

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil analisis dampak etika bisnis Islam yang di implikasikan pada De' Halal Mart terhadap kemajuan bisnis pada perusahaan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Penerapan etika bisnis Islam pada De' Halal Mart Yogyakarta

Pada supermarket De' Halal Mart Yogyakarta sangat mengedepankan nilai-nilai syariah Islam di dalamnya. Hal tersebut ditandai dengan adanya pengajian dan *briefing* sebelum melaksanakan kegiatan jual beli sehari-harinya. Ditinjau dari segi implementasi aksioma etika bisnis Islam yaitu tauhid, keseimbangan, tanggung jawab, kehendak bebas, dan kebajikan (*Ihsan*) serta hasil penelitian yang dilakukan, maka De' Halal Mart telah mengintegrasikan kelima aksioma etika bisnis Islam tersebut terhadap beberapa aspek parameter kemajuan bisnis. Beberapa aspek parameter kemajuan bisnis yang penulis gunakan yaitu aspek pemasaran, aspek teknis dan produksi, aspek hukum, dan aspek sosial.

Melalui keberhasilan perusahaan dalam mengintegrasikan konsep etika bisnis Islam, maka muncul prinsip etika bisnis Islam yang diterapkan oleh perusahaan. Hal tersebut ditandai oleh hasil kualitas produk yang baik dan perusahaan telah memenuhi kebutuhan konsumen dengan baik.

2. Dampak penerapan etika bisnis Islam terhadap kemajuan bisnis pada De' Halal Mart Yogyakarta

Hasil penelitian dan analisis dampak penerapan etika bisnis Islam terhadap kemajuan supermarket De' Halal Mart

Yogyakarta didapatkan kesimpulan bahwa dari segi penerapan etika bisnis Islam telah diterapkan dengan baik pada perusahaan maka perusahaan bisnis tersebut sudah sesuai dengan prinsip Islam dan telah menerapkan etika bisnis Islam pada setiap proses kegiatan.

Hal tersebut didukung dari hasil analisis terhadap beberapa aspek yaitu aspek pemasaran, manajemen dan SDM, hukum, sosial. Dapat diambil kesimpulan bahwa perusahaan tersebut layak dan dapat dilanjutkan, karena dari seluruh aspek yang dianalisis perusahaan dapat menjalankan seluruh aspek tersebut dengan baik dan sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam. Khususnya dari aspek sosial, perusahaan mengedepankan kemaslahatan umat dan orang yang kurang mampu.

Selebihnya fokus dari produk yang di jual pada De' Halal Mart semuanya sudah berlabel halal dan sudah lulus uji kesehatan, sehingga tidak diragukan lagi De' Halal Mart mampu menjadi pesaing untuk supermarket lain yang tidak menggunakan brand islami pada supermarketnya.

Dengan sistem dan konsep keislaman yang di gunakan oleh perusahaan, maka De' Halal Mart bisa dikatakan memberikan dampak positif bagi perusahaan tetapi belum dapat digunakan secara maksimal untuk bersaing di era globalisasi.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan diatas, untuk pengembangan supermarket De' Halal Mart, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Supermarket De' Halal Mart

- a. Supermarket De' Halal Mart menggunakan moto Belanjamu Sedekahmu, tetapi tidak adanya sosialisasi tentang maksud dari *tag line* tersebut, sehingga banyak masyarakat yang komplain meminta penjelasan dari *tag line* tersebut.
- b. Mengingat produk unggulan yang diperjualkan pada perusahaan adalah produk UMKM lokal dengan harga yang tergolong tinggi dibandingkan dengan supermarket lain. Sebaiknya perusahaan menurunkan harga jual agar bisa lebih bersaing dengan supermarket lain.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Penelitian ini hanya meneliti beberapa aspek variabel yang telah ditentukan oleh penulis dan diharapkan untuk peneliti selanjutnya agar bisa menambah terkait aspek variabel yang sekiranya memiliki pengaruh yang lebih signifikan dari penelitian sebelumnya.
- b. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat sebagai landasan bagi peneliti selanjutnya. Karena banyak sekali inspirasi yang didapatkan pada saat penelitian pada De' Halal Mart. Semoga pada saat peneliti selanjutnya melakukan penelitian pada perusahaan yang sama, sistem manajemen perusahaan sudah lebih baik dan profesional supaya peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian lebih dalam dan lebih baik lagi.