang memelihara kehidupan seorang manusia, maka seolah-olah dia telah memelihara kehidupan manusia semuanya.”¹⁶

Dalam kaitan dengan kejadian di rumah makan Ayam Goreng Nelongso, penjagaan jiwa bisa terlihat dari ketentuan makanan yang

¹⁶ Tim Syaamil Al-Qur'an, *Hijaz Terjemah Tafsir Per Kata*, (Bandung: Sygma Creative Media Corp, 2016), hlm. 164.

diperbolehkan, seperti tidak menjual makanan yang terlarang, minuman beralkohol, dan lain sebagainya. Menurut peneliti dalam perlindungan terhadap jiwa dapat dijaga dengan baik, agar supaya bisa terlindungi dari berbagai macam yang dilarang oleh aturan yang ada, oleh karenanya tidak merugikan jiwa manusia itu sendiri. Oleh sebab itu, penjagaan terhadap jiwa tersebut dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya demi kebaikan semuanya supaya tidak merugikan orang lain. Apabila semuanya dijaga dengan baik, maka akan mendatangkan kebaikan untuk semuanya.

Penjagaan akal merupakan sebuah nikmat yang Agung. Akal yang membedakan antara manusia dengan makhluk lainnya, dengan itu Allah menjaganya dan menganjurkan untuk memanfaatkan untuk mendapatkan ilmu. Seperti dalam surah An-Nisa : 5, yang berbunyi :

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَامًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا وَاكْسُوهُمْ
-وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا - ٥

“Dan janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum sempurna akalnya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaanmu) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. Berilah mereka belanja dan pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka kata-kata yang baik.”¹⁷

Akan tetapi, minuman memabukkan dapat menjadikan akal/otak manusia membuat tidak baik. Sehingga Allah mengharamkan khamr, jika seseorang dalam situasi tidak sehat, justru sholatnya tidak akan memperoleh sesuatu. Allah berfirman dalam surah An-Nisa : 43, yang berbunyi :

¹⁷ Tim Penerjemah Al-Qur'an, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Departemen Agama Republik Indonesia, 1993), hlm. 115.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَقْرَبُوا الصَّلَاةَ وَأَنْتُمْ سُكَارَى حَتَّى تَعْلَمُوا مَا تَقُولُونَ وَلَا
 جُنُبًا إِلَّا عَابِرِي سَبِيلٍ حَتَّى تَغْتَسِلُوا وَإِنْ كُنْتُمْ مَرْضَى أَوْ عَلَى سَفَرٍ أَوْ جَاءَ أَحَدٌ مِّنْكُمْ مِنَ
 الْغَائِطِ أَوْ لَامَسْتُمُ النِّسَاءَ فَلَمْ تَجِدُوا مَاءً فَتَيَمَّمُوا صَعِيدًا طَيِّبًا فَامْسَحُوا بِوُجُوهِكُمْ وَأَيْدِيكُمْ إِنَّ
 -اللَّهَ كَانَ غَفُورًا غَفُورًا ٤٣-

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu sholat, sedang kamu dalam keadaan mabuk, sehingga kamu ucapkan, (jangan pula hampiri masjid) sedang kamu dalam keadaan junub, terkecuali sekedar berlalu saja, hingga kamu mandi.”¹⁸

Maka dikaitkan dengan rumah makan Ayam Goreng Nelongso, dapat dilihat menu makanan yang diperjualbelikan, tidak menjual minuman khamr dan lain sejenisnya, maka bisa dikatakan Ayam Goreng Nelongso sudah dapat untuk melindungi akal para customer (pembeli). Menurut peneliti dalam hal menjaga akal ini agar pihak semua rumah makan memperhatikan tidak menjual minuman yang dilarang, yang dapat merusak akal manusia. Oleh karena itu, rumah makan tersebut berusaha menjaga akal para pembeli dan terhindar dari ancaman yang merusak akal manusia. Dengan itu semua, terbebas dari hal-hal yang dapat merugikan konsumen dan juga dapat melindungi dari hal-hal yang dilarang. Maka, perlunya kita menjaga hak-hak konsumen agar terbebas dari hal-hal yang merugikan orang lain. Keselamatan akal manusia menjadi perlindungan untuk menghindari makanan yang dilarang. Kemudian, dapat mempengaruhi kehidupan yang lebih baik dan sehat.

¹⁸ *Ibid...*, hlm. 125.

Persamaan dan Perbedaan Rumah Makan Hayaku dan Rumah Makan

Ayam Goreng Nelongso

No	Maqasid Syariah	Persamaan	Perbedaan
1	Agama	<ul style="list-style-type: none"> - Melindungi hak muslim dan non muslim - Tidak ada unsur perbedaan suatu golongan 	Ada karyawan yang non-muslim
2	Harta	Melindungi harta setiap karyawan	Berbeda dalam hal kebutuhan setiap individu
3	Akal	<ul style="list-style-type: none"> - tidak menjual minuman alkohol - menjaga akal pikiran manusia 	Dapat mengatasi masalah yang terjadi
4	Keturunan	Menjalankan sesuai dengan aturan yang ada	Dapat memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari
5	Jiwa	<ul style="list-style-type: none"> - tidak menjual daging yang haram - Pemeliharaan hak-hak konsumen - Tidak merugikan jiwa manusia 	Menjaga jiwa dengan sebaik-baiknya serta terhindar dari hal-hal yang dapat merugikan jiwa

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di atas, kesimpulan yang didapat diambil adalah bahwa sesuai dengan pertanyaan penelitian yakni :

1. Bagaimana implementasi etika bisnis Islam pada rumah makan Hayaku dan Ayam Goreng Nelongso?

Rumah Makan Hayaku telah mengikuti etika bisnis yang diajarkan oleh Rasulullah SAW seperti nilai kejujuran, dapat dipercaya, cerdas, ramah dan komunikatif. Hampir seluruh aspek-aspek itu sudah dapat diimplementasikan dalam menjalankan bisnis dirumah makan tersebut. sehingga diperoleh beberapa aspek yang belum terpenuhi misalnya masih ada yang kurang tanggungjawab, ada juga yang masih belum professional karena masih baru bekerja. Kadang juga terjadi kekeliruan dalam pelayanan. Pihak rumah makan tidak memperhatikan keluhan pelanggan dan rumah makan secara cepat, tepat dan berupaya untuk memberikan pelayanan yang prima. Sedangkan pada rumah makan Ayam Goreng Nelongso telah mengikuti etika bisnis Islam yang diajarkan oleh Rasulullah SAW seperti nilai kejujuran, dapat dipercaya, cerdas, ramah dan komunikatif. Hampir sebagian aspek-aspek itu sudah dapat diimplementasikan dalam menjalankan bisnis dirumah makan tersebut. Mulai sikap kejujuran mereka sudah cukup bagus. Kemudian dari sikap dapat dipercaya masih ada karyawan yang tidak dapat dipercaya sehingga karyawan tersebut harus dipecat atau dikeluarkan. Selanjutnya untuk sikap cerdas sudah bagus, dan yang terakhir ramah dan komunikatif mereka juga sudah sangat baik dalam berkomunikasi kepada pelanggan. Peneliti merasa

sudah cukup bagus dan baik dalam menerapkan etika bisnis Islam yang dijalankan, sehingga mampu memberi dampak yang positif demi keberlangsungan menjalankan bisnis tersebut.

2. Bagaimana implementasi etika bisnis Islam tinjauan perspektif maqasid syariah pada rumah makan Hayaku dan Ayam Goreng Nelongso?

Dalam empat penjagaan itu adalah sudah bisa menjaga konsumen dari hak-haknya. Seperti perlindungan terhadap agama, perlindungan terhadap jiwa, perlindungan terhadap akal, dan perlindungan terhadap keturunan. Sementara dalam perlindungan terhadap harta, pihak rumah makan belum bisa melindungi hak konsumen secara menyeluruh. Oleh karena itu, semoga bisa membawa kebaikan dan keberkahan dalam menjalankan usaha tersebut. Tidak hanya untuk memikirkan urusan dunia saja, namun yang lebih penting juga untuk kehidupan akhirat. Sedangkan etika bisnis Islam tinjauan perspektif maqasid syariah pada rumah makan Ayam Goreng Nelongso adalah dari kelima perlindungan terhadap harta, perlindungan agama, perlindungan terhadap jiwa, perlindungan terhadap akal, dan perlindungan terhadap keturunan. Sudah dapat melindungi konsumen dari hak-haknya dan juga dapat melindungi hak-hak karyawan. Kemudian, dalam pemeliharaan terhadap harta, pihak rumah makan belum bisa menjaga hak konsumen secara menyeluruh. Sehingga etika bisnis yang dijalankan sudah cukup bagus sehingga mampu memberikan pelayanan yang baik dan benar.

B. Saran

Dari pemaparan dan temuan-temuan dalam penelitian ini, peneliti memberi saran kepada :

1. Rumah Makan : Dalam hal etika bisnis Islam kita harus memperhatikan nilai-nilai yang dianjurkan oleh prinsip-prinsip Islam mengenai perdagangan maupun aktivitas jual beli. Sehingga kita bisa selamat dan mendapatkan keberkahan apa yang kita kerjakan tidak menjadi sia-sia, justru harus memberikan kebaikan bagi sesama maupun dilingkungan sekitar kita. Semoga dijauhkan dari etika bisnis yang dilarang oleh aturan Allah SWT. Misalnya riba, menjual minuman keras, dan lain sebagainya.
2. Peneliti selanjutnya: peneliti berharap akan banyak peneliti-peneliti selanjutnya yang melanjutkan penelitian ini. Karena penelitian ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak yang perlu dilengkapi. Oleh sebab itu, ini menjadi kesempatan dan ruang yang baik kepada generasi penerus untuk melengkapi yang kurang dan menyempurnakan penelitian ini sehingga bisa memberikan manfaat dan perubahan besar kepada seluruh pihak.
3. Dalam hal ini diharapkan pemerintah daerah dan pihak terkait memberikan sosialisasi mengenai betapa perlunya diketahui etika bisnis Islam untuk masyarakat/pedagang.
4. Dalam kegiatan bisnis harus memperhatikan etika, mereka harus menyadari ini bisa kita mulai dari pribadi kita sendiri kemudian bisa kita sampaikan kepada masyarakat. Dengan cara seperti mendalami pemahaman mengenai ajaran agama Islam serta relasi bisnis yang sesuai dengan aturan etika yang tidak merugikan bisnis orang lain.

5. Pengusaha atau pedagang sepatutnya tidak gampang terpengaruh oleh suatu kegiatan praktik bisnis kapitalis, dalam hal ini yang hanya untuk mementingkan keuntungan dunia saja.
6. Keterbatasan tesis ini berada pada referensi yang relevan, karena penelitian sejenis masih belum banyak dilakukan dan pisau analisis yang digunakan masih terbilang baru. Oleh sebab itu, peneliti berharap bisa memberikan kontribusi akademik dan memperkaya referensi yang berkaitan penelitian ini.



Daftar Pustaka

- Ambarwati, Diana., 2013, “Etika Bisnis Yusuf Al-Qaradawi (Upaya Membangun Kesadaran Bisnis Beretika)”, *Adzkiya: Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, Vol 1 No. 1, 2013, Lampung: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
- Alma, Buchari dan Priansa, Donni Juni., 2014, *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung: Alfabeta.
- Al-Qur'an, Tim Penerjemah., 1993, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Jakarta: Departemen Agama Republik Indonesia.
- Ardi, Mulia., 2015, ”Dirkursus Etika Bisnis Islam dalam Dinamika Bisnis Kontemporer”, *Jurnal An-Nisbah*, Vol. 1, No. 2 (April 2015), Tulungagung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (IAIN).
- Arikunto, Suharsimi., 2010, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Cet. XIV; Jakarta: Rineka Cipta
- Aziz, Abdul., 2013, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Badroen, Faisal, dkk., 2006, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Prenada Media Group.
- Beekum, Rafik Issa., 2004, *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Darwis, Rizal., 2017, “Etika Bisnis Pedagang Muslim di Pasar Sentral Gorontalo Perspektif Hukum Bisnis Islam”, *Jurnal Al-Izzah*, Vol. 12, No. 1 (Mei 2017), Kendari: Institut Agama Islam Negeri (IAIN).
- Darussalam., 2011, *Etika Bisnis dalam Perspektif Hadis*, Cet. I. Makassar: Alauddin University Press.
- Departemen Pendidikan Nasional, 2008, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa Edisi 3*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum.
- Faisal, Sanapiah., 1990, *Penelitian Kualitatif Dasar-dasar dan Aplikasi*, Malang: Yayasan Asih Asah Asuh (YA3).
- Fauroni, R. Lukman., 2006, *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*, Yogyakarta: Pustaka Pesantren.
- Gulo, W., 2002, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT Grasindo.
- Giska, dkk., 2019, ”Penerapan Etika Bisnis Islam di Rumah Makan Kaledo Stereo Palu”, *IAIN Palu: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 1 No.1, 2019.
- Hasyim, Muhammad Ali Haji., 2005, *Bisnis Satu Cabang Jihad*, Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- Hassan, Abu., 2016, “Islamic Ethical Responsibilities for Business and Sustainable Development”, *Humanomics*, Vol. 32 No. 1, 2016.
- Hadi, Sutrisno., 20013, *Metodologi Research*, Yogyakarta: Fak. Psikologi UGM.
- Hasanah, Uswah dan Kurnia, Efrey., 2019, ”Implementation Of Sharia Business Ethics On The Roadside Muslim Traders Around The University Of Muhammadiyah Sumatera Utara (Umsu) Medan”, *Proceeding International Seminar of Islamic Studies*. Vol. 1, No.1, 2019.

- Hulaimi, Ahmad, dkk., 2016, "Etika Bisnis Islam Pedagang Sapi dan Dampaknya terhadap Kesejahteraan Pedagang di Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur", *Iqtishadia: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 3, No. 2 Desember 2016.
- Idri., 2015, *Hadis Ekonomi (Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi)*, Cet I, Jakarta: Kencana.
- Jubaedi, dkk, 2018, "Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2014 Fakultas Agama Islam Universitas Ibn Khaldun Bogor)", *Malia: Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 9, No. 2 (Juni 2018).
- Kataruddin Tiakoly, dkk., 2019, "Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Pedagang Barang campuran di Pasar Tradisional Gamalama", *Jurnal Iqtisaduna*, Vol. 5, No. 1 (Juni 2019).
- Mardani., 2014, *Hukum Bisnis Syariah*, Jakarta: Prenadamedia Group.
- Masykuroh, Yufi Wios Rini., 2018, "Implementasi Etika Bisnis Islam pada Masyarakat Nelayan di Teluk Betung Kota Bandar Lampung", *Asas: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam* Vol. 10, No. 2, 2018.
- Mulyawisdawati, Richa Angkita., 2019, "Implementasi Etika Bisnis Islam di CV Rumah Warna Yogyakarta", *Ijtihad: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam*, Vol. 13, No. 2 (September 2019).
- Muhammad., 2018, *Bisnis Syariah Transaksi dan Pola Pengikatnya*, Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Moleong, J. Lexy., 2002, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Cet. XVII, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasution, S., 1996, *Metode Naturalistik Kualitatif*, Cet. I, Bandung: Tarsito.
- Nuriani, dan Barus, Elida Elfi., 2016, "Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Pada Rumah Makan Wong Solo Medan)", *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, Vol 2, No.2, (September 2016).
- P3EI UII., 2018, *Ekonomi Islam*, Jakarta: Raja Grafindo.
- Pambudi, Dwi Santoso., 2017, "Implementasi Rika Bisnis Islam di Industri Pengecoran Logam Batur, Ceper, Klaten" *Malia: Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 8, No. 2, (Juni 2017).
- Parmujianto, 2020, "Penerapan Etika Bisnis Islam pada Usaha Swalayan (Studi di Kompondren Al-Yasini Mart)", *Lan Tabur: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 2, No. 2 (Maret 2020).
- Rahmawati., 2017, "Etika Bisnis Islam pada Pedagang Makanan (Studi Kasus di Keude Blang Jreum, Aceh)", *Jurnal JESKape*, Vol. 1, No. 1 (Januari-Juni 2017).
- Syatibi, Al., *Al-muwafaqat fi Ushul al-ahkam*, (ttp, dar al-Fikr, 1341 H), Jil. III.
- Sampurno, Wahyu Mijil., 2016, "Penerapan Etika Bisnis Islam dan Dampaknya terhadap Kemajuan Bisnis Industri Rumah Tangga", *Journal of Islamic Economics Lariba*, Vol. 2, Issue 1, 2016.
- Simongkir, O.P., 2003, *Etika Bisnis, Jabatan dan Perbankan*, Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Sopingi, Imam., 2016, "Etika Bisnis Menurut Al-Ghazali: Telaah Kitab Ihya Ulum Al-Din", *Iqtishoduna: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2016.

- Supardi., 2005, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Yogyakarta: UII Press.
- Suyono, Ariyono., 1985, *Kamus Antropologi*, Jakarta: Akademi Persindo.
- Sugiyono., 2011, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R & D*, Cet. XII, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono., 2016, *Metode Penelitian Kombinasi Mixed Methods*, Bandung: Alfabeta.
- Wiwoho, Ardjuno., 2008, *Pengertian Tata Hidang Teori dan Praktik*, Jakarta: Erlangga.
- Wulandari, Diniarti Novi, dkk., 2017, "Etika Bisnis *E-Commerce* Berdasarkan Maqasyid Syariah pada *Marketplace* Bukalapak.com", *JMM Unram-Unram Manajement Review*, Vol. 6, No. 1, 2017.
- Ya'qub, Hamzah., 1895, *Etika Islam*, Bandung: CV. Diponegoro.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

A. Daftar Pertanyaan Wawancara

1. Etika bisnis Islam

a. Kejujuran

- a) Bagaimana pandangan saudara/I tentang nilai kejujuran yang ditanamkan dalam rumah makan ini ?
- b) Bagaimana sikap jujur, adil, ramah, cakap yang diterapkan dalam rumah makan ini ?
- c) Apakah dirumah makan ini memperhatikan bahan-bahan makanan yang kadaluarsa untuk disajikan?
- d) Apakah dirumah makan ini tidak menjelekkkan bisnis orang lain ?

b. Dapat dipercaya

- a) Bagaimana pandangan saudara/I tentang kepercayaan kepada seluruh karyawan dalam rumah makan ini ?
- b) Bagaimana tanggung jawab pimpinan dan karyawan dirumah makan ini ?
- c) Menurut anda, bagaimana sikap pimpinan dan karyawan dirumah makan ini?
- d) Apakah dirumah makan ini disajikan sesuai pesanan pelanggan?

c. Cerdas

- a) Bagaimana pandangan saudara/I tentang pelaksanaan tugas masing-masing karyawan dalam rumah makan ini ?
- b) Menurut anda, apakah karyawan dan karyawan dirumah makan ini sudah professional ?

- c) Apakah dirumah makan ini memperhatikan bahan makanan yang sesuai selera pelanggan ?
- d) Apakah dirumah makan ini mencantumkan harga ?
- d. Ramah dan Komunikatif
 - a) Bagaimana pandangan saudara/I tentang komunikasi antara pimpinan dengan karyawan serta pelanggan ?
 - b) Menurut anda, apakah dirumah makan ini bersikap bersahabat, baik sesama karyawan maupun dengan pelanggan ?
 - c) Bagaimana menurut anda, apakah memiliki kepedulian dalam berbagai persoalan dalam rumah makan ini ?
- e. Maqasid syariah
 - a) Menurut anda, apakah rumah makan ini telah mampu meningkatkan perlindungan terhadap jiwa ?
 - b) Menurut anda, apakah rumah makan ini memberi pengaruh terhadap nilai-nilai keislaman para karyawan ? misalnya : apakah pihak manajemen rumah makan dalam melaksanakan tugas dan kewajibannya telah berorientasi ibadah kepada Allah ?
 - c) Kita ketahui bersama, kehidupan saat ini sangat sulit untuk dihindarkan dari unsur riba, contohnya banyak bisnis yang hanya ingin mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Menurut anda, apakah rumah makan ini sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah ?
 - d) Menurut anda, apakah rumah makan ini telah mampu meningkatkan taraf hidup para karyawan ?
 - e) Menurut anda, apakah rumah makan ini terjangkau untuk kalangan masyarakat ekonomi menengah kebawah?

- f) Telah kita ketahui, bahwa dalam tubuh yang sehat terdapat jiwa yang sehat. Bahwa dengan tubuh sehat, maka tentu akal bisa bekerja dengan baik. Menurut anda, apakah rumah makan ini telah mampu membantu meningkatkan kemampuan para karyawan ?

B. Daftar Jawaban dan Hasil Wawancara

1. Etika Bisnis Islam

a. Kejujuran

- a) Bagaimana pandangan saudara/I tentang nilai kejujuran yang ditanamkan dalam rumah makan ini ?
1. Ipul : dihayaku : karyawan diskusinya dua arah, terjadi keluhan dilapangan kemudian disampaikan ke atasan. Untuk pelanggan sendiri menunjukkan apa adanya sesuai dengan produk tanpa mengurangi sajian.
 2. Wahyu : nilai kejujuran sudah bagus yang ditanamkan.
 3. Apri : menurut saya sudah jujur, dapat dilihat dari tindakannya.
 4. Dayat : nilai kejujuran yang ditanamkan dirumah makan tersebut, salah satu bukti kejujuran itu penting harus disertai dengan tindakan.
 5. Zainuri : nilai kejujuran ditanamkan dan mengakui kesalahan.
 6. Aini : nilai kejujuran baik yang ditanamkan.
- b) Bagaimana sikap jujur, adil, ramah, cakap yang diterapkan dalam rumah makan ini ?
1. Ipul : sesuai dengan nilai hayaku diambil dari nama jepang hayaku artinya cepat, melayani dengan cepat serta ramah kepada pelanggan. Kualitas barang kasih yang terbaik dan transparansi kepala pelanggan.

2. Wahyu : iya sudah sangat bagus yang dijalankan
 3. Apri : iya cukup sangat baik dalam pelayanan baik secara sikap ramah dan cakap dalam melayani.
 4. Dayat : menerapkan 3x briefing dengan tim berbeda, menyampaikan arahan ke tugas masing-masing. Semua berhak bicara untuk disampaikan atau masukan. Jenjang karir mulai dari bawah sampai atas.
 5. Zainuri : mengakui kesalahan, semua dibagi job masing-masing serta sikap ramah sudah dilatih dan terbiasa, cakap dalam melayani pelanggan.
 6. Aini : sikap yang dijalankan sudah cukup baik, karena melayani dengan ramah dan sopan.
- c) Apakah dirumah makan ini memperhatikan bahan-bahan makanan yang kadaluarsa untuk disajikan?
1. Ipul : wajib, sesuai SOP manajemen pusat. Menekankan bahan pokok digunakan, harus memperhatikan kebersihan.
 2. Wahyu : pasti memperhatikan sesuai SOP
 3. Apri : iya, sangat memperhatikan
 4. Dayat : pasti, sesuai dengan standar sertifikasi halal.
 5. Zainuri : memperhatikan semua apa yang menjadi kebutuhan pelanggan.
 6. Aini : Iya, sangat memperhatikan
- d) Apakah dirumah makan ini tidak menjelekkkan bisnis orang lain ?

1. Ipul: tidak ada menjelekkkan bisnis orang lain. Target pasar hayaku: siap servis ala jepang. Saingan nya ada tapi orang-orang tertentu. Ada saingan tapi jarang.
2. Wahyu : tidak menjelekkkan bisnis orang lain
3. Apri : Tentu tidak
4. Dayat : bicara etika bisnis, itu tidak masuk. Berjalan sejajar semestinya, bertahan didalam internalnya dan tanpa perlu memikirkan eksternal bisnis orang lain.
5. Zainuri : tidak menjelekkkan bisnis orang lain.
6. Aini : Iya, tidak

b. Dapat dipercaya

- a) Bagaimana pandangan saudara/I tentang kepercayaan kepada seluruh karyawan dalam rumah makan ini ?
 1. Ipul : punya latar belakang berbeda membuat sudut pandang sendiri-sendiri, karyawan dihayaku mayoritas orang yang pendidikan tidak kuliah atau mayoritas lulusan SMA atau SMP. Bisa dibentuk tergantung bagaimana mempengaruhi karyawan tersebut. Kerjanya bagus dan semua berproses untuk dibenahi dan dievaluasi.
 2. Wahyu : semuanya bagus dapat dipercaya
 3. Apri : dapat dipercaya karena terlihat jujur dan baik
 4. Dayat : bicara individual karyawan dalam artian melihat dari perkembangan kinerja dalam keseharian. Banyak karyawan yang dikeluarkan karena tidak dapat dipercaya.
 5. Zainuri : percaya, saling terbuka satu sama lain

6. Aini : menurut saya, karyawan dirumah makan ini telah melayani konsumen dengan baik.
- b) Bagaimana tanggung jawab pimpinan dan karyawan dirumah makan ini ?
1. Ipul : mekanisme evaluasi apa kekurangan sebagai pimpinan dan karyawan. Sejauh ini hayaku jarang memecat karyawan. Tanggung jawab cukup stabil angka pemecatan karyawan enggak tinggi.
 2. Wahyu : bertanggung jawab semua ke semua karyawan apabila ada yang salah.
 3. Apri : bertanggungjawab dalam memperhatikan karyawan
 4. Dayat : Bertanggungjawab bertahap mulai dari yang bawah hingga sampe manajer outlet. Manager outlet yakni bertanggung jawab penuhnya outlet. Regional manager bertanggungjawab keseluruhan outlet.
 5. Zainuri : sudah bagus dalam bertanggungjawab masing-masing.
 6. Aini : Baik, dapat dilihat dari pelayanan yang mereka terapkan baik untuk kenyamanan maupun keamanan dari konsumen.
- c) Menurut anda, bagaimana sikap pimpinan dan karyawan dirumah makan ini?
1. Ipul: Sikapnya terbuka, awal buka masuk 10 jam 1 shift, seharusnya kerja 8 jam. Aturan dilapangan dan undang-undang 8 jam kerja.
 2. Wahyu : sikapnya tegas dalam melaksanakan tugas.
 3. Apri : saya rasa sudah baik
 4. Dayat : kunjungan ke outlet sekali sebulan, memiliki tanggungjawab nanti diarahkan. Orang-orang terlatih masalah kepemimpinan.

5. Zainuri : jika ada yang melanggar, pasti akan kena sanksi. Sudah ada aturan tersendiri. Misalnya telat masuk.

6. Aini : Ramah, bertanggungjawab dalam segala hal.

d) Apakah dirumah makan ini disajikan sesuai pesanan pelanggan?

1. Ipul: sesuai foto yang ditampilkan, pelanggan bisa complain.

2. Wahyu : iya sesuai

3. Apri : iya sudah sesuai pesanan

4. Dayat : sesuai dengan pesanan.

5. Zainuri : ya sesuai

6. Aini : iya, sesuai dengan pesanan.

c. Cerdas

a) Bagaimana pandangan saudara/I tentang pelaksanaan tugas masing-masing karyawan dalam rumah makan ini ?

1. Ipul: masih professional sesuai arahan dari pusat sebagaimana aturan yang berlaku.

2. Wahyu : semua baik dan lancar

3. Apri : mereka terlihat melaksanakan tugas sesuai peran masing-masing

4. Dayat : tentang pelaksanaan tugas, mulai briefing pembagian jobdesk, sudah tanggungjawab masing-masing. Cara kerja mereka sudah terarah.

5. Zainuri : sudah dibagi job masing-masing.

6. Aini : mereka menjalankan tugas masing-masing dengan baik.

b) Menurut anda, apakah karyawan dan karyawan di rumah makan ini sudah profesional ?

1. Ipul: cukup professional, lama bekerja. SOP umum mereka sudah melaksanakan. Menghadapi pelanggan dan complain mereka sudah terbiasa. Skillnya sudah cukup bagus.
 2. Wahyu : iya cukup professional karena lama bekerja
 3. Apri : sudah, mereka sangat professional dalam melayani pelanggan
 4. Dayat : karyawan yang bertahan dan pilihan yang terbaik
 5. Zainuri : yang baru masih belum professional, mungkin yang sudah lama pasti punya pengalaman kerja dan professional.
 6. Aini : Sepenuhnya belum professional, tapi mereka berusaha memberikan pelayanan yang baik.
- c) Apakah dirumah makan ini memperhatikan bahan makanan yang sesuai selera pelanggan ?
1. Ipul: memang menerima masukan pelanggan, tapi usaha ini tidak serta merta tidak semua menyesuaikan selera pelanggan. Karena konsepnya jepang melayani siap servis.
 2. Wahyu : iya menerima masukan, tidak semua menyesuaikan selera pelanggan.
 3. Apri : iya, sesuai selera
 4. Dayat : bicara individual, menu itu bisa diterima oleh masyarakat lokal.
 5. Zainuri : ya sesuai selera pelanggan. Karena memang banyak pilihan menu.
 6. Aini : menyajikan berbagai aneka makanan dengan sajian menu yang ditawarkan.
- d) Apakah dirumah makan ini mencantumkan harga ?
1. Ipul: sudah mencantumkan harga lewat akun sosmed.

2. Wahyu : sudah mencantumkan
3. Apri : iya dicantumkan
4. Dayat : pastinya, mencantumkan harga sesuai pesanan.
5. Zainuri : ya, dikasih menunjukkan harga.
6. Aini : iya, mencantumkan.

d. Ramah dan Komunikatif

- a) Bagaimana pandangan saudara/I tentang komunikasi antara pimpinan dengan karyawan serta pelanggan ?
 1. Ipul : komunikasi antara pimpinan dan karyawan sangat baik dan komunikasi untuk pelanggan lebih ke promosi atau sebarakan informasi mengenai penjualan.
 2. Wahyu : komunikasinya semua baik dan lancar
 3. Apri : sudah terjalin hubungan baik antar karyawan. Dan cukup komunikatif dengan pelanggan.
 4. Dayat : komunikasinya harus jalan, ketika pimpinan tidak menjalin komunikasi dengan karyawan maka outlet pasti berantakan. Punya grup tertentu untuk komunikasi. berbicara karyawan dengan pelanggan punya program HC (happy customer) mengunjungi setiap dari beberapa perwakilan konsumen misalnya sehari 10-20 konsumen. Pandangan tentang rumah makan itu seperti apa.
 5. Zainuri : pimpinan dan karyawan komunikasi lewat group, sedangkan dengan pelanggan ada program HC (happy customer), apa ada complain dan lainnya.
 6. Aini : iya, baik.

- b) Menurut anda, apakah dirumah makan ini bersikap bersahabat, baik sesama karyawan maupun dengan pelanggan ?
1. Ipul : pelayanan nomor satu komunikasi dengan pimpinan sangat bagus serta komunikasi dengan pelanggan.
 2. Wahyu : semuanya dianggap keluarga, jadi sikap baik-baik semua
 3. Apri : iya sudah bersahabat menurut pandangan saya
 4. Dayat : tentu sangat baik dan bersikap sahabat sesama karyawan maupun dengan pelanggan.
 5. Zainuri : ya pasti bersikap baik.
 6. Aini : iya, mereka sangat bersahabat dengan pelayanan yang ramah.
- c) Bagaimana menurut anda, apakah memiliki kepedulian dalam berbagai persoalan dalam rumah makan ini ?
1. Ipul: semua masalah dihayaku diselesaikan dengan kekeluargaan. Harus membedakan urusan pekerjaan dan urusan personal. Misalnya ada karyawan yang bermasalah, kemudian akan didiskusikan dan dibantu. Memiliki rasa kepeduliaan kepada sesama.
 2. Wahyu : urusan itu dibicarakan dengan kekeluargaan.
 3. Apri : sudah memiliki kepeduliaan terhadap pelanggan juga peduli.
 4. Dayat : kekompakan karyawan, berbicara masalah tim. Menangani permasalahan demi kebaikan bersama untuk bisa bertahan hidup.
 5. Zainuri : Menangani permasalahan demi kebaikan bersama untuk bisa bertahan hidup.
 6. Aini : iya, hal ini terlihat dari kordinasi diantara mereka dalam melayani pembeli/pelanggan.

e. Maqasid syariah

- a) Menurut anda, apakah rumah makan ini telah mampu meningkatkan perlindungan terhadap jiwa ?
1. Ipul : Wajib melaksanakan sholat bareng dan kontrol mengenai pekerjaan.
 2. Wahyu : Wajib melaksanakan sholat bareng dan kontrol mengenai pekerjaan.
 3. Apri : iya
 4. Dayat : punya SOP dari standar bekerja, semua dipersiapkan.
 5. Zainuri : ya,
 6. Aini : iya
- b) Menurut anda, apakah rumah makan ini memberi pengaruh terhadap nilai-nilai keislaman para karyawan ? misalnya : apakah pihak manajemen rumah makan dalam melaksanakan tugas dan kewajibannya telah berorientasi ibadah kepada Allah ?
1. Ipul: niat awal disampaikan kepada karyawan tujuan membuka rumah makan ini salah satunya adalah menyediakan lapangan pekerjaan seluas-luasnya, karena dari sudut pandangnya dengan menjadi seorang pengusaha membantu menyelesaikan permasalahan umat. Tidak menekankan semata-mata masalah untung. Selalu disandarkan kepada Allah.
 2. Wahyu : ya sudah
 3. Apri : iya, saya rasa sudah,

4. Dayat : mayoritas muslim dan ada juga karyawan non muslim, berdiri awalnya rumah makan ini dalam surat Al-Insyirah, setiap breafing ada bacaan do,a. sholat bergantian.
 5. Zainuri : iya sudah
 6. Aini : iya, terlihat dari fasilitas yang disediakan dirumah makan ini seperti mushola.
- c) Kita ketahui bersama, kehidupan saat ini sangat sulit untuk dihindarkan dari unsur riba, contohnya banyak bisnis yang hanya ingin mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Menurut anda, apakah rumah makan ini sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah ?
1. Ipul : 80% sesuai syariah, buka usaha tanpa utang bank. Dia meyakini bahwa riba itu tidak membawa yang positif. Menekankan ke investor tidak menggunakan uang utang (bank). Semua dibuka hasil tabungan sendiri tanpa unsur riba.
 2. Wahyu : iya, karena buka usaha tanpa utang bank
 3. Apri : ya, saya rasa sudah
 4. Dayat : tidak ada unsur bunga, menggunakan bank syariah.
 5. Zainuri : tidak ada unsur bunga, menggunakan bank syariah
 6. Aini : iya, saya rasa sudah.
- d) Menurut anda, apakah rumah makan ini telah mampu meningkatkan taraf hidup para karyawan ?
1. Ipul : Sebagai sumber mata pencaharian untuk tahan hidup untuk kebutuhan keluarganya. Angkatan kerja di hayaku yang baru lulus SMP, SMA dan kuliah.

2. Wahyu : sudah bisa mendapatkan kebutuhan untuk kehidupan sehari-hari.
 3. Apri : sudah, karena bisa mencukupi kebutuhan sehari-hari.
 4. Dayat : umumnya semua mulai dari nol. Dia sudah bisa mendapatkan kebutuhan untuk kehidupan sehari-hari. Lebih dari cukup, ukuran orang itu masing-masing.
 5. Zainuri : sudah bisa mendapatkan kebutuhan untuk kehidupan sehari-hari.
 6. Aini : iya, sudah walaupun tidak sepenuhnya. penting bisa memenuhi kebutuhan sehari-hari.
- e) Menurut anda, apakah rumah makan ini terjangkau untuk kalangan masyarakat ekonomi menengah kebawah?
1. Ipul : hayaku konsep yang sangat terjangkau, karena paketan sudah terjangkau. Menggunakan sistim paket. Kelas menengah kebawah tidak mungkin makan 3x sehari, mungkin seminggu sekali masih cukup terjangkau. Hayaku bukan makanan pokok.
 2. Wahyu : ya sangat terjangkau
 3. Apri : iya, sangat terjangkau
 4. Dayat : kapasitas target rumah makan ini yakni mahasiswa dan masyarakat umum. tentu sangat bisa masyarakat menengah kebawah.
 5. Zainuri : ya sangat terjangkau
 6. Aini : iya sangat terjangkau, menu yang bervariasi dengan pilihan harga yang juga bervariasi.
- f) Telah kita ketahui, bahwa dalam tubuh yang sehat terdapat jiwa yang sehat. Bahwa dengan tubuh sehat, maka tentu akal bisa bekerja dengan

baik. Menurut anda, apakah rumah makan ini telah mampu membantu meningkatkan kemampuan para karyawan ?

1. Ipul : masak bareng-bareng untuk konsumsi bersama-sama. 2x sebulan makan dihayaku sendiri. Ada juga kegiatan olahraga rutin. Bisa juga meningkatkan kemampuan.
2. Wahyu : iya sangat membantu demi meningkatkan karyawan.
3. Apri : sudah mampu, rumah makan ini bisa mengembangkan kemampuan para karyawannya.
4. Dayat : kemampuannya itu dilatih, diajarin semua sesuai dengan kapasitas. Semua punya kesempatan meningkatkan karyawan. Bahkan ada karyawan yang sudah buka usaha sendiri.
5. Zainuri : Ya, karena semua punya kesempatan yang sama untuk meningkatkan karyawan.
6. Aini : ya sudah, terutama kemampuan dalam bekerja.

Surat Izin Penelitian



FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

PROGRAM STUDI
MAGISTER
ILMU AGAMA ISLAM

Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II YOGYAKARTA
Telp dan Fax (0274) 523637

Website : master.islam.uii.ac.id
Email : msi@uii.ac.id

Nomor : 186/PS-MIAI/VIII/2020

Yogyakarta, 30 Agustus 2020

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yang Terhormat:

Manager Rumah Makan Hayaku

di-

Jl. Babarsari

(Ruko Rafflesia Square Babarsari 2 Blok C)

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Program Studi Magister Ilmu Agama Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta menyatakan bahwa:

NAMA : MUHAMMAD ZIA ULHAQ
NIM : 18913057
KONSENTRASI : EKONOMI ISLAM
NO HP : 081239753800

adalah Mahasiswa Program Studi Magister Ilmu Agama Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dan saat ini yang bersangkutan sedang dalam proses menuju penyusunan Tesis dengan judul: **"IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PERSPEKTIF MAQASID SYARIAH PADA RUMAH MAKAN HAYAKU DAN RUMAH MAKAN NELONGSO YOGYAKARTA"**

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk memberikan izin kepada yang bersangkutan guna melakukan Penelitian di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian permohonan ini disampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Ketua Prodi,



Dr. Junanah., MIS



FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

PROGRAM STUDI
MAGISTER
ILMU AGAMA ISLAM

Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II YOGYAKARTA
Telp dan Fax (0274) 523637

Website : master.islamic.uii.ac.id
Email: msi@uii.ac.id

Nomor : 186/PS-MIAI/VIII/2020

Yogyakarta, 30 Agustus 2020

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yang Terhormat:
Rumah Makan Nelongso
di-

Jalan Kaliurang No. 60 Km. 6.5, Purwosari, Sinduadi,
Kec. Mlati, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Program Studi Magister Ilmu Agama Islam Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia Yogyakarta menyatakan bahwa:

NAMA : MUHAMMAD ZIA ULHAQ
NIM : 18913057
KONSENTRASI : EKONOMI ISLAM
NO HP : 081239753800

adalah Mahasiswa Program Studi Magister Ilmu Agama Islam Fakultas Ilmu
Agama Islam Universitas Islam Indonesia dan saat ini yang bersangkutan
sedang dalam proses menuju penyusunan Tesis dengan judul:
**"IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PERSPEKTIF MAQASID SYARIAH
PADA RUMAH MAKAN HAYAKU DAN RUMAH MAKAN NELONGSO
YOGYAKARTA"**

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk
memberikan izin kepada yang bersangkutan guna melakukan Penelitian di
lembaga yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian permohonan ini disampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya
diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Ketua Prodi,



Dr. Junanah., MIS

Surat Keterangan Hasil Cek Plagiasi



FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

PROGRAM STUDI
MAGISTER
ILMU AGAMA ISLAM

Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II YOGYAKARTA
Telp dan Fax (0274) 523637

Website : master.islam.uii.ac.id
Email: msi@uii.ac.id

SURAT KETERANGAN HASIL CEK PLAGIASI
No: 24/Perpus/MIAI/II/2021

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Muhammad Zia Ulhaq
Nomor Induk Mahasiswa : 18913057
Konsentrasi : Ekonomi Islam
Dosen Pembimbing : Dr. Drs. YUSDANI, M.Ag
Fakultas/Prodi : MIAI FIAI UII
Judul Tesis :

Implementasi Etika Bisnis Islam Perspektif Maqasid Syariah Pada Rumah Makan Hayaku dan Rumah Makan Nelongso Yogyakarta. Karya ilmiah yang bersangkutan di atas telah melalui proses cek plagiasi menggunakan **Turnitin** dengan hasil kemiripan (similarity) besar **20 (dua puluh persen) %**.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 20 Februari 2021
Kaprosdi MIAI



Dr. Junanah, MIS

Foto Dokumentasi

Wawancara dengan Rahmad Hidayat sebagai Manager Nelongso tempatnya di rumah makan Nelongso, 7 November 2020.



Wawancara dengan Muhammad Zainuri sebagai karyawan Nelongso tempatnya di rumah makan Nelongso, 17 November 2020.



Wawancara dengan Apria Maulina sebagai konsumen dirumah makan Nelongso, 18 Desember 2020.



Wawancara dengan Lalu Syaeful Arif sebagai Manager Hayaku tempatnya dirumah makan Hayaku, 23 Oktober 2020.



Wawancara dengan Wahyu Yanuar sebagai karyawan Hayaku tempatnya dirumah makan Hayaku, 6 November 2020.



Rumah Makan Hayaku



Rumah Makan Ayam GorengNelongso



RIWAYAT HIDUP PENELITI



✓ **Data Pribadi**

Nama : Muhammad Zia Ulhaq
 Tempat, Tanggal Lahir : Bima, 4 Mei 1996
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 Agama : Islam
 Status : Belum Kawin
 Kewarganegaraan : Indonesia
 Alamat : Dusun Ndora RT.14 RW.04 Desa Kalampa
 Kec. Woha Kab. Bima Nusa Tenggara Barat
 Alamat domisil : Jalan Ori II no 8 Papringan RT 05 RW 02
 Catur Tunggal Depok Sleman Yogyakarta.
 Telepon : 081239753800
 E-mail : Ziaulhaq8816@gmail.com

✓ **Latar Belakang Pendidikan**

A. Formal

- 2002 – 2008 : SD Inpres Kalampa 2 Woha
- 2008 – 2011 : SMP N 1 Woha
- 2011 - 2014 : SMA N 1 Woha

- 2014 - 2018 : Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Malang.
- 2018-sekarang : Program Magister Ilmu Agama Islam, UII Yogyakarta

B. Non Formal

- 2012 : Kursus Bahasa Inggris, Bima NTB
- 2018 : Kursus Bahasa Inggris, Pare Jawa Timur

✓ Publikasi Karya Ilmiah

No	Judul Karya Ilmiah	Dipublikasikan	Tahun Publikasi
1.	Pengelolaan Keuangan Publik Islam (Umar Bin Abdul Aziz)	Amal : Jurnal Ekonomi Syariah	2020
2.	Politik Ekonomi Islam Era Globalisasi	Amal : Jurnal Ekonomi Syariah	2020
3.	Kepemilikan Amanah Dalam Islam	Syarikat : Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah	2019
4.	Pemikiran Ibn Taimiyah tentang Regulasi Harga Pasar dalam Islam	Iqtishodia : Jurnal Ekonomi Syariah	2018

✓ **Pengalaman Organisasi**

No	Organisasi kemahasiswaan/Non Kemahasiswaan	Jabatan	Tahun
1.	Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Agama Islam UMM	Ketua Bidang Keilmuan dan Penalaran	2016
2.	Salondo Komunitas Mahasiswa Bima-Dompu Malang	Ketua	2016
3.	Pusat Studi Mahasiswa Pascasarjana Mbojo- Yogyakarta (PUSMAJA)	Sekretaris	2019