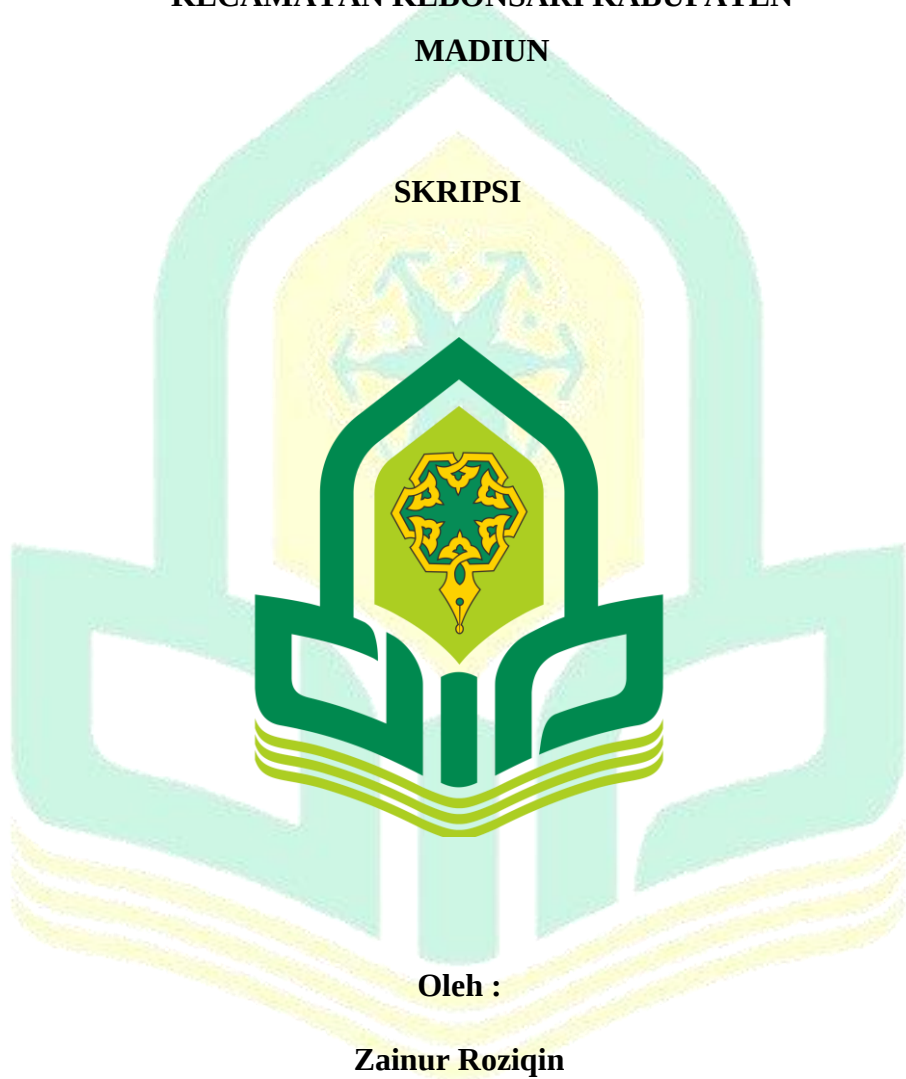


**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA
THORIQUL HUDA MART KANDANGAN
KECAMATAN KEBONSARI KABUPATEN
MADIUN**

SKRIPSI



Oleh :

Zainur Roziqin

NIM : 401190332

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI AGENG MUHAMMAD
BESARI PONOROGO**

2025

Abstrak

Roziqin, Zainur 2025: Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Thoriqul Huda Mart Kandangan Skripsi. Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Bisnis Islam universitas Islam Negeri Kiai Ageng Muhammad Besari Ponorogo. Pembimbing Hanik Fitriani, M.E.Sy.

Kata Kunci : Implementasi, Prinsip, Etika Bisnis Islam

Permasalahan yang ditemukan di lapangan menunjukkan bahwa dalam praktik usaha kecil seperti Thoriqul Huda Mart, penerapan etika bisnis Islam yang ideal sering kali belum berjalan secara menyeluruh. Walaupun Islam menekankan nilai kejujuran, amanah, tanggung jawab, keadilan, dan ihsan, pada penemuan awal menunjukkan masih adanya kekurangan seperti penjualan barang kedaluwarsa, kebersihan produk yang kurang terjaga, dan ketidaktepatan dalam pelayanan. Temuan ini menunjukkan bahwa implementasi etika bisnis Islam belum sepenuhnya dipahami maupun diterapkan, sehingga berpotensi menimbulkan ketidakpuasan dan menurunkan kepercayaan konsumen. Kondisi inilah yang menjadi dasar perlunya penelitian lebih mendalam mengenai implementasi serta dampaknya bagi usaha tersebut.

Tujuan penelitian dalam skripsi ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis bagaimana implementasi etika bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart, serta untuk menjelaskan dampak penerapan etika bisnis Islam terhadap kepuasan dan kepercayaan konsumen. Dengan menitikberatkan pada prinsip-prinsip etika Islam, khususnya ihsan, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang jelas mengenai kualitas penerapan etika bisnis pada usaha kecil dan kontribusinya terhadap keberlanjutan usaha. Untuk mengkaji implementasi serta dampak etika bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian *field research*. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami fenomena secara mendalam melalui pengamatan langsung terhadap aktivitas usaha. Data dikumpulkan menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi, sehingga informasi yang diperoleh bersifat komprehensif dan mencerminkan kondisi nyata di lapangan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart tercermin melalui lima prinsip utama, yaitu tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan ihsan. Prinsip-prinsip ini tampak dalam praktik usaha seperti menjaga kejujuran dalam transaksi, menetapkan harga secara adil, memberikan pelayanan yang sopan dan teliti, serta memastikan kualitas produk tetap layak dan sesuai syariat. Implementasi nilai-nilai tersebut memberikan dampak positif terhadap perkembangan toko, terutama meningkatnya kepercayaan, kenyamanan, dan kepuasan konsumen yang merasa dihargai dan diperlakukan dengan adil. Meskipun demikian perlu diperhatikan bahwa dalam prinsip tersebut belum sepenuhnya diterapkan terdapat prinsip ihsan yang belum diterapkan dalam menjaga kualitas produk dan kebersihan pada toko.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI AGENG MUHAMMAD
BESARI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
1	Zainur Roziqin	401190332	Ekonomi Syariah	Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart Kandangan Kecamatan Kebonsari Kabupaten madiun

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

Ponorogo, 6 November 2025

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Moh. Faizin, M.S.E.
NIP. 198406292018011001

Menyetujui,

Pembimbing

Hanik Fitriani, M.E.Sy.
NIP. 199104242020122028



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI AGENG
MUHAMMAD BESARI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Thoriquil Huda Mart
KandanganKecamatan Kebonsari Kabupaten Madiun.
Nama : Zainur Roziqin
NIM : 401190332
Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Kiai Ageng Muhammad Besari Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

Dewan Penguji:

Ketua Sidang :
Dr. Luhur Prasetyo, M.E.I.
NIP. 197801122006041002
Penguji I :
Verbena Ayuningsih Purbasari, M.Pd.
NIP. 199207292020122014
Penguji II :
Hanik Fitriani, M.E.Sy.
NIP. 199104242020122028

()

()

()

Ponorogo, 24 November 2025

Mengesahkan

Dekan FEBI UIN Ponorogo



Dr. Asri Damanuri, M.E.I
NIP. 197506022002121003

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang Bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zainur Roziqin

NIM : 401190332

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam ☐

Program Studi : Ekonomi Syariah ☐

Judul Skripsi/Tesis : IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA THORIQUL HUDA
MART KANDANGAN KECAMATAN KEBONSARI KABUPATEN
MADIUN

Menyatakan bahwa naskah skripsi / tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan UIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 26 ☐ Januari ☐ 2026 ☐

Penulis,



Zainur Roziqin

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Zainur Roziqin

NIM : 401190332

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi ini berjudul:

“Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Thriqul Huda Mart Kandangan Kecamatan Kebonsari Kabupaten madiun.”

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

Ponorogo, 6 November 2025

Pembuat Persetujuan



Zainur Roziqin

NIM 401190332

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam ekosistem ekonomi kontemporer, etika bisnis menjadi elemen fundamental yang menentukan keberlanjutan dan legitimasi aktivitas usaha.¹ Hal ini semakin relevan dalam masyarakat religius seperti Indonesia, di mana mayoritas penduduk memeluk agama Islam. Etika bisnis Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadis mengajarkan nilai-nilai universal seperti kejujuran (*ṣidq*), keadilan (*'adālah*), tanggung jawab (*mas'ūliyyah*), serta amanah. Nilai etika dalam konteks modern tidak hanya menekankan prinsip *ihsan*, tetapi diperluas dengan prinsip ihsan, yaitu memberikan kualitas terbaik, pelayanan bermutu, dan keunggulan moral dalam setiap aktivitas bisnis.² Etika tersebut tidak dimaksudkan hanya sebagai pedoman teoritis, tetapi harus terwujud dalam praktik operasional, termasuk pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Namun realitas di lapangan menunjukkan bahwa pengintegrasian nilai etika Islam dalam praktik usaha masih sering belum optimal.

Bisnis sendiri merupakan sektor penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi. Secara umum, bisnis dipahami sebagai kegiatan

¹ Irna Sulistiarini et al., "Etika Bisnis Dalam Era Pasar Bebas: Systematic Literature Review Mengenai Implimentasi Nilai-Nilai Moral Dalam Sistem Ekonomi Liberal," *Journal of Accounting and Finance Management* 6, no. 4 (2025): 2213–26, <https://doi.org/10.38035/jafm.v6i4.2488>.

² Nurul Aisyah, "Penerapan Prinsip Manajemen Syariah Pada Bisnis Digital Di Era Modern," *Journal of Islamic Finance and Economics* 2, no. 02 (2025): 214–25.

menawarkan barang atau jasa kepada konsumen untuk memperoleh laba, manfaat, dan nilai guna.³ Aktivitas bisnis yang baik tidak hanya bertujuan menghasilkan keuntungan materi, tetapi juga memenuhi kebutuhan masyarakat, mempertahankan tanggung jawab sosial, serta menciptakan perkembangan usaha.⁴ Oleh karena itu, pelaksanaan bisnis seharusnya selalu berlandaskan etika. Etika memberikan batasan-batasan moral sehingga pelaku usaha tidak hanya mengejar keuntungan duniawi, tetapi juga orientasi ukhrawi melalui praktik bisnis yang bernilai ibadah. Penerapan etika yang tepat dapat memberikan manfaat non-materi seperti citra positif, kepercayaan konsumen, dan stabilitas usaha.⁵

Etika bisnis Islam pada hakikatnya adalah pedoman praktik muamalah yang diwajibkan bagi seorang muslim dalam menjalankan transaksi.⁶ Dalam perkembangannya, etika bisnis memengaruhi kepuasan konsumen karena membangun hubungan jangka panjang yang dilandasi kepercayaan.⁷ Etika juga berfungsi sebagai kontrol terhadap aktivitas ekonomi agar terhindar dari praktik-praktik yang merugikan seperti

³ Slamet Widodo, "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Siklus Hidup Produk (Product Life Cycle)," *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Kebijakan Publik (JEpa)* 4, no. 1 (2019): 84–90.

⁴ Muhammad Fauzan and Hendra Hendra, "Penerapan Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Sebagai Langkah Mewujudkan Perusahaan Menuju Bisnis Internasional," *Jurnal Minfo Polgan* 12, no. 2 (2024): 2654–59, <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13344>.

⁵ Ekawati Rahayu Ningsih, "Studi Eksplorasi Penerapan Etika Bisnis pada Perbankan Syariah di Indonesia," *Iqtishadia: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam STAIN Kudus* 10, no. 1 (2017): 1–22, <https://doi.org/10.21043/iqtishadia.v10i1.2443>.

⁶ Ambar Wati et al., "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli: Studi Kasus Pasar Tradisional Pendopo Empat Lawang, Sumatera Selatan," *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 1, no. 2 (2020): 184–200, <https://doi.org/10.47467/elmal.v1i2.344>.

⁷ Dita Nurfadia et al., "Peran Etika Bisnis Dalam Membangun Kepercayaan Konsumen," eLIBRARY.RU, 2025, <https://elibrary.ru/vjnhol>.

kedzaliman, kecurangan, penipuan, dan tindakan bathil lainnya.⁸ Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam QS. Al-Baqarah ayat 188 yang melarang memakan harta orang lain dengan cara yang tidak benar.⁹ Dengan demikian, pelaku usaha dituntut untuk jujur, transparan, dan bertanggung jawab agar bisnisnya mendapatkan keberkahan, baik di dunia maupun di akhirat.

Dalam Islam, bisnis sangat dianjurkan dan merupakan salah satu pintu utama rezeki. Namun, ajaran Islam juga memberi batasan mengenai apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan dalam usaha. Pelaku bisnis harus menghindari praktik seperti riba, kecurangan, dan menjual barang haram atau tidak layak konsumsi.¹⁰ Batasan inilah yang menjadi fondasi etika bisnis Islam. Sayangnya, pada kenyataannya masih banyak pelaku usaha kecil yang belum memahami etika bisnis secara komprehensif, sehingga masalah moral dan etika kerap muncul dalam aktivitas perdagangan sehari-hari.

Persaingan bisnis yang semakin ketat saat ini turut memicu meningkatnya praktik-praktik persaingan tidak sehat. Kondisi tersebut mendorong sebagian pelaku usaha untuk mengejar keuntungan setinggi mungkin dengan menekan biaya produksi serendah mungkin. Secara prinsip

⁸ Alva Yenica Nandavita et al., “Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pedagang Hasil Bumi Di Pasar Koga Bandar Lampung),” *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 2, no. 2 (2025): 2259–70, <https://doi.org/10.62710/km5nwh92>.

⁹ Umayyatun Umayyatun, “Prinsip Dan Nilai-Nilai Pendidikan Anti Korupsi Dalam Qs. Al Baqarah: 188,” *Attractive: Innovative Education Journal* 5, no. 3 (2023): 578–87, <https://doi.org/10.51278/aj.v5i3.975>.

¹⁰ Sylvia Mufarrochah et al., “Etika Bisnis Dalam Hukum Islam: Implikasi Terhadap Praktik Bisnis Modern,” *JURNAL USM LAW REVIEW* 8, no. 1 (2025): 17–32, <https://doi.org/10.26623/julr.v8i1.11365>.

hal ini tidak menjadi masalah selama tetap sesuai dengan ketentuan hukum. Namun dalam kenyataannya, tidak sedikit pelaku usaha yang menjalankan bisnisnya dengan cara-cara yang mendekati tindak pidana dan merugikan konsumen. Praktik curang tersebut dapat menimbulkan berbagai dampak, seperti merugikan produsen lain, membahayakan konsumen sebagai pengguna produk, dan menyebabkan kerugian berupa harta, kesehatan, bahkan nyawa. Kerugian yang ditimbulkan bersifat luas dan pada tingkat tertentu dapat mengganggu stabilitas perekonomian negara.¹¹

Kecurangan dalam dunia usaha juga dapat muncul dalam bentuk praktik suap yang dilakukan pelaku bisnis atau pengembang kepada pejabat daerah demi melancarkan proses lelang proyek atau pengadaan di sektor tertentu.¹² Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) bahkan menyatakan bahwa banyak perusahaan di Indonesia masih menjalankan praktik bisnis yang tidak jujur. Sejumlah korporasi yang telah ditetapkan sebagai tersangka kasus korupsi maupun tindak pidana pencucian uang (TPPU) sebagian besar berasal dari kalangan pelaku usaha.

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kecurangan bisnis pada dasarnya berakar pada rendahnya moral dan lemahnya karakter spiritual dalam menghadapi persaingan usaha demi meraih keuntungan pribadi yang

¹¹ Ika Rinawati et al., "Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Perspektif Manajemen Pemasaran," *Al Iqtishadiyah: Jurnal Ekonomi Syariah dan Hukum Ekonomi Syariah* 7, no. 2 (2021): 126, <https://doi.org/10.31602/iqt.v7i2.5706>.

¹² Aryanto Nur, "Permufakatan Fraud Aparatur Negara dan Pelaku Usaha dalam Keuangan Negara pada Pengadaan Barang/Jasa dipandang dari Perspektif Audit Forensik," *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)* 2, no. 3 (2022): 656–81, <https://doi.org/10.47233/jeps.v2i3.247>.

lebih besar.¹³ Terhadap persoalan ini, Islam menawarkan solusi melalui ajaran yang komprehensif, bahkan prinsip-prinsip bisnis Islami telah dipraktikkan sejak lama sebelum persaingan bisnis menjadi sekeras sekarang. Islam sebagai agama yang bersifat universal memberikan tuntunan terperinci mengenai seluruh aspek kehidupan, termasuk perilaku ekonomi dan aktivitas bisnis.¹⁴ Dalam pandangan seorang pengusaha muslim, keberkahan usaha menjadi tujuan utama, yakni kondisi yang membawa ketenangan batin serta pemahaman bahwa keuntungan tidak hanya bersifat materi, tetapi juga immateri. Keuntungan immateri dipandang sebagai keberuntungan jangka panjang, terutama sebagai bekal bagi kehidupan akhirat.

Permasalahan tersebut juga terlihat dalam wawancara awal yang dilakukan peneliti di Thoriqul Huda Mart, sebuah toko ritel kecil di Kecamatan Kebonsari, Kabupaten Madiun. Berdasarkan hasil wawancara dengan penjual, diperoleh pernyataan: *“Dalam menjaga toko ini saya belum sepenuhnya mengetahui tentang etika bisnis Islam itu seperti bagaimana, yang saya ketahui selama ini hanya melakukan transaksi dalam melayani para pembeli. Meskipun demikian saya yakin bahwa barang yang saya jual sepenuhnya tidak melanggar syariat Islam.”*¹⁵ Aktivitas toko rata-rata

¹³ Nurfitriyani Nurfitriyani et al., “Analisis Pentingnya Peran Etika Bisnis Dalam Mencegah Fraud Keuangan Di Indonesia,” *Journal of Economics Management Business and Accounting* 4, no. 2 (2024): 258–78, <https://doi.org/10.34010/jemba.v4i2.14598>.

¹⁴ Badrul Muis, “Etika Bisnis Dalam Prespektif Ekonomi Islam,” *Tajdid: Jurnal Pemikiran Keislaman Dan Kemanusiaan* 5, no. 1 (2021): 32–44, <https://doi.org/10.52266/tajdid.v5i1.628>.

¹⁵ M. Najib, Pemilik Thoriqul Huda Mart, “Etika Bisnis Islam, Wawancara, Thoriqul

melayani 35 pembeli setiap hari, sehingga kesalahan kecil dalam pelayanan berpotensi berdampak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Beberapa keluhan konsumen turut memperkuat temuan tersebut. Salah satu konsumen menyampaikan: *“Ketika saya membeli mie instan, pada kemasannya terdapat semut kecil. Saya kira ini karena keteledoran penjaga yang kurang memperhatikan kebersihan tempat.”* Keluhan lain datang dari konsumen berbeda: *“Saya pernah membeli pasta gigi, tetapi setelah dibawa pulang saya baru sadar bahwa tanggal pada kemasan sudah kedaluwarsa. Saya kecewa karena barang tidak layak pakai masih diperjualbelikan di Thoriqul Huda Mart.”*¹⁶ Temuan ini menunjukkan masih lemahnya penerapan prinsip ihsan, khususnya dalam memastikan produk yang bersih, layak konsumsi, dan aman bagi pelanggan.

Menanggapi keluhan tersebut, pihak toko menyatakan menerima masukan konsumen dan telah melakukan perbaikan, seperti meningkatkan kebersihan rak, melakukan pengecekan berkala terhadap tanggal kedaluwarsa, serta menata ulang penyimpanan barang. Pihak toko menyebut bahwa kasus-kasus konsumen telah dianggap *case closed*. Meskipun demikian, berbagai kejadian tersebut menjadi bukti bahwa pemahaman dan implementasi etika bisnis Islam pada toko tersebut masih perlu dievaluasi lebih dalam.

Pemilihan lokasi penelitian di Thoriqul Huda Mart dilakukan karena

Huda Mart, 23 Januari 2025.

¹⁶ Arga Saputra, Konsumen, “Sejarah dan Pengelolaan Thoriqul Huda Mart”, Wawancara, Thoriqul Huda Mart, 22 Januari 2025.

toko ini termasuk pusat belanja kecil dengan aktivitas transaksi yang stabil, jumlah konsumen yang tetap, dan potensi ekspansi usaha. Oleh karena itu, penting untuk meneliti sejauh mana etika bisnis Islam telah diterapkan. Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan untuk mengetahui implementasi etika bisnis Islam secara nyata, serta mengidentifikasi penyimpangan yang terjadi dan dampaknya terhadap kepuasan serta kepercayaan konsumen.

Penelitian mengenai etika bisnis Islam pada usaha kecil sebelumnya telah dilakukan oleh Silviyah dan Lestari yang menemukan bahwa penerapan etika bisnis Islam berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM, terutama dalam aspek kepercayaan dan kepuasan konsumen.¹⁷ Selanjutnya, penelitian oleh Apriliani dan Safar menjelaskan bahwa prinsip-prinsip etika bisnis Islam seperti kejujuran, amanah, dan tanggung jawab mampu meningkatkan loyalitas pelanggan pada UMKM di Telukjambe, Karawang. Namun, kedua penelitian tersebut belum menyoroti penerapan prinsip ihsan serta belum mengkaji fenomena keluhan konsumen secara langsung.¹⁸ Dengan demikian, penelitian ini penting dilakukan untuk mengisi kekosongan tersebut melalui analisis lebih mendalam pada praktik etika bisnis Islam di Thoriqul Huda Mart.

¹⁷ Nur Manna Silviyah and Novieati Dwi Lestari, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM," *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2022): 96–112, <https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v10i1.295>.

¹⁸ Yosi Apriliani and Mira Purnamasari Safar Mira, "Analisis Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam dalam Membangun Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan pada UMKM di Telukjambe Kabupaten Karawang," *El-Iqthisadi: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Hukum dan Syariah* 6, no. 1 (2024): 104–12, <https://doi.org/10.24252/el-iqthisady.vi.46512>.

Novelty penelitian ini berada pada penggunaan prinsip ihsan sebagai fokus utama evaluasi etika bisnis, bukan hanya prinsip *ṭayyib* sebagaimana lazim digunakan dalam penelitian sebelumnya. Selain itu, penelitian ini mengombinasikan analisis keluhan konsumen dengan kajian penerapan etika bisnis Islam pada usaha kecil yang belum pernah diteliti secara spesifik pada Thoriqul Huda Mart. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur terkait implementasi etika bisnis Islam, khususnya pada usaha kecil, serta memberikan gambaran tentang praktik etika bisnis, kesesuaiannya dengan prinsip syariah, dan dampaknya terhadap pengembangan usaha di Thoriqul Huda Mart Kandangan, Kebonsari, Madiun.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka ada beberapa rumusan masalah, diantaranya yaitu:

1. Bagaimana Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart?
2. Bagaimana Dampak Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Menganalisis Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart.

2. Menganalisis Dampak Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart.

D. Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat, adapun manfaat yang bisa diperoleh sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini bermanfaat untuk memberikan tambahan informasi dan pengetahuan perihal implementasi etika bisnis Islam.
- b. Sebagai referensi dan bahan acuan bagi pengembangan penelitian selanjutnya dalam bidang yang serupa.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini bisa memberikan manfaat, adapun manfaat yang diharapkan dapat diperoleh sebagai berikut:

a. Bagi Akademis

- 1) Menambah rujukan kepustakaan akademis bagi jurusan ekonomi syariah mengenai etika bisnis Islam.
- 2) Sumbangsih pemikiran mahasiswa kepada kampus selaku lembaga pendidikan dalam meningkatkan pengetahuan di bidang ekonomi khususnya pada etika bisnis Islam.

b. Bagi Penulis

Untuk memenuhi tugas skripsi dan memberikan kontribusi pemikiran bagi penulis serta memperdalam pengetahuan mengenai etika bisnis Islam.

c. Bagi minimarket

Diharapkan dengan penelitian ini mampu memberikan acuan bagi minimarket dalam pengembangan bisnis sesuai dengan syari'at Islam.

E. Studi Penelitian Terdahulu

Sebagai penguat penelitian, sejauh ini peneliti menemukan beberapa artikel jurnal dan penelitian skripsi terdahulu yang relevan mengenai “Etika bisnis Islam pada Thoriqul huda Mart kandangan, Kebonsari Madiun.” antara lain:

1. Jurnal yang ditulis Nuriyah Nuraini dan Yunaita Rahmawati (2022), dengan judul “Analisis etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli di pasar klitik Kismantoro Kabupaten Wonogiri”. Permasalahan dalam

penelitian berawal dari ketidak jujuran para pedagang dalam melakukan transaksi jual beli dimana pedagang masih melakukan kecurangan dengan mengurangi timbangan dan memberikan kualitas produk yang tidak sesuai. Hasil penelitian ini adalah sepenuhnya para pedagang belum menerapkan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli yang dilakukan dimana prinsip kebebasan ekonomi dan perilaku terpuji yang telah diterapkan para pedagang. Melainkan dari sisi segi keadilan belum diterapkan sepenuhnya oleh para pedagang dipasar Klitik dimana masih terdapat kecurangan yang dilakukan seperti halnya ketidak jujuran terhadap barang dan terhadap takaran. Jenis pengumpulan data yang digunakan Field Research dengan teknik wawancara dan observasi.¹⁹ Perbedaan penelitian terdapat pada fokus penelitian. Persamaan penelitian sama-sama tentang etika bisnis Islam.

2. Jurnal yang ditulis Nurul Khoir Istiqomah dan Maulida Nurhidayat (2022) dengan judul “pengaruh penerapan etika bisnis Islam dan kualitas pelayanan terhadap kepercayaan dan kepuasan konsumen pada rumah laundry di desa Biting Badegan Ponorogo” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dalam penerapan etika bisnis Islam dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen dalam meningkatkan baik itu kepercayaan maupun kepuasan konsumen pada rumah laundry . pengumpulan data berupa wawancara dan penyebaran

¹⁹ Nuriyah Nuraini and Yunaita Rahmawati, *analisis etika bisnis islam dalam transaksi jual beli di pasar Klitik Klismantoro Kabupaten Wonogiri*, 2, no. 2 (2022): 259–67.

kuisioner dengan metode aplikasi pendukung *Eview 12* dan *Spss*.²⁰ Persamaan penelitian sama-sama melakukan penelitian tentang etika bisnis Islam. Perbedaan penelitian dalam penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif sedangkan penulis menggunakan metode kualitatif.

3. Jurnal yang ditulis oleh Yudha Nur Imron dan Ely Masykuroh (2023), dengan judul “implementasi etika bisnis Islam pada pemasaran *Marketplace* shopee”. Hasil penelitian Penelitian ini menunjukkan bahwa sistem pemasaran di Shopee Marketplace selaras dengan prinsip etika bisnis Islam, khususnya dalam hal etika persatuan dan kebebasan berkehendak. Promosi yang diterapkan bersifat inklusif dan tidak memaksa, sehingga memberi kesempatan yang sama bagi seluruh konsumen. Namun, ditemukan praktik manipulasi harga oleh sebagian penjual, seperti menaikkan harga sebelum diskon, yang dapat merugikan konsumen dan menimbulkan ketidakseimbangan pasar. Selain itu, penggunaan testimoni dari konsumen dan kurir dinilai kurang mencerminkan prinsip akuntabilitas dan kebenaran, terutama ketika produk yang dijual tidak sesuai dengan deskripsi atau mendekati masa kedaluwarsa. Strategi promosi seperti bonus dan potongan harga memang berupaya mengurangi kerugian konsumen, namun dalam beberapa kasus justru berpotensi melanggar nilai keseimbangan dan

²⁰ nurul khoir Istiqomah and Maulida Nurhidayati, “Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Dan Kepuasan Konsumen Pada Rumah Laundry Di Desa Biting Badegan Ponorogo,” *Al-Intifaq* 2, no. 1 (2022).

kejujuran dalam etika bisnis Islam. Penelitian ini menggunakan data mining untuk pengujian, klasifikasi, verifikasi, analisis, dan penarikan kesimpulan.²¹

4. Skripsi yang ditulis Indah Rostyaningrum dan Said Abadi (2021). Dengan judul “penerapan etika bisnis Islam pada pedagang bawang merah di pasar Kedung Banteng Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik transaksi pedagang bawang merah di Pasar Kedungbanteng belum sepenuhnya menerapkan etika bisnis Islam, meskipun secara umum proses jual beli telah berlangsung dengan baik. Pedagang telah menjalankan prinsip-prinsip dasar seperti kejujuran, menjauhi penipuan, serta menghindari praktik najasy. Namun, masih ditemukan kelemahan dalam penerapan sikap amanah dan dalam menghindari persaingan tidak sehat. Selain itu, sebagian pedagang belum sepenuhnya memahami dan menerapkan prinsip keseimbangan, tanggung jawab (responsibility), dan ihsan. Sementara itu, prinsip tauhid dan kehendak bebas (free will) telah diterapkan dengan baik dalam aktivitas perdagangan sehari-hari.²²
- Persamaan penelitian sama focus penelitian terhadap penerapan etika bisnis Islam. Perbedaan penelitian lokasi penelitian.

5. Jurnal yang ditulis oleh Ismawati Asmi, Sriati Permata (2020), dengan

²¹ Yudha Nur Imron and Ely Masykuroh, “Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pemasaran Marketplace Shopee,” *Journal of Economics, Law, and Humanities* 2, no. 1 (2023).

²² indah rostyningrum and said abadi, “PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA PERDAGANGAN BAWANG MERAH DI PASAR KEDUNGBANTENG KECAMATAN SUKOREJO KABUPATEN PONOROGO” (skripsi, IAIN Ponorogo, n.d.).

judul “tinjauan etika bisnis Islam dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pusat kuliner di jalan tondong kecamatan sinjai utara”. Hasil penelitian ini adalah etika bisnis sangatlah penting diterapkan hal ini memberikan kontribusi yang baik terutama terhadap loyalitas para pelanggan, loyalitas yang diberikan kepada suatu usaha tentunya bisa berupa memberikan pelayanan yang terbaik untuk para pelanggannya. ketika suatu usaha menerapkan etika bisnis terhadap loyalitas pelanggan tentunya akan membawa kesuksesan di kemudian hari yang akan didapatkan. Penelitian tersebut bersifat deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan datanya melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.²³ Persamaan penelitian tersebut adalah metode dan teknik pengumpulan data yang digunakan, serta menunjukkan dampak yang baik bagi perkembangan usaha. Perbedaan dengan penelitian penulis adalah lokasi penelitian dan fokus penelitian, di mana penelitian tersebut peningkatan loyalitas pelanggan dan penelitian penulis dalam menerapkan etika bisnis.

6. Jurnal yang ditulis oleh Mubarroh Azizah (2020), dengan judul “Implementasi etika Bisnis islam dalam transaksi jual beli barang di toko online shopee”. Jenis penelitian yang digunakan kualitatif deskriptif dengan cara berpikir induktif, serta teknik pengumpulan datanya melalui kepustakaan dokumentasi dan wawancara. Latar belakang penelitian

²³ Srianti Permata and Ismawati Azmi, “Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pusat Kuliner Di Jalan Tondong Kecamatan Sinjai Utara,” *Jurnal Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 5, no. 1 (April 30, 2020): 5–8,

adalah ketidak sesuaian produk yang disediakan di etalase toko dengan barang yang dikirim ke konsumen selain itu para penjual juga tidak memberikan deskripsi produk secara lengkap. Hasil penelitian diketahui bahwa dalam etika bisnis Islam yang dilakukan di shopee belum sepenuhnya melakukan etika bisnis Islam, karena masih banyaknya para penjual melakukan kebohongan yang menyebabkan kerugian pada salah satu pihak.²⁴ Persamaan penelitian tersebut adalah metode, teknik pengumpulan data dan sumber data yang digunakan. Perbedaan dengan penelitian penulis adalah lokasi penelitian dan fokus penelitian.

7. Skripsi yang ditulis oleh Duratun Nafis (2019), dengan judul “Implementasi etika bisnis islam dalam usaha rumah makan (studi kasus usaha rumah makan wong solo batoh Kec, Lueng bata Kota Banda Aceh.” Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan tekhnik pengumpulan data menggunakan obsevasi, wawancara dan dokumentasi. Latar belakang penelitian ini adalah semakin berkembangnya gaya hidup yang ingin serba cepat saji, karena semakin banyaknya perusahaan rumah makan dan persaingan bisnis yang semakin ketat dapat membuat para pelaku bisnis melakukan kecurangan hanya karena ingin mendapatkan keuntungan individu. Hasil penelitian ditemukan bahwa rumah makan wong solo telah menerapkan dengan baik, hal ini dapat diketahui dari kejujuran, bertanggung jawab, ramah

²⁴ Mabarroh Azizah, *Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daring Di Toko Online Shopee*, 10, no. 1 (2020): 84–94.

dan komunikatif, selain itu eumah makan wong solo juga mempunyai slogan *Halalan Thoyiban* dalam bisnisnya.²⁵ Persamaan penelitian tersebut adalah metode, teknik pengumpulan data dan sumber data yang digunakan. Perbedaan dengan penelitian penulis adalah lokasi penelitian dan fokus penelitian.

8. Jurnal yang ditulis oleh Tyas Fariha Syahputri dan Sri Abidah Suryaningsih (2022), dengan judul “implementasi etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli sembako di pasar kedurus surabaya”. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif, dengan tehnik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Latar belakang penelitian ialah semakin banyaknya permintaan sembako yang semakin tinggi membuat para pedagang di pasar kedurus surabaya belum sepenuhnya menerapkan etika bisnis Islam, hal tersebut dapat diketahui karena masih banyak para pedaganag yang melakukan kecurangan, penipu dan keramahan kepada pelanggan. Hasil penelitian ditemukan bahwa para pedagang pasar kedurus hanya menerapkan empat prinsip etika diantaranya, kesatuan, prinsip keseimbangan, prinsip kehendakan bebas, dan prinsip tanggung jawab. Dalam prinsip kejujuran dan kebenaran belum diterapkan oleh para pedagang, hal ini membuat para pembeli kurang mendapatkan informasi

²⁵ Duratun Nafis, “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Usaha Rumah Makan (Studi Kasus Usaha Rumah Makan Wong Solo Batoh, Kec. Lueng Bata Kota Banda Aceh)” (skripsi, UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2019),

terkait barang yang hendak dibeli.²⁶ Persamaan penelitian tersebut adalah metode penelitian, fokus penelitian Perbedaan penelitian ini adalah lokasi penelitian.

9. Jurnal Nurul Tari Rahmawati, Mulyadi Kosim dan Sutisna (2023), dengan judul “Implementasi etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli di pasar tradisional, (studi kasus pasar leuwilang kab. Bagor”. permasalahan penelitian tersebut ialah pasar menjadi tempat transaksi jual beli yang banyak diminanti di masyarakat meskipun ada beberapa toko sembako yang menyediakan produk-produk keseharian tetapi pasar tetap menjadi tempat yang dirasa memiliki jumlah komoditas yang lengkap selain itu juga memberikan harga yang lebih murah dibandingkan dengan minimarket hal tersebut membuat para pembeli lebih memilih berbelanja di pasar. Tetapi hal tersebut sangat disayangkan karena masih banyak orang yang kurang memahami etika bisnis Islam dalam melakukan transaksi jual beli di pasar tradisional. Hasil penelitian ini adalah bahwa mayoritas para pedagang dipasar leuwilang telah mengetahui etika bisnis Islam tetapi hanya segelintir pedagang yang telah menerapkan etika bisnis Islam, hal tersebut dapat diketahui masih banyak para pedagang yang melakukan kecurangan timbangan, melakukan penimbunan barang, dan melakukan monopoli

²⁶syahputri fariha tyas and suryaningsih abidah sri, “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Sembako Di Pasar Kedurus Surabaya,” *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 5, no. 1 (2022): 148–57.

perdagangan.²⁷ Persamaan penelitian tersebut adalah kualitatif deskriptif. Penelitian tersebut memiliki kesamaan adanya pembahasan bisnis Islam. Perbedaan dengan penelitian penulis adalah lokasi penelitian.

10. Skripsi yang ditulis oleh Sili Juanita (2021), dengan judul “Implementasi Etika Bisnis Islam di Toko Basmalah Cabang Ajung (Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Jember, 2021).” Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa etika bisnis islam yang diterapkan pada toko Basmalah Cabang Ajung pada umumnya telah sesuai dengan etika bisnis yang diajarkan dalam islam. Toko Basmalah Ajung telah mengimplementasikan prinsip-prinsip etika bisnis islam dalam aktivitas usahanya dengan sebaik mungkin. Yang terdiri dari beberapa prinsip yakni : 1) Jujur dalam takaran dengan cara memastikan takaran pada produk dari Toko Basmalah Cabang Ajung sesuai, karena sudah dikemas sedemikian rupa dari pabrik. 2) Menjual barang yang baik mutunya (quality) dengan cara memasok barang yang tidak rusak dan cacat serta barang sudah berlabel MUI dan berasal dari perusahaan yang sudah dikenal publik. 3) Tidak menggunakan sumpah (al-qasm).

²⁷ Nurul Tari Rahmawati, Mulyadi Kosim, and Sutisna Sutisna, “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional:,” *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 4, no. 4 (December 25, 2022): 895–801,

4) Longgar dan bermurah hati (tatsamuh dan taraahum) dengan cara memberikan pelatihan *excele service* bagi karyawan toko dan melakukan evaluasi setiap harinya. 5) Membangun hubungan baik (interrelationship/silat al-rahym) antara kolega dengan cara merangkul pelaku UMKM dengan cara mendistribusikan produknya dan merangkul pedagang kelontongan dengan menjadi tempat kulakan dengan harga yang bersahabat. 6) Tertib administrasi dengan cara mencatat semua transaksi yang terjadi di Toko Basmalah Ajung secara komputerisasi. 7) Menetapkan harga dengan transparan dengan cara menetapkan 3 jenis harga yang sudah diketahui oleh kebanyakan pelanggan Toko Basmalah Cabang Ajung yaitu harga pembeli ecer, harga bagi pembeli yang membayar menggunakan kartu e-mall dan harga grosir

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian ini adalah keduanya sama-sama meninjau implementasi etika bisnis islam dalam kegiatan usaha.²⁸ Perbedaannya adalah penelitian di atas objek penelitiannya di Toko Basmalah Cabang Ajung Kabupaten Jember. Sedangkan penelitian ini objek penelitiannya di Thoriqul Huda Mart Kandangan Kabupaten Madiun.

11. Jurnal Dyah Ayu Rahmawati, Muhammad Ersya Faraby (2023)

“Implementasi etika bisnis Islam pedagang muslim pada destinasi

²⁸ Sili Juanita “Implementasi Etika Bisnis Islam di Toko Basmalah Cabang Ajung Kabupaten Jember”(Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Jember, 2021).

wisata pantai lombang” tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui etika bisnis Islam para pelaku pedagang muslim yang berada di sekitaran wisata pantai lombang. Metode penelitian menggunakan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian observasi wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian tersebut bahwa para pedagang telah menerapkan etika bisnis Islam hal tersebut dibuktikan dengan adanya para pelaku yang telah menerapkan prinsip kejujuran di mana pedagang memberitahukan barang yang akan mereka jual kepada konsumen, selain itu pedagang juga telah menerapkan prinsip kehendak bebas, tanggung jawab dan prinsip ihsan. Meskipun demikian masih ada juga para pedagang yang belum menerapkan etika bisnis Islam hal tersebut dikarenakan para pedagang belum mengetahui literasi etika bisnis Islam yang membuat mereka belum sepenuhnya menerapkan etika bisnis Islam, meskipun demikian mereka telah menjual barang dagangan dengan para pedagang lainnya.²⁹ Persamaan penelitian tersebut sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif objek penelitian. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian tersebut adalah lokasi penelitian.

12. Jurnal Hamidah, Afifudin Harun Ar Rasyid (2022). “Implementasi etika bisnis Islam dalam promosi produk (studi kasus proyek power crispy studi independen bersertifikat e-commerce batch 2)”. Tujuan penelitian

²⁹Rahmawati ayu dyah and Farabyersya muhammad, “Implementasi Etika Bisnis Islam Pedagang Muslim Pada Destinasi Wisata Pantai Lombang,” *Jurnal Industri Pariwisata* 5, no. 2 (2023): 209–16,

tersebut ialah untuk mengetahui tentang bagaimana implementasi etika bisnis Islam dalam melakukan promosi produk. Metode penelitian menggunakan metode kualitatif dengan teknik wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian tersebut adalah bahwa perepan etika bisnis Islam telah diterapkan dalam produksi yang dilakukan, hal tersebut dibuktikan dengan nilai ikhlas, kejujuran promosi yang bermakna dan tanggung jawab. Promosi yang dilakukan perusahaan tidak melebih-lebihkan barang, tidak melanggar aturan promosi Islam, tidak merugikan pihak dan barang yang dijual sesuai dengan produk yang dipromosikan.³⁰ Persamaan sama-sama menggunakan metode kualitatif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian tersebut adalah lokasi penelitian.

13. Jurnal Muhammad Arif, Muhammad Ikhsan Harahap, Orra Venta Ramdhany Harahap (2023). “Analisis implementasi nilai etika bisnis Islam pada perusahaan properti syariah PT. Noor Eeman Nusantara Medan.” Metode penelitian menggunakan deskriptif analisis data kualitatif pengumpulan data yang digunakan observasi, wawancara kuesioner dan dokumentasi. Tujuan penelitian untuk mengetahui implementasi nilai-nilai etika bisnis Islam dan kendala pada perusahaan properti syariah yang dilakukan perusahaan properti syariah. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa perusahaan properti syariah PT.

³⁰Harun Al Rasyid, “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Promosi Produk” 3, no. 2 (2022),. Rasyid, *Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Promosi Produk*, 424–30.

Noor Eenam Nusantara telah menerapkan etika bisnis Islam dalam menjalankan bisnisnya, kendala yang dialami masih kurangnya pemahaman terhadap masyarakat akan bahaya riba', masih terjadi penipuan properti syariah.³¹ Persamaan penelitian sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian tersebut adalah obyek dan lokasi penelitian.

14. Jurnal yang ditulis Kristianto Dwi Estijiyandono, Siradjuddin, Abd Wahid Haddade (2019). “ etika bisnis jual beli online dalam perspektif Islam” permasalahannya dengan transaksi yang sekarang bisa dilakukan dengan gadget tentunya mempermudah para penjual untuk menjual barangnya dan pembeli akan lebih mudah untuk mencari barang yang diinginkannya tetapi hal tersebut membuat para pelaku bisnis untuk memajang foto dengan barang yang begitu bagus tetapi barang yang dikirimkan untuk para penjual tidak sesuai dengan foto yang dipajang. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimna etika bisnis yang diterapkan oleh para penjual online yang melakukan tarnsaksi di toko online tokopedia.com. metode penelitian ini menggunakan penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif yaitu dengan melakukan wawancara 2 penjual yang memiliki rating 4,5. Hasil

³¹Arif, Muhammad, “Analisis Implementasi Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam Pada Perusahaan Properti Syariah PT. Noor Eeman Nusantara Medan,” *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan* 1, no. 2 (April 2023): 80–86, https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:xm8V5NbO-e4J:scholar.google.com/+etika+bisnis+Islam&hl=id&as_sdt=0,5&as_ylo=2023.

penelitian tersebut menunjukkan bahwa para pelaku telah menerapkan etika bisnis Islam, yaitu prinsip keadilan, prinsip kehendakan bebas, prinsip tanggung jawab dan prinsip kebenaran.³² Persamaan penelitian tersebut sama-sama meneliti tentang etika bisnis Islam dan metode penelitian. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian tersebut adalah obyek dan lokasi penelitian.

15. Jurnal Siti Hofifah (2020) “analisis persaingan usaha pedagang musiman di Ngebel Ponorogo ditinjau dari perspektif etika bisnis Islam” tujuan penelitian tersebut adalah untuk mengetahui persaingan usaha yang dilakukan oleh para pedagang di Ngebel Ponorogo dalam perspektif etika bisnis Islam. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan pendekatan wawancara dan kajian literatur. Hasil penelitian tersebut adalah bahwa sebagian para pedagang tidaklah memperhatikan etika bisnis Islam hal tersebut dikarenakan banyak para pedagang yang hanya menginginkan untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya, selain itu para pedagang juga melakukan kecurangan dalam memberikan timbangan dan kualitas barang.³³ Persamaan penelitian sama-sama menggunakan menggunakan metode kualitatif. Perbedaan penelitian lokasi penelitian.

16. Jurnal Pratantia Aviatri, Ayunda Putri Nilasari (2021) “Analisis

³² Kristianto Dwi Estijayandono, “Etika Bisnis Jual Beli Online Dalam Perspektif Islam,” *JURNAL HUKUM EKONOMI SYARIAH* 3, no. 1 (2019): 54–67, <https://doi.org/10.26618/j-hes.v3i1.2125>.

³³ Siti Hofifah, “Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman Di Ngebel Ponorogo Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam,” *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 3, no. 2 (2020): 38–43, [https://doi.org/10.25299/syarikat.2020.vol3\(2\).6469](https://doi.org/10.25299/syarikat.2020.vol3(2).6469).

implementasi etika bisnis terhadap kelangsungan usaha perusahaan dagang” penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan etika bisnis pada usaha dagang dalam kelangsungan suatu usaha, tidak hanya mendapatkan laba tetapi juga terkait perkembangan usaha kedepannya dalam waktu panjang. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik observasi dan studi kepustakaan. Hasil penelitian tersebut adalah bahwa suatu perusahaan bisnis dagang bisa berkembang karena menerapkan etika bisnis, hal tersebut karena perusahaan-perusahaan menghindari kecurangan-kecurangan yang justru membawa hal yang bisa merugikan perusahaan.³⁴ Persamaan penelitian sama-sama menggunakan metode kualitatif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian tersebut pada obyek dan lokasi penelitian.

17. Jurnal Bayu Kurniawan Dwiatma (2019) “Etika bisnis Islam dalam pelayanan haji dan umroh”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana etika bisnis Islam yang diterapkan dalam memberikan pelayanan ibadah haji dan umroh pada PT. Aztour. Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan dengan didukung metode penelitian deskriptif. Hasil penelitian memberikan hasil bahwa PT Haztour telah menerapkan etika bisnis Islam hal tersebut dapat diketahui bahwa PT. Haztour telah menerapkan kejujuran nilai kerendahan hati, menepati

³⁴ Pratantia Aviatri and Ayunda Putri Nilasari, “Analisis Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kelangsungan Usaha Perusahaan Dagang,” *Accounthink : Journal of Accounting and Finance* 6, no. 02 (2021): 201–3, <https://doi.org/10.35706/acc.v6i02.5621>.

janji dan nilai tanggung jawab.³⁵ Persamaan penelitian sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaan penelitian pada lokasi penelitian.

18. Jurnal Sayid Bahri Sriwijaya (2020) “Implementasi etika bisnis pada posco” penelitian ini bertujuan untuk penerepan dan manfaat etika bisnis di posco. Metode penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa posco telah menerapkan etika bisnis karena posco berprinsip bahwa etika bisnis merupakan nilai perusahaan. Etika bisnis memberikan dampak positif terhadap bisnis posco yang menjadi perusahaan yang kompetitif.³⁶ Persamaan penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaan pada lokasi penelitian.
19. Abdul Rahman dan Nurfadila (2019). Implementasi etika bisnis Islam pada usaha jual beli cabai (studi kasus petani dikelurahan Alehauae Kecamatan Sinjai. Penelitian bertujuan untuk mengetahui etika bisnis Islam pada usaha jual beli cabai di kelurahan Alehanuae. Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data, wawancara serta dokumentasi. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa aktivitas jual beli cabai di kelurahan Alehanuae telah menerapkan etika bisnis Islam dengan ditunjukan transparansi produk dengan menggunakan sampel untuk pembeli selain itu juga

³⁵ Dwitama Kurniawan Bayu, “Etika Bisnis Islam Dalam Pelayanan Haji Dan Umroh,” *Jurnal Ilmu Dakwah Dan Pembangunan* 19, no. 1 (2019): 60–68.

³⁶ Sayid Bahri Sriwijaya, “Penerapan Etika Bisnis Pada Posco,” *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 1, no. 4 (2020): 370–76, <https://doi.org/10.31933/jemsi.v1i4.121>.

memisahkan antara cabai segar dan yang cabae kurang segar.³⁷

Persamaan penelitian sama-sama menggunakan metode kualitatif.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian tersebut ialah pada obyek dan lokasi penelitian.

20. Jurnal Siti Amelia, Muhammad Iqbal Fasan dan Suharto (2022).

Pengaruh implementasi etika binsis, konsep distribusi pada umkm terhadap profitabilitas dalam perspektif ekonmi Islam. Penelitian bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi etika bisnis Islam, konsep produksi, dan distribusi bagi umkm. Tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana implemenetasi etika binsis Islam, konsep produksi, dan distribusi penelitian ini menggunkana metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam melakukan produksi dengan menerapkan etika bisnis Islam akanmembawa dampak yang signifikan terhadap kemajuan usaha (UMKM).³⁸ Persamaan penelitian sama-sama menggunakan metode kualitatif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian tersebut ialah pada obyek dan lokasi lokasi penelitian selain itu dalam penelitian terdahulu telah mengeksplorasi dampak etika bisnis islam pada UMKM dan pada kinerjanya.

³⁷ Abd Rahman and Nurfadillah, "Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Usaha Jual Beli Cabai (Studi Kasus Petani Di Kelurahan Alehanuae Kecamatan Sinjai Utara)," *Jurnal Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 4, no. 1 (2019): 12–22, <https://doi.org/10.47435/adz-dzahab.v2i1.341>.

³⁸ Siti Amelia, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto, "Pengaruh Implementasi Etika BIsnis, Konsep Produksi Dan Distribusi Pada UMKM Terhadap Profitabilitas Dalam Prespektif Ekonomi Islam," *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi* 1, no. 4 (Januari 1, 2022): 305–13, <https://doi.org/10.53625/juremi.v1i4.729>.

Berdasarkan telaah terhadap dua puluh penelitian terdahulu, seluruh penelitian tersebut sama-sama membahas etika bisnis Islam, namun memiliki fokus, objek, dan konteks yang berbeda dengan penelitian ini. Penelitian sebelumnya meninjau etika bisnis pada pasar tradisional, rumah makan, UMKM, toko online, marketplace, hingga berbagai jenis usaha lainnya, baik dengan pendekatan kualitatif maupun kuantitatif. Tidak satu pun penelitian yang secara khusus mengkaji implementasi etika bisnis Islam pada minimarket lokal Thoriqul Huda Mart di Desa Kandangan, Kecamatan Kebonsari, Kabupaten Madiun, baik dari sisi kejujuran, tanggung jawab, keseimbangan, maupun praktik pelayanan kepada konsumen. Dengan demikian, penelitian ini memiliki kebaruan karena menghadirkan fokus kajian yang belum pernah diteliti sebelumnya pada lokasi, objek, dan fenomena yang berbeda, sehingga penelitian ini layak dilakukan dan memberikan kontribusi ilmiah yang signifikan terhadap kajian etika bisnis Islam di tingkat usaha ritel lokal.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

a. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*), yaitu suatu metode penelitian yang dilakukan secara langsung di lapangan untuk mengamati dan memahami fenomena yang terjadi dalam konteks kehidupan nyata. Peneliti terjun langsung ke

lokasi penelitian guna memperoleh data secara faktual dan mendalam melalui wawancara, serta dokumentasi, sehingga hasil yang diperoleh mencerminkan kondisi riil yang sedang diteliti.³⁹ Penelitian lapangan merupakan suatu kajian yang dilakukan secara mendalam terhadap unit sosial tertentu, yang hasilnya memberikan pemahaman menyeluruh mengenai karakteristik unit tersebut. Sementara itu, penelitian kualitatif merupakan suatu prosedur yang menghasilkan data deskriptif, baik dalam bentuk kata-kata tertulis maupun lisan dari individu, serta perilaku yang diamati langsung oleh peneliti berdasarkan aktivitas yang berlangsung di lapangan.⁴⁰

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang secara langsung dilakukan di Thoriqul Huda Mart Kandangan sebagai lokasi utama penelitian. Melalui metode ini, peneliti dapat mengamati dan memahami fenomena nyata yang berkaitan dengan implementasi etika bisnis Islam dalam aktivitas jual beli di minimarket tersebut. Peneliti terjun langsung ke lapangan untuk memperoleh data faktual dan mendalam melalui wawancara, serta dokumentasi, sehingga gambaran mengenai praktik kejujuran, tanggung jawab, keseimbangan, pelayanan, dan prinsip etika lainnya dapat terlihat sesuai kondisi riil. Sebagai penelitian kualitatif, data yang dihasilkan berupa deskripsi dalam bentuk kata-kata, baik lisan maupun tertulis dari

³⁹ kartono kartini, *Pengantar Metodologi Reserach Sosial* (Alumni, 1980), 27.

⁴⁰ Sudarman Darmin, *Menjadi Penelitian Kualitatif* (Pustaka, 2022), 55.

informan, serta perilaku yang diamati secara langsung, sehingga memberikan pemahaman menyeluruh mengenai bagaimana etika bisnis Islam diterapkan oleh pengelola maupun karyawan Thoriqul Huda Mart. Pendekatan ini digunakan untuk menggali informasi secara komprehensif terkait latar belakang, situasi, interaksi, serta praktik usaha yang berlangsung, sehingga mampu memberikan gambaran mendalam tentang implementasi etika bisnis Islam pada unit usaha ritel lokal tersebut.

b. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk memahami dan menggambarkan secara mendalam fenomena sosial dalam konteks alami. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi makna, nilai, dan persepsi subjek penelitian melalui interaksi langsung, sehingga memperoleh pemahaman yang komprehensif terhadap realitas sosial yang diteliti. Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus, yang difokuskan pada satu kasus tertentu, yaitu Thoriqul Huda Mart. Studi kasus memungkinkan peneliti untuk melakukan analisis mendalam terhadap dinamika sosial, interaksi antar pelaku pasar, serta penerapan nilai-nilai tertentu dalam praktik bisnis sehari-hari. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat menggali secara rinci bagaimana praktik bisnis di Thoriqul Huda Mart mencerminkan nilai-nilai etika bisnis Islam, serta memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penerapan nilai-nilai

tersebut dalam konteks sosial dan budaya setempat.

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, dengan tujuan untuk menggambarkan pemahaman dan implementasi etika bisnis Islam dalam perilaku pedagang di Thoriqul Huda Mart. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, catatan lapangan, serta dokumen pribadi dan resmi, kemudian disajikan dengan kutipan-kutipan untuk memperkuat temuan. Untuk mencapai tujuan penelitian, peneliti melakukan observasi langsung ke lapangan guna memperoleh informasi mendalam mengenai bagaimana pedagang memahami dan menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam aktivitas sehari-hari mereka.

2. Lokasi/Tempat Penelitian

Lokasi penelitian merupakan wilayah tertentu yang dijadikan penelitian sebagai objek penelitian yang dipaparkan secara spesifik, rinci, dan kenyataan. Penelitian akan mengemukakan pendapat yang masuk akal memilih lokasi.⁴¹ Lokasi penelitian dilakukan berada di Thoriqul Huda Mart yang menjadi bagian dari Usaha Koperasi Pondok Pesantren Thoriqul Huda Kandangan Kecamatan Kebonsari Kabupaten Madiun. Pemilihan Thoriqul Huda Mart sebagai objek penelitian didasarkan pada beberapa alasan yang menarik. Pertama, Thoriqul Huda Mart merupakan minimarket lokal yang berada di lingkungan pedesaan, sehingga penerapan etika bisnis Islam di tempat ini belum banyak dieksplorasi dibandingkan minimarket modern atau pasar tradisional. Kedua, usaha ini melayani

⁴¹ Wahidmurni, *Pemaparan Metode Penelitian Kualitatif* (Ekp, 2017).

masyarakat sekitar dengan model penjualan yang lebih dekat secara sosial, sehingga interaksi antara pedagang dan konsumen berlangsung secara personal dan memungkinkan analisis etika bisnis Islam dilakukan secara lebih nyata. Ketiga, Thoriqul Huda Mart menjadi pusat pemenuhan kebutuhan harian masyarakat setempat, sehingga penerapan nilai kejujuran, amanah, keadilan, serta tanggung jawab memiliki pengaruh langsung terhadap kepercayaan konsumen dan keberlangsungan usaha. Faktor-faktor tersebut menjadikan lokasi penelitian ini relevan dan penting untuk dikaji.

3. Data dan Sumber Data

a. Data

Data dalam penelitian ini bersifat kualitatif, yaitu data yang disajikan dalam bentuk kata-kata, kalimat, atau gambar yang menggambarkan makna dan fenomena sosial secara mendalam. Adapun data yang dibutuhkan dalam penelitian ini mencakup:

- 1) Bagaimana implementasi etika bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart.
- 2) Bagaimana Dampak Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart.

Data kualitatif dalam penelitian ini berasal dari berbagai sumber, antara lain dokumen resmi dari pengelola Thoriqul Huda Mart, hasil wawancara dengan narasumber yang mewakili pedagang dan pengelola pasar, serta observasi langsung terhadap perilaku dan peristiwa yang berkaitan dengan pemahaman dan praktik etika bisnis Islam di kalangan

pengelola. Selain itu, lokasi penelitian di Thoriqul Huda Mart menjadi konteks sosial budaya yang mendukung pemahaman aktivitas bisnis. Dokumentasi berupa gambar atau foto objek penelitian, aktivitas lapangan, dan temuan selama proses penelitian juga digunakan sebagai sumber data tambahan. Keseluruhan data ini membantu menganalisis bagaimana pedagang memahami dan menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam kegiatan sehari-hari mereka.

b. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, sebagai berikut:

1) Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari objek langsung maupun diperoleh langsung dari peneliti⁴². Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui observasi langsung dan wawancara mendalam kepada informan yang memiliki keterlibatan langsung di Thoriqul Huda Mart. Informan tersebut meliputi karyawan, pengelola, pemilik, serta masyarakat sekitar yang dianggap relevan dengan topik penelitian. Data ini menjadi sumber utama dalam memahami secara mendalam praktik dan pemaknaan etika bisnis Islam dalam konteks aktivitas perdagangan di pasar tersebut.

2) Data Sekunder

⁴² Sumadi Suryabrata, *Metodelogi Penelitian* (Rajawali Press, 2012), 39.

Data sekunder dalam penelitian ini merujuk pada data yang telah tersedia dalam bentuk yang sudah jadi, yang dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain. Biasanya data ini diperoleh dari berbagai publikasi, seperti buku, jurnal ilmiah, laporan lembaga, dokumen resmi, maupun sumber tertulis lainnya yang relevan dengan topik penelitian. Data sekunder berperan sebagai pelengkap untuk memperkuat analisis dan memberikan konteks terhadap temuan dari data primer.⁴³ Dalam penelitian ini, peneliti juga menggunakan data sekunder, yakni data yang berasal dari buku-buku, kitab, al- quran maupun hadits, yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini, sebagai berikut :

a. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi melalui pengajuan pertanyaan yang dilakukan lisan kepada narasumber. Teknik ini mendorong peneliti untuk melakukan komunikasi tatap muka maupun melalui media pendukung.⁴⁴ Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan kepada berbagai pihak yang terlibat langsung dalam aktivitas bisnis di Thoriqul Huda Mart, yang terdiri dari pemilik usaha, supervisor, beberapa karyawan, serta

⁴³ Benyamin Lakitan, *Metodologi Penelitian, Dalam Syaipan Djambak* (Universitas Sriwijaya, 1998), 77.

⁴⁴ Sugiyono, *Meotode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 137–38.

sejumlah konsumen dengan latar belakang usia dan pengalaman belanja yang berbeda. Narasumber internal meliputi pemilik toko, seorang supervisor, serta tiga karyawan dengan rentang usia produktif. Sementara itu, narasumber eksternal terdiri dari sembilan konsumen yang mewakili berbagai kategori, mulai dari konsumen dewasa muda, ibu rumah tangga, hingga konsumen berusia lanjut. Keragaman narasumber ini memberikan data yang lebih kaya dan komprehensif, sehingga peneliti dapat melihat praktik etika bisnis Islam dari sisi pelaku usaha maupun dari perspektif pengguna layanan.

Jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara semi-terstruktur, di mana peneliti menyiapkan daftar pertanyaan pokok sebagai pedoman agar proses wawancara tetap terarah pada fokus penelitian, yaitu pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam. Meskipun demikian, peneliti tetap memberikan keleluasaan kepada narasumber untuk menjelaskan pengalaman, persepsi, serta pandangannya secara lebih luas dan bebas. Dengan demikian, data yang diperoleh tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga mencerminkan kondisi nyata yang terjadi di lapangan. Selama proses wawancara, peneliti melakukan perekaman (dengan izin narasumber), mencatat respons penting, dan mengamati aspek nonverbal serta situasi lingkungan toko sebagai pendukung analisis. Melalui teknik wawancara yang mendalam ini, peneliti dapat memahami bagaimana etika bisnis Islam dipraktikkan, kendala yang terjadi, serta bagaimana interpretasi

konsumen terhadap layanan yang diberikan oleh Thoriqul Huda Mart.

5. Teknik Pengolahan Data

Pengolahan data adalah menyederhanakan data yang didapatkan supaya mudah untuk dipahami dan diterapkan. Sehingga dapat memperoleh kesimpulan untuk menjawab suatu permasalahan.⁴⁵ Data yang dipaparkan dalam pengolahan data berupa data mentah, sehingga pada pengolahan data harus meminimalisir kesalahan-kesalahan yang terjadi.⁴⁶ Proses pengolahan data yang telah diperoleh dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian pada hal-hal yang penting, penyederhanaan, pengabstrakan, serta transformasi data mentah yang diperoleh dari lapangan. Tahap ini bertujuan untuk merangkum data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi ke dalam konsep, kategori, dan tema yang relevan dengan fokus penelitian. Proses reduksi data dilakukan secara terus-menerus sejak data mulai dikumpulkan hingga penelitian selesai, sehingga peneliti dapat mempertajam fokus serta membedakan data yang penting dan tidak penting. Dalam penelitian ini, reduksi data dilakukan dengan memilah informasi yang terkait dengan pemahaman dan implementasi etika bisnis Islam di Koperasi Pondok Pesantren Thoriqul Huda, seperti

⁴⁵ Sri Wahyuni Hasibuan and DKK, *Metodologi Penelitian Bidang Muamalah Ekonomi Dan Bisnis* (CV Media Sains Indonesia, 2021), 147.

⁴⁶ Wahyu Hidayat Riyanto and Achmad Mohyi, *Metodologi Penelitian Ekonomi* (UMMPress, 2010), 100.

praktik kejujuran, tanggung jawab, pelayanan, hingga respon terhadap keluhan konsumen. Data yang telah direduksi kemudian menjadi dasar untuk memahami bagaimana penerapan etika bisnis Islam dilakukan serta bagaimana hal tersebut berkontribusi terhadap pengembangan koperasi.

b. Penyajian Data

Penyajian data merupakan tahap di mana data yang telah direduksi disusun secara sistematis agar mudah dibaca, dipahami, serta dianalisis lebih lanjut. Pada tahap ini, peneliti mengorganisasikan data dalam bentuk uraian deskriptif, tabel, dan kutipan wawancara sehingga hubungan antar data dapat terlihat dengan jelas. Penyajian data dilakukan dengan merangkum informasi pokok yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian menyusunnya berdasarkan tema-tema yang relevan dengan fokus penelitian. Dalam konteks penelitian ini, data disajikan sesuai aspek-aspek implementasi etika bisnis Islam di Koperasi Pondok Pesantren Thoriqul Huda, seperti penerapan prinsip kejujuran, tanggung jawab, pelayanan, ihsan, serta respon terhadap keluhan konsumen. Penyajian data yang terstruktur ini memudahkan peneliti dalam menafsirkan pola-pola perilaku pedagang dan pengalaman konsumen, sehingga proses analisis terhadap implementasi etika bisnis Islam dapat dilakukan secara tepat dan sesuai dengan rumusan masalah penelitian.

c. Kesimpulan (Verifikasi)

Tahap terakhir dalam analisis data adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Pada tahap ini, peneliti menafsirkan seluruh data yang telah direduksi dan disajikan untuk menemukan makna, pola, serta hubungan yang berkaitan dengan fokus penelitian. Kesimpulan diperoleh melalui proses berpikir yang terus menerus, yakni dengan membandingkan temuan lapangan dengan teori-teori etika bisnis Islam serta informasi yang diberikan oleh responden melalui wawancara, observasi, maupun dokumentasi. Verifikasi dilakukan secara berulang untuk memastikan bahwa kesimpulan yang ditarik benar-benar didukung oleh data yang valid dan konsisten. Dalam konteks penelitian ini, tahap penarikan kesimpulan bertujuan untuk menjawab pertanyaan utama, yaitu apakah Thoriqul Huda Mart telah menerapkan etika bisnis Islam dalam praktik operasionalnya. Melalui proses ini, peneliti dapat memahami sejauh mana prinsip-prinsip etika bisnis Islam seperti kejujuran, tanggung jawab, pelayanan yang baik, dan ihsan telah direalisasikan dalam aktivitas jual beli di Thoriqul Huda Mart.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun data secara sistematis yang telah diperoleh dari wawancara, observasi, dokumentasi atau teknik pengumpulan data lainnya dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melaksanakan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang akan dipelajari dan

penting, serta membuat suatu kesimpulan sehingga akan mudah dipahami.⁴⁷ Pada penelitian ini, peneliti menggunakan analisis data induktif, yaitu data dikategorikan menuju abstraksi yang lebih tinggi, kemudian melakukan sintesa hingga menjadi suatu kesimpulan.⁴⁸

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis data secara induktif, yaitu pengolahan data dimulai dari temuan-temuan khusus di lapangan menuju abstraksi atau pemahaman yang lebih umum. Data hasil wawancara dengan pemilik, supervisor, karyawan, dan konsumen Thoriqul Huda Mart dikategorikan ke dalam tema-tema seperti praktik kejujuran, tanggung jawab, pelayanan, respon terhadap keluhan, dan penerapan prinsip ihsan. Selanjutnya, setiap kategori dianalisis untuk melihat pola perilaku dan kondisi nyata yang terjadi dalam praktik bisnis. Melalui proses sintesis terhadap seluruh data tersebut, peneliti dapat menarik kesimpulan mengenai bagaimana penerapan etika bisnis Islam di Thoriqul Huda Mart dan sejauh mana prinsip-prinsip etika tersebut telah dijalankan dalam kegiatan operasional sehari-hari.

7. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Pengecekan keabsahan data adalah suatu proses yang penting dalam sebuah penelitian yang harus dilakukan oleh setiap peneliti. Selain itu, proses pengecekan ini memiliki manfaat yang sangat besar dalam setiap penelitian. Manfaat tersebut antara lain adalah dapat meminimalisir

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Alfabeta, 2017), 131.

⁴⁸ Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif* (CV. Syakir Media Press, n.d.), 99.

kesalahan data dari hasil penelitian, dengan demikian maka dapat dilakukan penyempurnaan terhadap kekurangan yang ada. Pengecekan keabsahan data penelitian menggunakan teknik-teknik berikut.

a. Perpanjangan Pengamatan

Peneliti kembali ke lapangan untuk melakukan pengamatan tambahan serta wawancara ulang dengan narasumber yang sama maupun narasumber baru. Langkah ini dilakukan sebagai bagian dari proses verifikasi data guna memastikan bahwa informasi yang telah diperoleh sebelumnya benar, konsisten, dan dapat dipertanggungjawabkan. Penelitian di Thoriqul Huda Mart, kunjungan kembali ke lapangan bertujuan untuk mengonfirmasi temuan awal mengenai penerapan etika bisnis Islam, seperti aspek kejujuran, tanggung jawab, pelayanan, dan respon terhadap keluhan konsumen. Melalui triangulasi data ini, peneliti dapat memperkuat keakuratan informasi, memperdalam pemahaman mengenai praktik bisnis yang berlangsung, serta memastikan bahwa kesimpulan yang nantinya dihasilkan benar-benar mencerminkan kondisi nyata yang terjadi di lapangan..

b. Ketekunan Pengamatan

Ketekunan pengamatan dilakukan dengan cara mengamati data secara cermat, mendalam, dan berkesinambungan agar informasi yang diperoleh benar-benar akurat. Dalam tahap ini, peneliti memastikan bahwa seluruh data yang terkumpul telah direkam secara sistematis,

baik melalui catatan lapangan, hasil wawancara, maupun dokumentasi lain yang relevan. Ketekunan pengamatan dilakukan untuk memeriksa kembali apakah terdapat kekeliruan, ketidaksesuaian, atau informasi yang perlu diklarifikasi dari hasil temuan awal di lapangan. Dalam penelitian ini, ketekunan pengamatan dilakukan untuk memastikan bahwa data mengenai implementasi etika bisnis Islam di Thoriqul Huda Mart, seperti kejujuran dalam transaksi, tanggung jawab terhadap konsumen, kebersihan produk, pelayanan, dan penerapan prinsip *ihsan* telah sesuai dengan kondisi nyata.

c. Triangulasi

Dalam proses pengecekan keabsahan data, pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik triangulasi, yaitu teknik pengecekan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data dengan tujuan mengecek atau membandingkan data tersebut. Tujuan dari triangulasi bukan untuk mencari kebenaran data, akan tetapi untuk menguji kredibilitas data juga peningkatan pemahaman peneliti terhadap apa yang ia temukan dengan cara membandingkan data dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data.⁴⁹

Dalam penelitian ini, triangulasi dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara dari pemilik, supervisor, karyawan, dan konsumen Thoriqul Huda Mart, kemudian mencocokkannya

⁴⁹ Lexy J. Moloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Edisi Revisi (PT Remaja Rosdakarya, 2012), 372.

dengan hasil observasi serta dokumentasi lapangan. Misalnya, pernyataan mengenai ketelitian dalam pelayanan, kebersihan produk, serta respon terhadap keluhan konsumen dibandingkan dengan kondisi nyata yang diamati langsung di toko. Dengan memanfaatkan triangulasi sumber dan triangulasi teknik, peneliti dapat memastikan bahwa temuan mengenai implementasi etika bisnis Islam benar-benar mencerminkan praktik yang berlangsung di Thoriqul Huda Mart, sehingga hasil penelitian memiliki tingkat kredibilitas yang tinggi.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan urutan dari beberapa uraian mengenai suatu permasalahan, supaya penelitian lebih terarah dan tujuan penelitian ini bisa tercapai, secara garis besar peneliti membagi lima bab sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, studi penelitian terdahulu, metode penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, teknik pengecekan keabsahan data, dan sistematika pembahasan. Pada bab ini untuk menguraikan argumen tentang pentingnya mengkaji fokus permasalahan yang dituangkan dalam perumusan masalah.

BAB II : KAJIAN TEORI

Bab ini berisi tentang kajian teori yang sesuai dengan rumusan masalah yaitu bagaimana implementasi etika bisnis Islam pada koperasi pondok pesantren thoriqul huda kandang serta dampak dari implementasi etika bisnis Islam pada koperasi pondok pesantren thoriul huda. bab ini ditujukan.

Untuk menguraikan dasar-dasar teori yang digunakan oleh peneliti untuk memperkuat rencana penelitian dan gambaran penelitian

BAB III : PAPARAN DATA

Bab ini berisi tentang data-data yang diperoleh berdasarkan instrumen yang telah ditentukan sebelumnya. Pada penelitian ini mengenai etika bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart Kandangan.

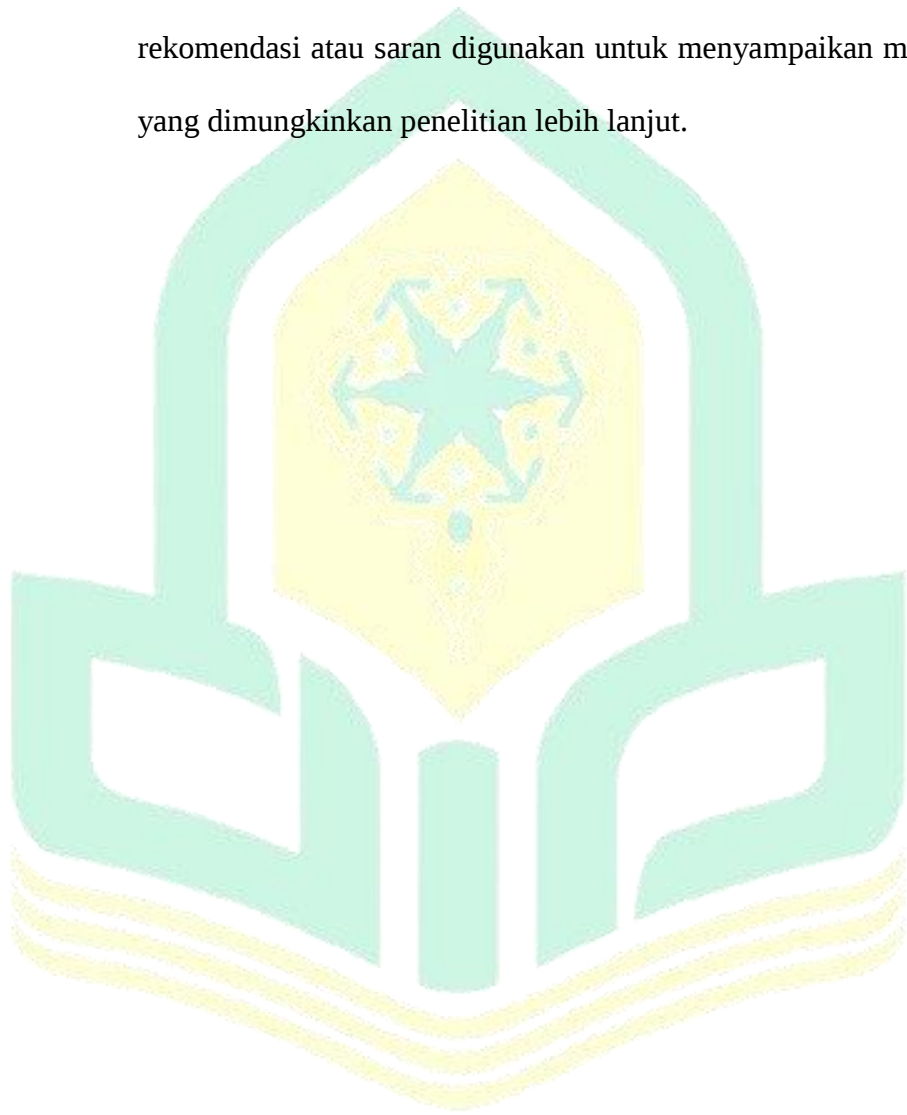
BAB IV : HASIL PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang analisis mengenai data lapangan. Pada penelitian ini menguraikan tentang perihal etika bisnis Islam pada koperasi pondok pesantren thoriqul huda kandang.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan yang memuat secara singkat dan jelas tentang hasil penelitian yang diperoleh sesuai dengan rumusan dan tujuan penelitian. Kesimpulan ditulis secara

berurutan sesuai dengan urutan rumusan masalah. Selain itu, dalam penutup juga harus ditulis keterbatasan penelitian dan rekomendasi atau saran digunakan untuk menyampaikan masalah yang dimungkinkan penelitian lebih lanjut.



BAB II

ETIKA BISNIS ISLAM

A. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika dapat dipahami sebagai kajian reflektif terhadap prinsip-prinsip moral yang berfungsi mengevaluasi sejauh mana suatu perilaku atau tindakan selaras dengan standar moral tertentu. Secara etimologis, istilah "etika" berasal dari bahasa Yunani *ethos*, yang berarti kebiasaan atau karakter yang melekat dalam pola perilaku manusia. Dalam konteks ini, etika berperan sebagai kerangka normatif yang menjadi acuan bagi individu maupun komunitas dalam menentukan tindakan yang layak secara moral. Dengan demikian, etika tidak hanya menjelaskan apa yang baik dan buruk, tetapi juga menyediakan arah pembinaan moral untuk mendorong terciptanya perilaku yang sesuai dengan nilai-nilai luhur yang dijunjung bersama.

Etika berasal dari kata Yunani “*ethos*” yang berarti kebiasaan atau adat yang menjadi bagian dari kajian filsafat. Berdasarkan Webster Dictionary, etika diartikan sebagai ilmu yang mempelajari perilaku manusia serta prinsip-prinsip yang tersusun secara sistematis mengenai tindakan moral yang benar. Perbedaan antara etika dan akhlak terletak pada landasannya; etika merupakan cabang filsafat yang bersumber dari akal pikiran manusia, sedangkan akhlak adalah ilmu yang mengajarkan tentang perbuatan baik dan

buruk berdasarkan ajaran Allah SWT dan Rasulullah SAW.¹ Etika secara terminologi berasal dari bahasa Yunani yaitu ethos yang artinya sikap, akhlak dan perasaan. Kata kedua adalah bisnis, bisnis merupakan sebuah tindakan ekonomi guna untuk menghasilkan produk untuk didistribusikan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan tujuan mendapatkan hasil yang banyak.²

Etika dipahami juga sebagai suatu perbedaan standar *standard of conduct* yang mengarahkan individu untuk membuat keputusan. Etika merupakan studi mengenai perbuatan yang salah dan benar dan pilihan moral yang dilakukan oleh seseorang. Keputusan etik ialah suatu hal yang benar mengenai perilaku standar etika.

Dalam istilah etika Aristoteles telah memakai untuk menunjukan filsafat moral. Maka etika dapat diartikan sebuah prinsip, aturan dan standar perilaku yang mengatur baik individu ampun kelompok di mana membedakan suatu yang benar dan yang salah. Etika bisnis adalah bentuk upaya-upaya larangan yang seharusnya tidak dilakukan oleh para manajer maupun karyawan untuk tidak menjalankan hal yang menjadi batasan-batasan. Dalam etika bisnis juga mempengaruhi antara hubungan perusahaan terhadap para karyawannya, bagaimana hubungan karyawan terhadap perusahaan dan bagaimana hubungan perusahaan dengan para pelaku

¹ Buchari Alma and Doni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah* (Alfabeta, 2016), 377.

² Faisal Badroen and Suhendra, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Kendana Prenada Media Grub, 2006), 6.

ekonomi lainnya.³ Etika merupakan bentuk tanggung jawab moral yang melekat pada setiap individu dalam konteks kehidupan sosial, yang berfungsi sebagai pedoman dalam menentukan sikap dan perilaku yang sesuai dengan nilai-nilai yang dijunjung dalam suatu komunitas. Secara umum, etika merujuk pada sistem nilai normatif yang memungkinkan seseorang untuk membedakan antara yang benar dan yang salah, yang adil dan yang tidak adil, yang diekspresikan melalui tindakan yang dianggap bermoral dalam situasi tertentu.

Etika sering dikaitkan dengan moralitas, menurut keraf membedakan antara etika dan moralitas, pertama, etika yang berasal dari kata *ethos* yang diartikan sebuah adat istiadat atau kebiasaan di mana memiliki kesamaan antara etika dan moral. Moral berasal dari kata *mos* dalam arti lain yaitu adat atau kebiasaan. Dengan pengertian lain etika dan moral memiliki arti yang sama yaitu adat dan kebiasaan di mana saling berkaitan dengan bagaimana tata cara hidup dengan baik, aturan hidup dengan baik di mana saling dianut dari satu orang kepada orang lain. Kedua, etika sebagai ilmu pengetahuan.⁴

Etika sebagai ilmu atau tata susila adalah pemikiran atau penilaian moral. Etika sebagai pemikiran moral bisa saja mencapai taraf ilmiah bila proses penalaran terhadap moralitas tersebut bersifat kritis, metadis, dan sisitematis. Dalam taraf ini ilmu etika dapat saja mencoba merumuskan suatu teori, konsep, asas, atau prinsip tentang perilaku manusia yang dianggap baik

³Sri Nawatmi, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam," *Fokus Ekonomi* 9, no. 1: 51, accessed September 16, 2023.

⁴Devi Widiyawati, "Analisis Peranan Penting Etika Bisnis Dalam Kelangsungan Usaha Perusahaan Bisnis," *Jurnal Mimbar Administrasi* 20, no. 1 (April 2020).

atau tidak baik, mengapa perilaku tersebut dianggap baik atau tidak baik, mengapa menjadi baik itu sangat bermanfaat dan sebagainya. Dalam perkembangannya etika sangat mempengaruhi kegiatan manusia. Dalam menjalani kehidupan manusia etika memberikan tindakan aktifitas keseharian. Maka dari itu etika menjadi sebuah batasan yang tepat dalam menjalani kegiatan manusia. Pada akhirnya etika menjadi sebuah keputusan yang membatasi kegiatan yang perlu dilakukan dan aktifitas yang ditinggalkan, dan perlu dipahami bahwa etika dapat pula diterapkan dalam segala aspek kehidupan termasuk dalam kegiatan perekonomian. Maka dari itu etika dapat dibagi menjadi beberapa aspek bagian dari kehidupan manusia.

Etika bisnis dapat dimaknai sebagai sistem penilaian normatif yang berfungsi menilai dan membedakan antara tindakan yang dianggap benar dan salah, baik maupun buruk dalam konteks aktivitas ekonomi dan korporasi. Ia bertindak sebagai instrumen moral yang menjadi dasar pertimbangan dalam menentukan kelayakan etis suatu keputusan atau tindakan bisnis. Dalam pengertian yang lebih luas, etika bisnis mencakup seperangkat prinsip, norma, dan nilai-nilai moral yang harus diinternalisasi dan diimplementasikan oleh para pelaku usaha dalam setiap transaksi maupun hubungan bisnis yang mereka bangun. Prinsip-prinsip tersebut tidak hanya mengatur cara berinteraksi dengan konsumen, mitra usaha, dan masyarakat luas, tetapi juga menjadi pedoman dalam menghadapi dilema etika yang muncul dalam operasional sehari-hari. Dengan demikian, etika bisnis tidak hanya bersifat deklaratif, tetapi juga aplikatif, yang menuntut komitmen pelaku usaha untuk

menyeimbangkan tujuan ekonomi dengan tanggung jawab sosial dan integritas moral.

Etika bisnis Islam merujuk pada seperangkat prinsip dan pedoman dalam pengelolaan aktivitas usaha yang bersumber dari Al-Qur'an, hadist, serta ketentuan hukum yang telah dirumuskan oleh para ulama fiqih. Konsep ini mencakup nilai-nilai moral dan perilaku etis dalam praktik bisnis yang berlandaskan pada ajaran syariah, dengan penekanan utama pada aspek kehalalan suatu produk atau layanan dan larangan terhadap segala bentuk transaksi yang mengandung unsur keharaman.⁵

Menurut Djakfar Etika bisnis Islam adalah norma-norma etika berbasis Al-quran dan hadits yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnisnya. Etika bisnis Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnis tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar.⁶

Menurut Muslich etika bisnis Islam adalah sikap yang digunakan sebagai acuan dalam menjalankan bisnis yang dilandaskan kepada nilai-nilai keislaman. Pembisnis yang menerapkan etika bisnis Islam dalam operasionalnya akan mendapatkan timbal balik yang baik karena nilai keislaman yang diterapkan akan menjadi sebuah kepercayaan untuk konsumennya, dengan itu secara tidak langsung akan menaikkan pendapatan

⁵ Abdul Aziz et al., *Etika Bisnis Islam Teori & Penerapan* (Adab Indonesia, 2020), 12.

⁶ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi* (Penebar Plus, 2012).

dari usahanya tersebut. Etika bisnis Islam bertujuan untuk mengajarkan manusia menjalin kerja sama, tolong menolong, dan menjauhkan diri dari sikap dengki dan dendam serta hal-hal yang tidak sesuai dengan *syari'ah*. Etika bisnis dalam Islam juga berfungsi sebagai *controlling* (pengatur) terhadap aktivitas ekonomi, karena secara filosofi etika mendasarkan diri pada nalar ilmu dan agama untuk menilai. Landasan penilaian ini dalam praktek kehidupan masyarakat sering kita temukan bahwa secara agama terdapat nilai mengenai hal-hal baik, buruk, jahat, seperti pihak yang menzalimi dan terzalimi.⁷

Menurut Mustaq Ahmad etika bisnis Islam adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral atau akhlak yang bertujuan untuk mendidik moralitas manusia dalam perdagangan meliputi baik perdagangan barang maupun perdagangan jasa yang mengacu pada Al-Qur'an dan Hadist.⁸

Berdasarkan beberapa teori yang telah dikemukakan, dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam merupakan seperangkat nilai moral dan prinsip akhlak yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits, yang berfungsi sebagai pedoman bagi pelaku usaha dalam menjalankan aktivitas ekonominya secara jujur, adil, dan bertanggung jawab. Etika ini tidak hanya mengatur hubungan antara sesama manusia dalam kegiatan bisnis, tetapi juga menanamkan nilai spiritual yang menciptakan ketenangan batin karena bisnis

⁷ Muslich, *Etika Bisnis Islam* (Ekonisia, 2004), 29.

⁸ Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Terj. Samson Rahman, (Pustaka Al-Kautsar, 2001), 152.

dilakukan sesuai dengan syariat Islam. Selain itu, penerapan etika bisnis Islam berperan penting dalam membangun kepercayaan konsumen, menciptakan kerja sama yang harmonis, serta menghindarkan dari perilaku tercela seperti kecurangan, kedengkian, dan ketidakadilan. Dengan demikian, etika bisnis Islam bukan hanya sebagai aturan normatif, tetapi juga sebagai sarana pembentukan karakter dan kontrol moral dalam dunia usaha.

Mustaq Ahmad menyatakan dalam bukunya etika bisnis dalam Islam tentang konsep etika bisnis menurut Al-qur'an dengan membagi dalam tiga kategori diantaranya ialah bisnis yang menguntungkan, bisnis yang merugi dan tentang pemeliharaan prestasi. Selain itu juga ada hukuman dan hadiah yang dijanjikan. Melakukan bisnis yang sukses dalam Al-quran ialah suatu bisnis yang didalamnya bisa membawa keuntungan bagi para pelaku bisnis baik keuntungan yang didapatkan didunia maupun keuntungan yang didapatkan diakhirat.⁹

Islam sebagai pedoman hidup yang sempurna telah menetapkan berbagai ketentuan dalam setiap aspek kehidupan manusia, termasuk dalam aktivitas ekonomi. Tujuan dari ekonomi Islam tidak terlepas dari tujuan syariat, yaitu untuk meraih keberhasilan dan keselamatan, baik di dunia maupun di akhirat. Dalam ajarannya, Islam juga mengarahkan manusia untuk bertindak secara bertanggung jawab dalam kegiatan ekonomi, salah satunya melalui kerja sama yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi. Penerapan etika Islam dalam dunia bisnis diyakini dapat mendukung

⁹Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam*, 49.

kemajuan usaha, sehingga tercipta paradigma dalam diri seorang muslim untuk selalu mengaitkan setiap aktivitas dengan kehadiran Tuhan, termasuk dalam kegiatan ekonomi. Seorang muslim meyakini bahwa Allah senantiasa hadir dan mengawasi, sehingga aktivitas ekonomi bukan sekadar urusan duniawi, tetapi juga akan menjadi bentuk pertanggungjawaban di akhirat kelak.¹⁰

Titik sentral etika Islam adalah menentukan kebebasan manusia untuk bertindak dan bertanggung jawab karena kepercayaannya terhadap kekuasaan Tuhan. Hanya saja kebebasan manusia itu tidak mutlak, dalam arti, kebebasan yang terbatas. Jika sekiranya manusia mempunyai kebebasan mutlak, maka berarti ia menyaingi kekuasaan Tuhan selaku pencipta (khalik) semua makhluk. Dengan demikian hal ini tidaklah mungkin.

Etika bisnis sebenarnya telah diajarkan oleh Rasulullah SAW. Selain memiliki sifat ulet dan berdedikasi dalam berdagang, beliau juga memiliki sifat shiddiq, amanah fathanah, dan tabligh. Shiddiq berarti mempunyai kejujuran dan selalu melandasi ucapan, amal perbuatan serta keyakinan seperti nilai dasar yang diajarkan dalam Islam. Istiqamah atau konsisten dalam keimanan dan nilai kebaikan meskipun dihadapkan pada tantangan serta godaan, serta ditampilkan dalam kesabaran dan keuletan sehingga menghasilkan sesuatu yang optimal.

Fathanah berarti cerdas dalam memahami secara mendalam segala

¹⁰ Destiya Wati, Suyudi Arif, and Abrista Devi, "Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop," *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 3, no.1 (November 24, 2021):142,

sesuatu yang menjadi tugas dan kewajibannya, dengan demikian akan timbul kreatifitas dan kemampuan melakukan inovasi yang bermanfaat. Amanah yaitu terpercaya, sehingga dapat ditampilkan dalam kejujuran berdagang serta pelayanan yang optimal dalam segala hal. Yang terakhir adalah tabligh yaitu menyampaikan wahyu, maksudnya bahwa Rasulullah pasti menyampaikan seluruh ajaran Allah SWT sekaligus memberikan contoh kepada pihak lain untuk melakukan ketentuan-ketentuan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.¹¹

B. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Harta yang halal dan berkah niscaya akan menjadi harapan bagi para pelaku bisnis muslim. Karena dengan kehalalan dan keberkahan itulah yang akan mengantarkan manusia pemilik beserta keluarganya ke gerbang kebahagiaan dan kesejahteraan di dunia dan di akhirat. Hanya saja persyaratan untuk meraih keberkahan atas nilai transenden seorang pelaku bisnis Islam harus memperhatikan beberapa prinsip-prinsip yang telah digariskan dalam Islam. Diantaranya.¹²

1. Tauhid

Seluruh alam semesta, termasuk manusia, merupakan milik Allah yang memiliki kekuasaan mutlak atas semua ciptaan-Nya. Konsep tauhid ini menegaskan bahwa Allah sebagai Tuhan Yang Maha Esa menetapkan

¹¹ Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, 21–26.

¹² Ibid. halm 27

batasan-batasan tertentu bagi perilaku manusia sebagai khalifah di bumi, agar setiap tindakan membawa manfaat bagi diri sendiri tanpa merugikan hak-hak orang lain.¹³

Sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S Al-baqarah ayat 29.

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ اسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَاوَاتٍ
وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Artinya: “Dialah Allah, yang menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu dan Dia berkehendak (menciptakan) langit, lalu dijadikan-Nya tujuh langit. Dan Dia Maha Mengetahui segala sesuatu.”¹⁴

Tauhid berperan sebagai landasan dan dorongan utama dalam menjamin keberlangsungan hidup, kecukupan, kekuasaan, serta kehormatan manusia, karena manusia telah diciptakan oleh Allah sebagai makhluk yang memiliki kedudukan mulia di muka bumi.¹⁵

Prinsip tauhid ini menegaskan bahwa dalam melaksanakan aktivitas ekonomi, manusia dituntut untuk senantiasa memperhatikan kemaslahatan bersama secara menyeluruh, tidak semata-mata berfokus pada perolehan keuntungan pribadi. Aktivitas ekonomi yang dilakukan seharusnya mampu memberikan manfaat optimal bagi diri sendiri, tanpa mengorbankan atau merugikan hak-hak individu lain. Hal ini merupakan wujud nyata dari tanggung jawab moral dan spiritual yang bersumber dari

¹³ Faisal Badroen and dkk, *Etika Bisns Dalam Islam* (Kencana, 2006), 89.

¹⁴ *Al-Quran Dan Terjemah Al-Ikhlâs* (n.d.), 5.

¹⁵ A Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam Edis* (Rajawali Press, 2010), 17.

pemahaman tauhid yang utuh dan benar, di mana kesadaran akan keesaan Allah menjadi pedoman utama dalam berperilaku.

Lebih jauh, nilai-nilai tauhid berperan sebagai pilar utama sekaligus sumber motivasi spiritual dalam menjamin keberlangsungan hidup manusia, baik dalam aspek materiil maupun spiritual. Manusia diciptakan oleh Allah SWT sebagai makhluk yang mulia dan memiliki kedudukan terhormat di muka bumi, sebagaimana banyak ditegaskan dalam ayat-ayat Al-Qur'an. Oleh karena itu, dalam setiap aspek kehidupannya, termasuk dalam kegiatan ekonomi, manusia dituntut untuk menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan, menegakkan prinsip keadilan, serta menjaga integritas dan kejujuran.

Dengan menjadikan tauhid sebagai fondasi dan kerangka berpikir dalam menjalankan usaha atau aktivitas bisnis, seorang Muslim tidak hanya mengejar keberhasilan duniawi, tetapi juga mengarahkan tujuan pada pencapaian ridha dan keberkahan di akhirat. Ia menyadari sepenuhnya bahwa setiap perbuatan, baik dalam bentuk transaksi maupun keputusan bisnis, akan dimintai pertanggungjawaban kelak di hadapan Allah SWT. Oleh sebab itu, nilai-nilai seperti amanah, kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan integritas menjadi karakter utama yang melekat pada diri seorang pelaku bisnis Muslim yang benar-benar memahami dan menghayati prinsip tauhid secara menyeluruh dalam praktik kehidupannya.

2. Prinsip Keseimbangan (*Equilibrium*)

Konsep ini memiliki kesamaan dengan prinsip keadilan yang bersifat horizontal, yaitu berkaitan dengan terciptanya harmoni secara menyeluruh dalam alam semesta. Oleh karena itu, nilai-nilai seperti keseimbangan, kebersamaan, dan sikap moderat menjadi bagian dari prinsip etis yang harus dijalankan dalam aktivitas maupun dalam keberadaan suatu bisnis. Salah satu bentuk penerapan prinsip ini dalam etika bisnis adalah bersikap jujur dalam hal ukuran dan timbangan.

Dalam beraktifitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Pengertian adil diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta dan hak Allah dan Rasulnya berlaku sebagai stakeholder dari perilaku adil seseorang. Semua hak-hak tersebut harus ditempatkan sebagaimana mestinya (sesuai aturan syariah). Tidak mengakomodir salah satu hak di atas, dapat menempatkan seseorang tersebut kepada kedzaliman, karenanya orang yang adil akan lebih dekat kepada ketakwaan.¹⁶

Keadilan merupakan salah satu prinsip fundamental dalam ajaran Islam, bahkan disebutkan dalam Al-Qur'an dalam jumlah yang sangat banyak, menunjukkan betapa pentingnya nilai ini dalam kehidupan manusia. Dalam konteks muamalah, khususnya kegiatan bisnis, Islam sangat menekankan pentingnya berlaku adil serta melarang segala bentuk

¹⁶ Badroen and dkk, *Etika Bisns Dalam Islam*, 78.

kecurangan dan tindakan zalim yang dapat merugikan pihak lain. Rasulullah SAW diutus oleh Allah SWT tidak hanya sebagai pembawa risalah keimanan, tetapi juga sebagai pembangun tatanan sosial yang berlandaskan keadilan. Salah satu peringatan keras dari Al-Qur'an ditujukan kepada pelaku bisnis yang melakukan kecurangan dalam takaran dan timbangan. Dalam surah Al-Muthaffifin, Allah SWT mencela perilaku orang-orang yang ketika menerima takaran dari orang lain mereka meminta secara penuh, namun ketika memberikan takaran kepada orang lain, mereka justru menguranginya. Kecurangan dalam bisnis bukan hanya merupakan pelanggaran etika, tetapi juga menjadi indikator runtuhnya sistem kepercayaan dalam dunia usaha. Kepercayaan adalah kunci utama dalam membangun hubungan bisnis yang sehat dan berkelanjutan. Oleh karena itu, keadilan bukan hanya nilai moral, tetapi juga fondasi strategis dalam menjamin keberlangsungan dan keberhasilan suatu usaha. Islam sangat menganjurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan melarang berbuat curang atau berlaku dzalim. Rasulullah SAW diutus Allah SWT untuk membangun keadilan. Kecelakaan besar bagi orang yang berbuat curang, yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain meminta untuk dipenuhi, sementara kalau menaksir atau menimbang untuk orang selalu dikurangi. Kecurangan dalam berbisnis pertanda kehancuran bisnis tersebut, karena kunci keberhasilan bisnis adalah kepercayaan.¹⁷

Allah SWT berfirman dalam Q.S Al-Maidah ayat 8:

¹⁷ Nur dinah fauziah and dkk, *Etika Bisnis Syariah* (Literasi Nusantara, 2019), 12.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۗ
إِعْدِلُوا ۖ هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

*Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kamu penegak (kebenaran) karena Allah (dan) saksi-saksi (yang bertindak) dengan adil. Janganlah kebencianmu terhadap suatu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlakulah adil karena (adil) itu lebih dekat pada takwa. Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan.*¹⁸

Konsep keseimbangan ini juga dapat dipahami sebagai tuntutan agar seorang pebisnis Muslim menjaga keseimbangan antara kehidupan dunia dan akhirat. Oleh karena itu, konsep ini mengajak para pengusaha Muslim untuk mampu melaksanakan tindakan-tindakan dalam bisnis yang tidak hanya membawa kesejahteraan bagi dirinya dan orang lain di dunia, tetapi juga memastikan keselamatan dan keberkahan di akhirat.

3. Prinsip Kehendakan Bebas

Kebebasan disini adalah bebas memilih atau bertindak sesuai etika atau sebaliknya : “Dan katakanlah (Muhammad) kebenaran itu datangny dari Tuhanmu, barang siapa yang menghendaki (beriman) hendaklah ia beriman dan barang siapa menghendaki (kafir) biarlah ia kafir” (QS.

¹⁸ Al-Quran Dan Terjemah Al-Ikhlâs, 108.

18:29). Jadi, jika seseorang menjadi muslim maka ia harus menyerahkan kehendaknya kepada Allah.¹⁹

Kehendak bebas merupakan salah satu kontribusi paling orisinal yang diberikan Islam dalam ranah filsafat sosial mengenai konsep manusia sebagai makhluk “bebas”. Meskipun kebebasan mutlak hanya dimiliki oleh Tuhan, dalam kerangka penciptaan-Nya, manusia tetap diberikan kebebasan relatif. Sebagai khalifah di muka bumi, manusia memiliki kehendak bebas dalam batas-batas tertentu untuk mengarahkan kehidupannya menuju tujuan kesucian diri. Anugerah kebebasan ini memungkinkan manusia menjalankan perannya sebagai khalifah dengan penuh tanggung jawab. Dalam konteks bisnis, kebebasan ini mewujudkan dalam kemampuan individu untuk membuat perjanjian, serta memilih untuk menepati atau mengingkarinya. Seorang Muslim yang meyakini kehendak Allah akan selalu berusaha menepati janji yang telah dibuatnya, sebagai bentuk penghormatan terhadap komitmen dan tanggung jawab moral.²⁰

4. Tanggung Jawab

Tanggung jawab merupakan prinsip yang bersifat dinamis dan berkaitan erat dengan perilaku manusia dalam kehidupannya. Dalam konteks kebebasan menjalankan aktivitas bisnis, setiap individu tetap memiliki kewajiban untuk mempertanggungjawabkan setiap tindakan yang

¹⁹ Ariawan Amin, *Menggagas Manajemen Syariah : Teoroi Dan Praktik The Celestial Management* (Salemba Empat, 2010), 35.

²⁰ Lukman Fauroni, *Etika Bisnis Dalam Alqur'an* (printing cemerlang, 2006), 148.

dilakukan. Oleh karena itu, tanggung jawab dalam dunia usaha harus diwujudkan melalui sikap transparan, kejujuran, pelayanan yang maksimal, serta komitmen untuk memberikan yang terbaik dalam setiap urusan bisnis.

Aksioma tanggung jawab individu begitu mendasar dalam ajaran-ajaran Islam. Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya.²¹

Meskipun Islam memberikan kebebasan kepada manusia dalam berusaha dan berinovasi, kebebasan tersebut tetap berada dalam batasan moral dan etika. Setiap keputusan dan tindakan dalam kegiatan ekonomi dan bisnis akan dimintai pertanggungjawaban, baik di dunia maupun di akhirat. Oleh karena itu, bentuk tanggung jawab dalam praktik bisnis Islam harus ditunjukkan melalui sikap transparan (terbuka), jujur, memberikan pelayanan secara optimal, serta berkomitmen untuk melakukan yang terbaik dalam segala urusan.

Etika ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam Q.S Al-Isra' ayat 36:

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَٰئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا

Artinya: Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran,

²¹ Rafik Isa Bekum, *Etika Bisnis Islamlm* (Pustaka Pelajar, 2004), 40.

*penglihatan dan hati, semuanya itu akan diminta pertanggung jawabannya.*²²

Ayat ini menggarisbawahi bahwa segala potensi dan kemampuan manusia, termasuk dalam berbisnis, akan dimintai pertanggungjawaban oleh Allah SWT. Oleh sebab itu, pelaku usaha Muslim harus menanamkan nilai tanggung jawab dalam setiap aspek bisnis yang dijalankan, sebagai bentuk integritas spiritual dan moral dalam mencapai keberkahan usaha serta menjaga kepercayaan masyarakat.

5. Kebajikan *Ihsan*

Dalam dunia bisnis, kebenaran dipahami sebagai keselarasan antara niat, sikap, dan tindakan yang benar. Hal ini mencakup seluruh tahapan, mulai dari proses pencarian atau perolehan barang untuk dikembangkan, hingga usaha dalam menetapkan maupun mendapatkan keuntungan. Prinsip ini berlandaskan pada dua unsur utama, yaitu kebajikan dan kejujuran. Kebajikan dalam aktivitas bisnis tercermin melalui sikap rela dan ramah dalam berinteraksi (muamalah), sementara kejujuran diwujudkan melalui tindakan yang lurus dan transparan dalam setiap aktivitas bisnis, tanpa unsur penipuan.

Dengan memahami prinsip ini, seorang pelaku usaha Muslim tidak hanya menjaga integritas bisnisnya, tetapi juga menunjukkan bentuk kepatuhan terhadap perintah Allah. Menjual barang yang tidak jelas kehalalannya, atau bahkan yang diharamkan secara tegas dalam syariat,

²² *Al-Quran Dan Terjemah Al-Ikhlâs*, 285.

merupakan pelanggaran terhadap nilai-nilai etika Islam dalam muamalah. Seorang pengusaha Muslim idealnya senantiasa selektif dan bertanggung jawab dalam memilih komoditas yang akan dijual, agar tidak terlibat dalam transaksi yang merugikan orang lain maupun dirinya sendiri di sisi Allah SWT.

Allah Swt berfirman dalam Q.S An-Nisa ayat 29:

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

*Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dalam perdagangan yang dilakukan atas dasar suka sama suka di antara kamu.*²³

Adapun contoh prinsip kebenaran kebijakan adalah tidak mencampurkan sesuatu yang halal dengan sesuatu yang najis yang dapat menjadikan haram. Semisal menggunakan suatu alat seperti timbangan yang dimana timbangan tersebut bekas menimbang daging babi yang menyebabkan timbangan tersebut menjadi najis dan apabila timbangan tersebut tidak dibersihkan maka jika digunakan untuk menimbang dagangan yang halal dagangan tersebut akan menjadi haram. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku

²³ Al-Quran Dan Terjemah Al-Ikhlas, 83.

preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian dalam bisnis.²⁴

C. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam

Banyak ayat dalam al-Qur'an yang membahas mengenai hukum dan etika, bahkan dalam hukum Islam unsur etika tampak dengan sangat jelas. Al-Qur'an juga memberikan pedoman mengenai tata hubungan antar pelaku bisnis, yang menganjurkan adanya niat baik dalam setiap transaksi agar tercipta hubungan yang harmonis tanpa rasa saling curiga. Sistem etika Islam sendiri merupakan bagian integral dari pandangan hidup Islam, sehingga memiliki sifat yang sempurna. Dalam prinsip perilaku individu, terkandung nilai keadilan dan keseimbangan, sebagaimana dijelaskan dalam surat al-Baqarah ayat 143.

وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ وَيَكُونَ الرَّسُولُ عَلَيْكُمْ شَهِيدًا

Artinya: "Demikian pula Kami telah menjadikan kamu (umat Islam) umat pertengahan agar kamu menjadi saksi atas (perbuatan) manusia dan agar Rasul (Nabi Muhammad) menjadi saksi atas (perbuatan) kamu." (Q.S. Al-Baqarah: 143)²⁵

Ayat tersebut menjelaskan bahwa umat Islam dijadikan sebagai umat yang adil dan terpilih, karena mereka akan menjadi saksi terhadap perbuatan orang-orang yang menyimpang dari kebenaran, baik di dunia maupun di

²⁴ Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, 38.

²⁵ Depag RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya* (Jumanatul Ali-ART, 2005), 36.

akhirat.

Etika Islam dalam kegiatan bisnis tidak hanya menyoroti aspek komoditas yang diperjualbelikan, tetapi juga mencakup pihak konsumen, produsen, serta proses transaksinya. Dalam fikih Islam, yang menjadi salah satu pedoman etika Islam, juga dijelaskan hukum-hukum yang mengatur setiap aspek dengan batasan yang tegas. Karakteristik komoditas yang halal serta memberikan manfaat yang jelas merupakan syarat utama bagi terciptanya praktik bisnis yang etis. Sebaliknya, transaksi yang tidak memiliki kejelasan arah dan tidak dipahami oleh masing-masing pihak dianggap sebagai bentuk transaksi bisnis yang tidak etis.²⁶

Aktivitas berdagang atau jual beli merupakan bagian dari kegiatan bisnis yang umum dilakukan oleh masyarakat. Dalam berdagang, seseorang sering kali berkeinginan untuk memperoleh keuntungan besar. Jika hal tersebut menjadi satu-satunya tujuan usaha, maka tidak jarang berbagai cara dihalalkan demi mencapai tujuan tersebut. Kondisi ini kerap menimbulkan perilaku negatif yang pada akhirnya menjadi kebiasaan, karena dalam pandangan masyarakat, pekerjaan berdagang sering dikaitkan dengan penipuan dan ketidakjujuran.²⁷

Dalam konteks ini, al-Qur'an dan Hadis berperan sebagai sumber utama etika bisnis. Sumber etos kerja Islam telah memberikan pedoman yang jelas antara yang halal dan haram, serta antara yang terpuji dan tercela. Oleh

²⁶ Bambang Subandi, *Bisnis Sebagai Strategi Islam* (Paramedia, 2000), 231.

²⁷ Buchari Amla, *Ajaran Islam Dalari Bisnis* (Alfabeta, 1994), 2.

sebab itu, Islam melarang bentuk bisnis yang tidak jelas jenis maupun sifatnya.²⁸ Al-Qur'an juga memberikan isyarat bahwa pelaku bisnis memiliki kecenderungan untuk saling berebut dalam meraih keuntungan sebesar-besarnya bagi dirinya sendiri. Dalam konteks ini, Allah berfirman dalam surat al-Baqarah ayat 188 yang berbunyi:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿١٨٨﴾

Artinya : *“Janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada para hakim dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui.”*
(Q.S. Al-Baqarah: 188)²⁹

Ayat tersebut menjelaskan bahwa penggunaan kata *“di antara kamu”* mengandung makna bahwa harta kekayaan merupakan milik bersama seluruh manusia, dan Allah-lah yang membagikannya secara adil sesuai dengan kebijaksanaan-Nya. Pembagian tersebut dilakukan melalui penetapan hukum dan prinsip etika agar dalam proses perolehan maupun pemanfaatannya tidak menimbulkan pertikaian maupun kerusakan.

Dalam al-Qur'an juga terdapat ayat yang memerintahkan manusia untuk senantiasa berlaku adil. Allah SWT berfirman:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ

²⁸ Hamzah Ya'qub, *Etos Kerja Islami: Petunjuk Pekerjaan Yang Halal Dan Haram Dalam Syari'at Islam* (Bandung, 1992), 26.

²⁹ Depag RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*, 46.

بَشِيرًا ۝ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ۝

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada pemiliknya. Apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu tetapkan secara adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang paling baik kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.” (Q.S. An-Nisa’: 58)³⁰

Dalam ayat lainnya, Allah juga memerintahkan agar manusia senantiasa berlaku adil, karena keadilan merupakan landasan yang kuat yang mencakup seluruh aspek ajaran Islam, baik dalam bidang akidah, syariah, maupun akhlak (moral). Sebagaimana firman Allah yang menyatakan:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ۝

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh berlaku adil, berbuat kebajikan, dan memberikan bantuan kepada kerabat. Dia (juga) melarang perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pelajaran kepadamu agar kamu selalu ingat.” (Q.S. An-Nahl: 90)

Fakta tersebut menunjukkan bahwa persoalan keadilan memiliki keterkaitan timbal balik dengan aktivitas bisnis, khususnya bisnis yang dijalankan secara baik dan beretika. Di satu sisi, terciptanya keadilan dalam masyarakat akan menghasilkan kondisi yang positif dan kondusif bagi

³⁰ Depag RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*, 127.

keberlangsungan bisnis yang sehat. Sebaliknya, bisnis yang etis dan baik juga akan berkontribusi pada terwujudnya keadilan di tengah masyarakat. Namun, ketika ketidakadilan meluas, hal itu akan menimbulkan keresahan sosial yang berdampak negatif bagi para pelaku bisnis. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika hingga kini keadilan tetap menjadi salah satu tema utama dalam pembahasan etika bisnis, terutama dalam perspektif etika bisnis Islam.³¹

Hukum syara' sendiri mewajibkan penerapan keadilan di mana pun dan dalam kondisi apa pun.³² Allah berfirman dalam surat An-Nisa' ayat 58:

.....وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ

Artinya: “.... Apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu tetapkan secara adil.” (An-Nisa’: 58)³³

Selain itu, Allah juga mencintai orang-orang yang berlaku adil dan sangat membenci segala bentuk kezaliman, bahkan melaknat para pelakunya. Sebagaimana firman-Nya dalam surat Huud ayat 18:

.....لَا لَعْنَةُ اللَّهِ عَلَى الظَّالِمِينَ ﴿١٨﴾

Artinya: “....Ketahuilah, laknat Allah (ditimpakan) kepada orang-orang zalim.” (Q.S. Huud:18)

Para fuqaha memandang keadilan sebagai inti dari *maqashid asy-syari'ah*, sehingga tidak mungkin ditemukan masyarakat muslim yang sejati

³¹ Sony Keraf, *Sony Keraf Etika Tuntutan Dan Relevasinya* (Kannistus, 1998), 138.

³² Zainul Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syari'ah* (Bhratara Karya Aksara, 2002),

³³ Depag RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*, 28.

tanpa adanya penegakan keadilan di dalamnya.³⁴

D. Konsep Kualitas Produk dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

Islam adalah agama yang sempurna setiap hal diatur dengan sedemikian rupa. Termasuk juga dalam kegiatan bisnis. Ada beberapa hal yang dapat dipatuhi, dikarenakan dalam islam bisnis itu tidak hanya memperbanyak keuntungan, tetapi juga mengharapkan ridho Allah SWT. Dalam melakukan bisnis juga tidak diperbolehkan mendzalimi orang lain. Kualitas produk menjadi faktor utama yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan dalam mempertahankan kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Produk yang memiliki kualitas baik akan meningkatkan loyalitas konsumen dan daya saing di pasar. Sebaliknya, produk dengan mutu rendah dapat menurunkan citra perusahaan dan kepercayaan masyarakat.

1. Pengertian Kualitas Produk

Menurut Sugiarto kualitas ialah suatu kondisi yang dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan di mana yang dapat memenuhi atau melebihi apa yang diinginkan.³⁵

Dinamika lingkungan bisnis berdampak pada perubahan selera dan preferensi konsumen. Perusahaan harus mempersiapkan dan menghasilkan produk yang memiliki kualitas yang optimal dalam menghadapi dinamika perubahan tersebut. Perubahan ini dalam gilirannya menuntut inovasi dan

³⁴ M. Umar Capra, *Islam Dan Tantangan Ekonomi* (Gema Insani, 2000), 212.

³⁵ Ndaru Prasastono and Sri Yulianto Fajar Pradapa, "Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan KonsFried Chiken Semarang Candi," *Jurnal Ilmiah Dinamika Kepariwisata* 11, no. 2 (2012): 16.

keaktifitas setiap perusahaan agar dapat menyempurnakan kualitas produk yang sudah ada dan mengembangkannya dalam rangka mempertahankan kelangsungan dan profitabilitas perusahaan.

Menurut kotler produk ialah sesuatu yang bisa di tawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki maupun dikonsumsi sehingga bisa memenuhi ataupun mencukupi kebutuhan yang diperlukan. Maka dari itu perusahaan harus bisa mengetahui apa yang diperlukan dan dibutuhkan oleh para konsumen.³⁶

Begitu pula dengan kualitas produk yang sebagai bahan pertimbangan dalam transaksi yang dilakukan oleh para konsumennya. Sehingga terdapat hubungan bahwa kualitas produk bahwa kualitas produk yang diberikan dapat menarik minat para pelanggan maupun calon konsumen. Sebagaimana ilustrasi dalam ketersediaan barang yang dibutuhkan dan mempunyai kualitas unggul sehingga para konsumen merasa puas dengan produk yang tersedia sehingga membuat mereka untuk kembali lagi melakukan transaksi dikemudian hari. Kualitas produk yang dapat terpenuhi pada saat pelaku bisnis dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan dengan seperti yang mereka harapkan. Dengan selalu menjaga kualitas produk serta pelayanan yang diberikan akan mendatangkan hubungan yang baik dengan para pelanggannya dikemudian hari dalam pengembangan bisnis yang dijalaninya.³⁷

³⁶ Iful Anwar and Budhi Satrio, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian," *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)* 4, no. 12 (2015): 4.

³⁷ Melina Faradannisa and Agus Supriyanto, "Kepuasan Pelanggan Ditinjau Dari Store

Agar bisnis dapat terus bertahan dan berkembang, para pelaku usaha harus mampu menjaga serta mempertahankan tingkat kepuasan konsumen dengan baik. Kepuasan pelanggan menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi kelangsungan bisnis, sehingga berbagai strategi perlu diterapkan untuk memastikan pelanggan tetap merasa puas. Salah satu upaya yang umum dilakukan adalah dengan terus menerus meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen. Hal ini dilakukan agar produk yang dijual selalu memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan, sehingga mereka merasa mendapatkan nilai lebih. Selain fokus pada peningkatan kualitas produk, pelaku bisnis juga harus selalu memperhatikan aspek mutu secara konsisten. Penting untuk tidak langsung menaikkan harga jual produk secara tiba-tiba, karena kenaikan harga yang terlalu cepat bisa berpotensi menurunkan kepuasan pelanggan dan membuat mereka beralih ke pesaing. Oleh karena itu, menjaga keseimbangan antara kualitas produk dan harga jual menjadi hal krusial dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dan kesuksesan bisnis secara jangka panjang.

Kualitas produk ialah sebagai keseluruhan ciri khas yang mengacu terhadap semua fitur dan kemampuan produk untuk memenuhi harapan para pelanggan. Perusahaan akan dapat menghasilkan kepuasan pelanggan apabila bisa memberikan dan menawarkan bahan baku dengan mutu yang

berkualitas, sesuai dengan penjelasan kualitas produk yang telah ditetapkan. Penerepan etika bisnis dalam prinsip Islam lebih mengutamakan kualitas selaku daya saing dalam berbisnis, atau tidaklah berlawanan dengan prinsip ajaran dalam Islam. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa dalam meningkatkan pada kualitas produk agar dapat lebih unggul dari para pesaingnya termasuk dari berbisnis dengan menerapkan sikap jujur dan benar untuk menghasilkan ketulusan serta keikhlasan.³⁸

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi terhadap keputusan pembelian dalam mengembangkan suatu bisnis. Sebuah pelaku bisnis harus memperhatikan kualitas produk yang dijualnya, hal tersebut dikarenakan kualitas produk merupakan suatu faktor penting yang dapat mempengaruhi pada keputusan konsumen dalam melakukan transaksi dalam sebuah barang maupun jasa. Semakin tinggi kualitas produk yang diberikan maka semakin meningkat minat para konsumen untuk melakukan transaksi pada produk tersebut. Dengan memberikan kualitas produk maka sebuah bisnis atau perusahaan dapat lebih unggul dibandingkan dengan pesaing lainnya. Maka dari itu setiap pelaku bisnis harus bisa menciptakan ataupun memberikan produk dengan kualitas produk yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh para konsumennya sehingga dengan hal tersebut bisnis yang dijalankan akan lebih unggul dibandingkan dengan para pesaing lainnya.

³⁸ Faradannisa and Supriyanto, "Kepuasan Pelanggan Ditinjau Dari Store Atmosphere, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Etika Bisnis Islam," 79.

Menurut kotler, Pengaruh dari suatu kualitas produk ialah apabila suatu perusahaan mempunyai tujuan untuk mempertahankan keunggulan produk dalam pasar. Maka dari perusahaan harus mengetahui aspek dimensi apa saja yang digunakan konsumen guna membedakan produk yang dijual perusahaan dengan produk yang dijual perusahaan lain.³⁹

Kualitas produk dapat dibagi menjadi beberapa hal diantaranya bentuk produk, ciri-ciri produk, kinerja produk yang digunakan sesuai fungsinya, dan kesesuaian produk yang sangat berpengaruh terhadap jumlah penjualan pada perusahaan. Kualitas produk memberikan dampak dan mempengaruhi pada tingkat kepuasan pelanggan sehingga hal ini bisa meningkatkan pada tingkat daya beli konsumen yang akhirnya memberikan dampak terhadap kesetiaan konsumen.

Dipandang dari segi perusahaan atau produsen, pengertian kualitas lebih kompleks karena menyangkut dari berbagai hal diantaranya merancang, memproses produksi, mengirimkan produk kepada konsumen, pelayanan terhadap konsumen dan dipakainya produk tersebut terhadap konsumen. Kualitas produk sangatlah dipandang yang berkaitan erat dengan berbagai segi dari manajemen mutu.

Bahwa kualitas dalam suatu produk ialah kemampuan yang dapat dinilai dalam suatu produk yang didalamnya dapat digunakan sebagaimana fungsinya, yang merupakan suatu gabungan dari daya tahan, keandalan,

³⁹Maranatha, Euodia, "Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk Dan Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Pada PT Astragraphia Medan," *Jurnal Manajemen* 6, no. 1 (2020): 3.

ketepatan, dan kemudahan dalam merawatnya dari suatu produk. Dari segi pemasaran suatu produk diukur dari mengawmati produk yang dibutuhkan oleh konsumen dan dari suatu tanggapan terhadap kualitas. Maka dari itu untuk dalam mengelola suatu kualitas produk harus sesuai dengan kegunaan yang diharapkan.

2. Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk

Setiap strategi kualitas dari produk yang dihasilkan harus mempertimbangkan konsumen yang akan dituju dan waktu penggunaanya serta strategi kualitas produk yang digunakan oleh para pesaing. Kualitas/mutu dari produk yang dihasilkan perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa hal. Ditinjau dari sisi produsen/perusahaan, kualitas/mutu produk dipengaruhi oleh berbagai hal, sebagai berikut:

- a. Bentuk rancangan (desain) barang/jasa.
- b. Bahan baku yang digunakan.
- c. Teknologi yang digunakan untuk membuat produk.
- d. Cara menjualnya atau cara mengirimnya ke konsumen termasuk cara mengemasnya dan melayani konsumen

Ada berbagai jenis produk yang kualitasnya dipengaruhi oleh bentuk rancangan atau desain produk tersebut. Kualitas produk juga banyak dipengaruhi oleh bahan baku yang digunakan untuk membuat produk tersebut. Selain itu, ternyata proses pembuatan suatu produk dan teknologi yang digunakan untuk membuat produk tersebut akan sangat mempengaruhi kualitas atau mutu yang dihasilkan. Disamping itu, cara

pendistribusian produk kepada konsumen juga turut mempengaruhi kualitas produk yang akan diterima konsumen.

3. Kualitas Produk menurut Pandangan Islam

Kualitas memiliki arti yang penting dalam menentukan keputusan pembelian konsumen. Apabila produk yang dihasilkan baik tentu konsumen akan melakukan transaksi pembelian lagi, sebaliknya jika kualitas produk yang dihasilkan kurangbaik bahkan tidak baik maka pembeli akan enggan melakukan pembelian ulang. Kualitas produk sebagai keseluruhan gabungan karakteristik produk dari pemasaran, rekayasa pembikinan dan pemeliharaan yang membuat produk yang digunakan memenuhi harapan para pelanggan. Jadi kualitas produk ialah sejumlah atribut atau sifat yang dideskripsikan dalam suatu produk dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan para pelanggan.⁴⁰

Nabi Muhammad SAW ialah nabi di akhir zaman. Selain diutus Allah untuk membawa risalah untuk ummat dan penyebar agama nabi muhammad juga terkenal sebagai pedagang yang jujur. Dalam melakukan perdagangan yang beliau jalankan dengan jujur dan sifat mulianya menjadikan beliau pedagang yang sukses. Beliau juga mengajarkan etika dalam berbisnis yang berdasarkan tuntunan Islam kepada seluruh masyarakat. Secara keseluruhannya pada dasarnya etika bisnis memiliki dua hal yang perlu diperhatikan dalam pelaku bisnis, yaitu

⁴⁰Kukuh Familiar and Ida Maftukhah, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan," *Management Analysis Journal* 4, no. 4 (2015): 166–67.

dengan tidak melakukan penipuan dan tidaklah melanggar nilai kesopanan terhadap masyarakat serta berlandaskan pada tuntunan ajaran Islam.

Bahwa dalam bisnis yang dilakukan para pelaku bisnis dalam menjual suatu produk kepada masyarakat haruslah jelas kondisi produk tersebut. Halal, baik kualitasnya, baik zatnya baik produksinya maupun asal usul produk tersebut. Sehingga konsumen tidak merasa dirugikan dan dapat mengambil kemanfaatan dari produk tersebut.

E. Konsep Halal, Haram dan Barokah

Didalam al-quran telah ditetapkan terkait dengan konsep dasar halal dan haram yang berkaitan dengan transaksi yang dilakukan oleh manusia. Menurut musta ahmad, semua hal yang didalamnya berhubungan dengan harta maka harus dilihat dan dihukumi dengan dua kriteria baik itu halal maupun haram. Zaman Rasulullah SAW orang mekah tidaklah melakukan perbedaan antara menjalankan bisnis maupun melakukan riba. Menurut mereka kedua hal tersebut sama.⁴¹ Maka dari itu al-quran membangun konsep halal dan haram di mana memberikan penegasan didalamnya bahwa menjalankan bisnis itu dihalalkan, sedangkan melakukan riba itu diharamkan. Dalam melakukan riba baik itu bentuk maupun namanya hal tersebut diharamkan karena didalamnya terdapat kezholiman yang dilakukan terhadap

⁴¹ Auliya Izzah Hasanah, Rizka Fauziah, and Rachmad Risqy Kurniawan, "Konsep Makanan Halal Dan Thayyib Dalam Perspektif Al-Qur'an," *Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir*, accessed September 13, 2023,

orang lain yang dapat melukai rasa adil dalam menjalankan transaksi.⁴²

Maka dari itu dalam semua bentuk transaksi yang dilakukan yang di dalamnya terdapat kejahatan adalah perbuatan yang dilarang dalam Islam. Semua hal yang didalamnya terdapat larangannya terdapat suatu prinsip bahwa jangan ada suatu tindakan yang tidak adil dan janganlah ada suatu penipuan yang dilakukan dalam aktifitas bisnis yang dilakukan oleh siapapun itu.

Didalam Islam telah diisyaratkan untuk mencari harta yang halal dengan niat yang baik, proses dan alat yang digunakan. Maka dari itu dalam melakukan aktifitas haruslah dibareng dengan niat yang baik dan disertai dengan proses dan sarana yang baik pula, akan tetapi jika didalam proses dan sarana yang dipakai tidaklah dibenarkan dalam Islam, maka sesuatu yang dihasilkan tidak halal. Selain itu jika berniat tidak baik, akan semakin mudah diduga bahwa harta yang didapatkan akan semakin jauh dari harta yang dihalalkan.

Mengetahui halal dan haram bagi setiap muslim adalah suatu keharusan supaya tidak terjebak pada harta yang diharamkan. Hasil dari barang haram yang dimakan akan mendapatkan siksa di neraka dan memberikan pengaruh terhadap perbuatan maksiat selain itu juga akan merasa malas untuk melakukan ibadah kepada Allah SWT.

Berkaitan dengan sesuatu halal dan haram dimulai dari perintah

⁴² Abdul Manan, *Teori Dan Praktik Ekonomi Islam*, Terj. M. Nastangin, (PT. Dana Bakti Wakaf, 1997), 164.

Allah SWT untuk makan dari makanan yang halal lagi baik. Harta yang halal ialah harta yang halal baik itu secara dzatnya, cara mendapatkannya dan cara menggunakan harta.

Dalam al-quran surat albaqarah ayat 168 Allah SWT berfirman yang artinya

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

Artinya “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”. (Q.S Al-Baqarah:168)⁴³

Ayat-ayat di atas telah diterangkan bahwa dalam mengkonsumsi yang halal lagi suci itu hukumnya wajib, tetapi juga bentuk perwujudan rasa syukur, ketakwaan dan keimanan kepada Allah SWT. Dan sebaliknya jika mengkonsumsi barang yang haram termasuk dalam mengikuti ajaran syaitan.

Dalam al-quran suarta albaqarah ayat 172 Allah SWT berfirman yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِنْ كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

Artinya : “Hai orang yang beriman! Makanlah daiantara rezeki yang baik-baik yang kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar hanya kepadanya kamu menyembah.” (Q.S Al-Baqarah:172).⁴⁴

⁴³ Al-qur'an dan terjememah, 2;25

⁴⁴ Ibid, 2;26

Ibnu katsir menjelaskan dalam tafsir ayat tersebut bahwa allah swt telah memberikan perintah kepada hambanya yang beriman untuk memakan yang baik dari yang telah allah berikan kepadanya maka dari itu manusia selalu hendak bersyukur terhdap yang telah diberikan. Oleh sebab itu hambanya yang memakan makanan yang halal merupakan sebab di mana dikabulkan doanya, sebaliknya jika memakan makanan yang haram menjadikan ibadah dan doanya terhalang untuk dikabulkan allah swt.⁴⁵

F. Dampak Implementasi Etika Bisnis Islam

Implementasi etika bisnis Islam memberikan pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan kinerja serta reputasi perusahaan. Adapun beberapa aspek penting dari dampak penerapan etika tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:⁴⁶

1. Peningkatan Reputasi Perusahaan

Perusahaan besar yang konsisten menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis syariah umumnya memiliki citra dan reputasi yang lebih baik di mata publik. Dengan berpegang pada nilai-nilai syariah seperti kejujuran, transparansi, serta tanggung jawab sosial, perusahaan mampu menumbuhkan kepercayaan yang kuat dari konsumen dan para pemangku kepentingan. Sebagai contoh, hasil penelitian pada De' Halal Mart

⁴⁵ Novia Egahwati et al., "Analisis Kehalalan Daging Ayam Ditinjau Dari Proses Produksi di Desa Landungsari Malang," *Fakultas Pertanian* 7, no. 3 (2019), <https://publikasi.unitri.ac.id/index.php/pertanian/article/view/2117>.

⁴⁶ Mega Oktaviany et al., "Dampak Penerapan Etika Bisnis Syariah terhadap Kinerja Perusahaan di Indonesia," *Islamic Economics and Business Review* 4, no. 1 (2025), <https://doi.org/10.59580/iesbir.v4i1.10065>.

menunjukkan bahwa penerapan nilai tauhid dalam aktivitas operasionalnya berhasil memperkuat citra positif serta meningkatkan kepercayaan pelanggan.

2. Meningkatkan Kinerja Keuangan

Penerapan etika bisnis syariah juga terbukti dapat mendorong pertumbuhan kinerja keuangan perusahaan. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa organisasi yang menjadikan nilai-nilai etika Islam sebagai pedoman dalam kegiatan bisnisnya mengalami peningkatan pendapatan yang signifikan. Beberapa perusahaan bahkan melaporkan lonjakan pendapatan hingga tiga kali lipat setelah menerapkan etika bisnis yang baik. Peningkatan ini disebabkan oleh bertambahnya loyalitas konsumen serta meningkatnya kepercayaan investor.

3. Memperkuat Hubungan dengan Stakeholder

Perusahaan besar yang beroperasi dengan berlandaskan etika bisnis syariah umumnya menjalin hubungan yang lebih harmonis dengan para pemangku kepentingan, seperti karyawan, pelanggan, dan masyarakat sekitar. Prinsip keadilan, tanggung jawab sosial, dan kepedulian terhadap kesejahteraan bersama menjadikan perusahaan lebih sensitif terhadap dampak sosial dari kegiatan usahanya. Sikap ini membantu mengurangi potensi konflik dan meningkatkan kolaborasi yang konstruktif antar pihak.

4. Mengurangi Risiko Hukum dan Reputasi

Kepatuhan terhadap etika bisnis syariah turut membantu perusahaan menghindari berbagai praktik yang dapat menimbulkan

pelanggaran hukum atau mencoreng nama baik perusahaan. Di tengah dinamika dunia bisnis yang semakin kompleks, komitmen terhadap prinsip syariah menjadikan perusahaan lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan strategis. Dengan demikian, potensi timbulnya sanksi hukum maupun kerugian reputasi dapat diminimalkan (Andoko et al., 2022).

5. Mendorong Inovasi dan Keberlanjutan

Selain berdampak pada aspek reputasi dan keuangan, etika bisnis syariah juga berkontribusi terhadap peningkatan inovasi dan keberlanjutan bisnis. Prinsip-prinsip Islam mendorong perusahaan untuk menciptakan produk dan layanan yang tidak hanya menguntungkan, tetapi juga sesuai dengan ketentuan syariah, seperti produk halal, beretika, dan ramah lingkungan. Langkah ini tidak hanya menjawab kebutuhan pasar modern, tetapi juga mendukung upaya pelestarian lingkungan dan pembangunan berkelanjutan.

BAB III

PAPARAN DATA IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA

THORIQUL HUDA MART KANDANGAN KECAMATAN KEBONSARI

KABUPATEN MADIUN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil Thoriqul Huda Mart

Terbentuknya Thoriqul Huda Mart berawal dari sebuah Koperasi Pondok Pesantren (Kopontren) Thoriqul Huda. Thoriqul Huda Mart merupakan hasil dari pengembangan usaha Koperasi Pondok Pesantren (Kopontren) Thoriqul Huda. Koperasi pondok pesantren Thoriqul Huda merupakan badan usaha milik pondok pesantren yang berdiri sejak tahun 2008 M. Berdirinya Kopontren diikhtiyari oleh Kyai Mohamad Najib yang merupakan ketua umum sekaligus penanggung jawab pondok pesantren Thoriqul Huda. Kyai Mohamad Najib merintis berdirinya sebagai media pembelajaran kemandirian dan wirausaha dan pengabdian. Kegiatan usaha pada mulanya adalah membuka kedai makanan dan minuman untuk memenuhi kebutuhan santri. Berkat ketelatenan dan kerja keras pengurus Kopontren Thoriqul Huda, keuntungan dari membuka kedai makanan dan minuman kemudian dikembangkan untuk usaha lain yaitu dengan membuka toko kelontong, toko kitab dan peralatan belajar hanya terbatas di lingkungan pesantren, namun kemudian berkembang juga untuk masyarakat sekitarnya. Sekalipun kegiatan usaha Kopontren Thoriqul

Huda sudah dimulai sejak tahun 2005, namun baru mengajukan permohonan badan hukum koperasi pada Mei 2008. Pada tahun 2008 terbitlah Akta badan hukum Kopontren Thoriqul Huda nomor: 09/BH/402.104/V/2008 Tanggal 21 Mei 2008. Seiring dengan terbit badan hukumnya, Kopontren Thoriqul Huda terus berbenah menata manajemen dan kinerja usahanya. Sejak saat itulah , Thoriqul Huda mart mengalami perkembangan.¹

Thoriqul Huda mart akan terus berupaya melakukan inovasi untuk menjadi yang terdepan dalam bisnis ritel. Karena itu berbagai pembenahan dilakukan baik dari aspek sumber daya manusia, infrastruktur dan merek dagang (branding). Kopontren Thoriqul Huda memperkenalkan Thoriqul Huda Mart bisnis ritel yang menyediakan berbagai macam barang konsumsi, kitab dan barang lainnya

Thoriqul Huda Mart saat ini menjadi ritel yang tidak hanya melayani kebutuhan konsumen para santri lingkup Pondok Pesantren namun juga warga sekitar. Bapak Mohamad Nashruddin selaku kepala toko (supervisor store) mengatakan bahwasannya sejak berdirinya hingga tahun 2024 dalam struktur jabatan telah berganti sebanyak tiga kali kepala toko (supervisor store). Pada Thoriqul Huda Mart terdapat empat orang yang bekerja di dalamnya yakni, satu supervisor store, satu kasir dan dua pramuniaga yang kesemuanya saling bekerjasama untuk menjalankan

¹ M. Nashruddin, Supervisor, “Sejarah dan Pengelolaan Thoriqul Huda Mart”, Wawancara, Thoriqul Huda Mart, 23 Januari 2025.

masing-masing tugas yang telah menjadi tanggung jawabnya.²

2. Struktur Organisasi Thoriqul Huda Mart

Struktur organisasi dibuat untuk mempermudah pendelegasian wewenang dan tanggung jawab yang jelas dan sistematis.

Struktur organisasi Thoriqul Huda Mart adalah sebagai berikut:

- a. Supervisor store : M. Nashruddin
- b. Karyawan Bagian Kasir : Intan Fandini
- c. Karyawan Bagian Pramuniaga : Hari Susanto
- d. Karyawan Bagian Pramuniaga : Agus Susilo

Adapun tugas-tugas karyawan di Thoriqul Huda Mart adalah sebagai berikut:

- a. Supervisor toko adalah bagian dari struktur manajerial yang memiliki tanggung jawab strategis dalam memastikan kelancaran kegiatan operasional harian pada toko ritel. Mengacu pada sejumlah referensi, peran ini dijalankan sebagai tangan kanan manajer toko, yang membantu dalam menangani sebagian tugas manajerial. Secara umum, cakupan tanggung jawab supervisor mencakup pengawasan menyeluruh terhadap operasional toko, termasuk manajemen sumber daya manusia, pengaturan stok barang, serta pelayanan terhadap pelanggan.³ Maka dalam keberlangsungan supervisor sangat berperan

² M. Nashruddin, Supervisor, "Sejarah dan Pengelolaan Thoriqul Huda Mart", *Wawancara*, Thoriqul Huda Mart, 23 Januari 2025.

³“(PDF) 18. BUKU-MANAJEMEN RITEL-HARMON-,” ResearchGate, 30, accessed April 12, 2025, https://www.researchgate.net/publication/356192834_18_BUKU-MANAJEMEN_RITEL-HARMON-.

penting dalam kelancaran sebuah usaha terkait ritel yang dilakukan, supervisor juga bisa dikaitkan dengan istilah kepercayaan dari manajer untuk mengembangkan bisnis mulai dari pengawasan sumber daya manusia, stok barang dan keberlangsungan antar pelanggan.

- b. Kasir seseorang yang bertanggungjawab terhadap proses transaksi keuangan yang berada ditoko peran utama kasir ialah melayani memberikan pelayanan pelanggan terkait dengan pembayaran pemberian nota pembelian. Selain itu, kasir juga ikut terlibat dalam laporan harian toko. Kasir juga memiliki peranan penting terhadap interaksi antar pelanggan
- c. Pramuniaga adalah seseorang yang bekerja melayani pembeli di suatu toko atau pasar swalayan.

Bapak Nusruddin mengatakan bahwa “terkait Struktur organisasi Thoriqul Huda Mart tidak terlepas peran Pengurus Koperasi Pondok pesantren Thoriqul Huda menempatkan Thoriqul Huda Mart sebagai pengembangan usaha dari Koperasi pondok pesantren”.⁴

⁴ M. Nashruddin, Supervisor, “Sejarah dan Pengelolaan Thoriqul Huda Mart”, Wawancara, Thoriqul Huda Mart, 23 Januari 2025.

3. Visi Misi Thoriqul Huda Mart

a. Visi

“Mengembangkan transaksi ekonomi berbasis syariat Islam”.

b. Misi

- 1) Menerapkan transaksi jual beli yang berstandar syariat Islam.
- 2) Bersinergi dengan masyarakat sekitar yang memiliki usaha (warung kelontong).

4. Letak Geografis

Thoriqul Huda Mart terletak di Jl. Tengah Dusun Kandangan, RT.33 RW. 12 Desa Kedondong, Kecamatan Kebonsari, Kabupaten Madiun. Adapun batas lokasi Thoriqul Huda Mart adalah:

- | | |
|------------------|------------------------------------|
| a. Batas Utara | : Rumah Warga |
| b. Batas Selatan | : Pondok Pesantren Thoriqul Huda |
| c. Batas Timur | : Pondok Pesantren Thoriqul Huda |
| d. Batas Barat | : MTs, MI, RA dan Pemukiman Warga. |

B. Data Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart

Penelitian ini dilakukan di Thoriqul Huda Mart, sebuah unit usaha yang beroperasi di lingkungan pesantren dengan tujuan menyediakan kebutuhan sehari-hari bagi santri, guru, dan masyarakat sekitar. Dalam aktivitas bisnisnya, Thoriqul Huda Mart berupaya menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam sebagai pedoman dalam menjalankan kegiatan jual beli. Etika bisnis Islam menjadi dasar penting dalam menjaga kejujuran,

keadilan, serta tanggung jawab pelaku usaha agar setiap kegiatan ekonomi bernilai ibadah dan membawa kemaslahatan.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan beberapa pengelola dan karyawan Thoriqul Huda Mart, diketahui bahwa penerapan etika bisnis Islam di tempat ini mencakup berbagai aspek kegiatan usaha, mulai dari pengelolaan barang, pelayanan konsumen, hingga pengelolaan keuntungan. Implementasi etika tersebut diwujudkan melalui lima prinsip utama, yaitu keuhanan atau tauhid, keseimbangan (*al-'adl wa al-mizan*), kehendak bebas, tanggung jawab (*mas'uliyah*), dan ihsan (berbuat terbaik).

Kelima prinsip ini menjadi landasan bagi pelaku usaha di Thoriqul Huda Mart dalam menjaga kualitas produk, memberikan pelayanan yang baik, serta memastikan bahwa seluruh kegiatan bisnis berjalan sesuai nilai-nilai syariah. Adapun hasil wawancara yang diperoleh dari para informan menggambarkan bentuk penerapan kelima prinsip tersebut dalam menjaga kualitas produk sebagai bagian dari implementasi etika bisnis Islam di Thoriqul Huda Mart.

1. Prinsip Ketuhanan

Prinsip ketuhanan dalam praktik bisnis di Thoriqul Huda Mart tampak jelas dari cara para pelaku usahanya memandang aktivitas ekonomi sebagai bagian dari ibadah. Mereka tidak menempatkan usaha semata sebagai alat untuk meraih keuntungan duniawi, melainkan sebagai sarana untuk mendekatkan diri kepada Allah Swt. Bagi mereka, berdagang bukan sekadar mencari untung, tetapi juga merupakan bentuk pengabdian dan ketaatan.

Salah satu pemilik usaha menyampaikan bahwa sejak awal ia meniatkan kegiatan dagangnya sebagai bagian dari ibadah sehari-hari. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Bersama Bapak M. Najib sebagai pemilik Thoriqul Huda Mart:

“Kami memulai usaha ini dengan landasan niat ibadah, bukan semata-mata untuk mengejar keuntungan materi. Harapan kami, keberadaan usaha ini dapat memberikan kontribusi nyata dalam memenuhi kebutuhan pesantren, baik dari sisi ekonomi maupun operasional. Selain itu, kami juga ingin agar usaha ini menjadi sarana pembelajaran langsung bagi para santri dan tempat mereka bisa memahami dan merasakan bagaimana menjalankan bisnis secara halal, jujur, dan bertanggung jawab sesuai dengan nilai-nilai syariat Islam.”⁵

Hal serupa juga disampaikan oleh pengelola yaitu Bapak M. Nasruddin. Beliau mengatakan bahwa:

“Kami mendirikan *Thoriqul Huda Mart* ini bukan semata-mata untuk mencari keuntungan. Bagi kami, usaha ini adalah bagian dari ibadah dan pengabdian kepada pesantren. Selain membantu menopang kebutuhan ekonomi pesantren, kami juga berharap tempat ini bisa menjadi sarana belajar bagi para santri untuk memahami dan mempraktikkan bagaimana berbisnis yang sesuai dengan syariat Islam, yaitu bisnis yang dijalankan dengan kejujuran, tanggung jawab, dan niat yang baik.”⁶

Pemilik dan pengelola Thoriqul Huda Mart menjalankan usaha ini dengan landasan utama ibadah, bukan semata-mata untuk mencari keuntungan materi. Mereka memiliki tujuan mulia agar usaha ini dapat memberikan kontribusi nyata bagi keberlangsungan ekonomi dan operasional pesantren. Selain itu, Thoriqul Huda Mart juga dimaksudkan sebagai sarana

⁵ M. Najib, Pemilik Koperasi Thoriqul Huda Mart, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, *Wawancara*, Thoriqul Huda Mart, 23 Januari 2025.

⁶ M. Nashruddin, Supervisor, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, *Wawancara*, Thoriqul Huda Mart, 23 Januari 2025.

edukatif, yaitu tempat pembelajaran praktis bagi para santri dalam menjalankan bisnis yang halal, jujur, dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam. Dengan demikian, usaha ini tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga memiliki dimensi sosial, spiritual, dan pendidikan yang kuat.

Dalam penguatan hal lain juga disapaikan dari konsumen yaitu Bapak Alif Muhtar yang mengatakan bahwa:

“Kadang godaan itu pasti ada, apalagi kalau ada kesempatan untuk dapat untung cepat tapi caranya nggak sesuai syariat. Tapi kami di sini selalu saling mengingatkan, kalau dari awal niatnya ibadah, ya jalannya juga harus jujur. Kami percaya keberkahan itu cuma datang kalau usaha dijalankan dengan benar, nggak neko-neko. Ini sudah jadi semacam pengingat moral buat kita semua di sini, baik pengelola maupun karyawan.”⁷

Menurut beliau, pemahaman bahwa usaha adalah bagian dari ibadah menjadi filter moral yang sangat kuat. Berikut hasil wawancaranya:

“Menurut saya, pemahaman bahwa usaha itu bagian dari ibadah menjadi semacam filter moral yang sangat kuat. Setiap keputusan yang kami ambil, sekecil apa pun, selalu kami timbang berdasarkan nilai-nilai Islam — apakah langkah ini sesuai dengan syariat, apakah bisa membawa keberkahan atau justru sebaliknya. Sikap seperti inilah yang membuat kami berusaha tetap berada di jalur yang benar, meskipun kadang membutuhkan kesabaran dan keuletan yang lebih besar.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu informan di *Thoriqul Huda Mart*, penerapan nilai ibadah dalam kegiatan bisnis tidak hanya diwujudkan melalui niat, tetapi juga melalui kebiasaan dan kedisiplinan dalam menjalankan perintah agama. Informan menjelaskan bahwa kegiatan usaha akan dihentikan sementara ketika waktu salat tiba sebagai bentuk

⁷ Alif Muhtar, Konsumen, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, Wawancara, Thoriqul Huda Mart, 28 Januari 2025.

komitmen dalam menjaga keseimbangan antara aktivitas ekonomi dan kewajiban spiritual. Pemimpin usaha juga secara aktif mengingatkan serta mengarahkan karyawan untuk melaksanakan salat berjamaah di waktu yang telah ditentukan. Berikut hasil wawancaranya:

“Kalau adzan ya kita tutup sebentar, biar semua bisa sholat dulu. Pemimpin juga mengarahkan karyawannya untuk sholat berjama’ah.”⁸

Hal yang sama juga disampaikan oleh informan “kalau adzan udah kedengeran kita semua langsung gerak cepat, nutup toko dulu, terus bersiap buat salat jamaah bareng-bareng. Nggak ada yang nunda-nunda, soalnya udah jadi kebiasaan di sini. Udah otomatis gitu, kalau adzan ya salat dulu.”⁹

Hal yang berbeda juga disampaikan oleh informan konsumen yaitu bapak Kalim yang mengatakan bahwa:

“Kalau adzan sudah kedengeran, kita semua langsung gerak cepat — nutup toko dulu, terus bersiap buat salat jamaah bareng-bareng. Nggak ada yang nunda-nunda, soalnya itu sudah jadi kebiasaan di sini. Udah otomatis gitu, kalau adzan ya salat dulu.”¹⁰

Beliau juga mengatakan:

“Saya pernah berbelanja di sini saat waktu salat Maghrib, dan toko masih buka seperti biasa. Padahal saya tahu, seharusnya toko ditutup sejenak untuk salat berjamaah bersama. Mungkin saat itu para santri yang menjaga toko lupa atau sedang sibuk melayani banyak pembeli. Namun, menurut saya, kondisi seperti itu kurang sesuai dengan etika bisnis Islam yang mengedepankan pentingnya menunaikan kewajiban ibadah secara tepat waktu. Hal ini tentu menjadi pengingat bahwa konsistensi dalam menjalankan nilai-nilai syariat perlu terus

⁸ Agus Susilo, Karyawan, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, *Wawancara*, Thoriqul Huda Mart, 22 Januari 2025.

⁹ Hari Susanto, Karyawan, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, *Wawancara*, Thoriqul Huda Mart, 20 Januari 2025.

¹⁰ Kalim, M. Najib, Pemilik Koperasi Thoriqul Huda Mart, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, *Wawancara*, Thoriqul Huda Mart, 18 Januari 2025.

diperhatikan dan diperbaiki agar tercipta keseimbangan antara usaha dan ibadah.”

Kebiasaan menutup toko saat adzan berkumandang untuk melaksanakan salat berjamaah merupakan bagian tak terpisahkan dari budaya kerja di Thoriqul Huda Mart. Para informan menyampaikan bahwa begitu suara adzan terdengar, seluruh aktivitas usaha dihentikan sejenak, dan para karyawan segera diarahkan untuk melaksanakan salat berjamaah. Hal ini tidak hanya dilakukan atas inisiatif pribadi, tetapi juga atas arahan langsung dari pimpinan, yang secara konsisten menanamkan pentingnya menjaga kewajiban ibadah di tengah aktivitas bisnis.

Kebiasaan ini telah menjadi rutinitas yang otomatis dijalankan tanpa paksaan, mencerminkan tingginya kesadaran spiritual dalam lingkungan kerja tersebut. Tidak ada karyawan yang menunda-nunda atau mengabaikan seruan adzan, karena semua telah terbiasa menjadikan salat sebagai prioritas utama. Sikap cepat tanggap dalam merespons panggilan ibadah menunjukkan bahwa nilai-nilai Islam benar-benar dihidupkan dan dijadikan pedoman dalam operasional sehari-hari.

2. Prinsip Keseimbangan

Prinsip keseimbangan dalam etika bisnis Islam menekankan pentingnya harmonisasi antara kepentingan dunia dan akhirat, serta antara hak individu dan kepentingan masyarakat. Dalam konteks praktik usaha, prinsip ini tercermin melalui kebijakan yang adil terhadap seluruh pihak yang terlibat, baik konsumen maupun pelaku usaha. Seorang muslim yang menjalankan bisnis tidak hanya berorientasi pada keuntungan materi

semata, tetapi juga berupaya menanamkan nilai-nilai spiritual dan tanggung jawab sosial dalam setiap aktivitas usahanya.

Pada Thoriqul Huda Mart, penerapan prinsip ini tampak dalam hasil wawancara dengan pemilik, yaitu Bapak M. Najib yang mengatakan bahwa:

“Kita nggak pasang target keuntungan yang muluk-muluk. Yang penting cukup buat operasional jalan dan ada manfaatnya, baik buat pesantren maupun orang sekitar. Justru yang lebih penting itu, gimana usaha ini bisa jadi tempat belajar akhlak dan tanggung jawab”.¹¹

Beliau menjelaskan bahwa Thoriqul Huda Mart tidak dirancang sebagai bisnis komersial semata. Selain berfungsi sebagai unit usaha, tempat ini juga menjadi sarana pembinaan karakter bagi para santri. Melalui kegiatan berdagang, para santri diajarkan bahwa bekerja bukan sekadar mencari keuntungan, tetapi juga menumbuhkan nilai kejujuran, amanah, kedisiplinan, dan tanggung jawab.

Hal tersebut disampaikan oleh pemilik Thoriqul Huda Mart, Bapak M. Najib yang mengatakan:

“Kami ingin usaha ini bukan hanya tempat jual beli, tapi juga tempat belajar bagi santri. Di sini mereka bisa memahami bahwa berdagang itu bukan semata soal untung rugi, tapi bagaimana menjaga amanah, jujur dalam setiap transaksi, dan disiplin dalam bekerja. Harapannya, nilai-nilai itu bisa mereka bawa sampai nanti setelah keluar dari pesantren.”

Hal tersebut juga disampaikan oleh salah satu pengelola Thoriqul

¹¹ M. Najib, Pemilik Koperasi Thoriqul Huda Mart, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, *Wawancara*, Thoriqul Huda Mart, 23 Januari 2025.

Huda Mart, yaitu Bapak M. Nasruddin. Beliau menjelaskan bahwa keterlibatan santri dalam kegiatan usaha bukan semata untuk mencari keuntungan, tetapi sebagai sarana pembelajaran dan pembentukan karakter.

“Kita pengen santri ngerti kalau kerja itu bukan cuma soal hasil, tapi juga proses. Gimana mereka belajar jujur, disiplin, dan bisa dipercaya. Karena itu yang paling penting kalau nanti mereka terjun ke masyarakat.”¹²

Sebagaimana juga dikatakan oleh Bapak Hari Susanto berdasarkan hasil wawancara mengatakan bahwa:

“Awalnya saya sempat merasa kebingungan dalam membagi waktu antara tugas menjaga toko dan mengikuti kegiatan keagamaan di pesantren, terutama pengajian malam yang sifatnya rutin. Rasanya seperti dua hal penting yang berjalan bersamaan, dan saya khawatir salah satunya akan terabaikan. Tapi alhamdulillah, pihak pengelola sangat memahami kondisi kami sebagai santri. Mereka menyusun jadwal kerja dengan baik, sehingga semua karyawan tetap bisa melaksanakan salat berjamaah tepat waktu dan tidak ketinggalan pengajian malam. Jadwalnya sudah diatur sedemikian rupa, jadi ada keseimbangan antara tanggung jawab kerja dan kewajiban sebagai santri. Ini sangat membantu dan membuat kami merasa tenang dalam menjalankan keduanya.”¹³

Hal lain juga disampaikan oleh Bapak Agus, salah satu informan yang turut memberikan pandangannya mengenai penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam di Thoriqul Huda Mart. Beliau menuturkan bahwa:

“Kami selalu diingatkan oleh pimpinan untuk tidak menipu timbangan dan tidak berbohong dalam menyampaikan harga kepada pembeli. Pesan itu terus diulang, seolah menjadi prinsip dasar yang harus kami pegang setiap hari saat bekerja. Katanya, berdagang itu bukan hanya

¹² M Nasruddin, M. Najib, Supervisor, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, *Wawancara*, Thoriqul Huda Mart, 23 Januari 2025.

¹³ Hari Susanto, Karyawan, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, *Wawancara*, Thoriqul Huda Mart, 20 Januari 2025.

soal mencari keuntungan, tapi juga soal menjaga amanah. Kalau amanah dijaga dengan baik dalam hal kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab, maka insyaAllah rezeki yang didapatkan akan membawa keberkahan. Nilai-nilai seperti ini membuat kami lebih berhati-hati dan merasa bertanggung jawab, bukan hanya kepada pelanggan, tapi juga kepada Allah.”¹⁴

Konsumen Arga menyampaikan pengalamannya mengenai kejujuran dalam timbangan produk di Thoriqul Huda Mart:

“Menurut saya, berat produk yang dijual di sini sudah sesuai. Saya pernah membeli sebelumnya, dan kebetulan punya timbangan sendiri di rumah. Saat dicek oleh ibu, timbangannya pas, bahkan ada yang sedikit lebih ringan, jadi saya rasa tidak ada yang dikurangi. Kalau pun ada selisih sedikit, saya pikir itu wajar, mungkin karena penyusutan. Dan penyusutannya juga tidak terlalu banyak.”¹⁵

Hal serupa juga disampaikan oleh kalim sebagai konsumen mengatakan bahwa :

“Saya pernah membeli krupuk mentah dan beras yang sudah dikemas dalam plastik sejak awal. Jadi saat itu kami sebagai pembeli tinggal mengambil saja dari rak tanpa proses penimbangan ulang. Namun, sejujurnya saya sempat merasa ragu, apakah beratnya benar-benar sesuai satu kilogram atau justru kurang dari itu. Karena barang tidak ditimbang secara langsung di depan saya, muncul kekhawatiran apakah takaran yang diberikan sudah benar dan jujur. Bukan berarti saya menuduh, tapi sebagai konsumen tentu saya ingin ada kepastian, apalagi ini usaha yang membawa nama pesantren dan identitas Islam. Harapannya, ke depan ada penyesuaian agar semua proses dilakukan secara lebih terbuka dan meyakinkan, terutama dalam hal timbangan.”¹⁶

Dari hasil wawancara dengan beberapa informan, dapat disimpulkan bahwa orientasi usaha yang dijalankan oleh pengelola tidak

¹⁴ Agus Susilo, Karyawan, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, *Wawancara*, Thoriqul Huda Mart, 22 Januari 2025.

¹⁵ Arga Saputra, Konsumen, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, *Wawancara*, Thoriqul Huda Mart, 22 Januari 2025.

¹⁶ Kalim, Konsumen, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, *Wawancara*, Thoriqul Huda Mart, 18 Januari 2025.

semata-mata bertujuan mengejar keuntungan maksimal. Fokus utama mereka adalah menciptakan kebermanfaatan bagi pesantren dan masyarakat sekitar, serta menjadikan usaha ini sebagai wadah pembelajaran nilai-nilai moral, seperti akhlak, tanggung jawab, dan etos kerja Islami. Salah satu pengelola menyampaikan bahwa santri dilatih untuk memahami bahwa bekerja bukan hanya soal hasil, tetapi juga proses, di mana kejujuran, disiplin, dan sikap dapat dipercaya menjadi nilai utama yang ditanamkan.

Selain itu, pengelolaan waktu antara kewajiban bekerja dan kegiatan keagamaan juga menjadi perhatian serius. Jadwal kerja disusun secara bijak oleh pihak pengelola agar para santri tetap dapat melaksanakan salat berjamaah dan mengikuti kegiatan pengajian tanpa terganggu oleh tugas di toko. Hal ini menunjukkan adanya keseimbangan antara tanggung jawab duniawi dan ukhrawi yang dijaga dengan baik.

Dalam aspek etika berdagang, para karyawan secara rutin diingatkan untuk tidak menipu timbangan dan menyampaikan harga dengan jujur. Prinsip menjaga amanah ditekankan sebagai fondasi utama dalam menjalankan usaha, agar rezeki yang diperoleh tidak hanya halal secara syariat, tetapi juga membawa keberkahan. Sikap kehati-hatian dan tanggung jawab terhadap pelanggan maupun kepada Allah menjadi nilai yang terus ditanamkan dalam praktik sehari-hari.

Namun demikian, dari sisi konsumen, terdapat harapan agar proses penjualan khususnya yang berkaitan dengan timbangan dan kemasan

produk dapat dilakukan secara lebih transparan. Meskipun sebagian besar pembeli merasa puas dengan ketepatan timbangan, ada pula yang sempat meragukan keakuratan berat pada produk yang telah dikemas tanpa penimbangan langsung.

3. Kehendak Bebas

Prinsip kehendak bebas dalam etika bisnis Islam menekankan pentingnya memberikan kebebasan kepada setiap individu, baik karyawan maupun konsumendalam mengambil keputusan, asalkan tetap disertai tanggung jawab dan kesadaran moral. Di Thoriqul Huda Mart, prinsip ini diterapkan dengan memberikan fleksibilitas kepada karyawan untuk mengatur waktu dan cara kerja mereka, terutama karena sebagian besar juga memiliki kegiatan belajar di pondok. Kebebasan yang diberikan tetap dibarengi dengan tanggung jawab agar pekerjaan selesai dengan baik dan pelayanan kepada konsumen tetap optimal. Sementara itu, para pelanggan diberikan keleluasaan penuh untuk memilih produk sesuai kebutuhan mereka tanpa tekanan atau manipulasi dari pihak toko.

Berikut hasil wawancara Bersama Bapak M. Najib mengenai penerapan prinsip kehendak bebas ini:

“Kami beri kebebasan bagi karyawan untuk mengelola waktu dan cara kerja mereka, terutama karena mereka juga memiliki aktivitas belajar di pondok. Namun, kebebasan ini dibarengi dengan tanggung jawab agar pekerjaan tetap selesai dengan baik dan pelayanan tetap maksimal. Begitu juga dengan konsumen, kami sadar bahwa pelanggan harus bebas menentukan pilihan mereka. Tidak ada unsur paksaan atau manipulasi dalam penjualan di sini. Kalau mereka ingin tanya-tanya dulu,

bandingkan harga, atau bahkan tidak jadi beli, itu hak mereka yang harus kami hormati.”¹⁷

Hal yang sama juga disampaikan Oleh Bapak M. Nasruddin sebagai pengelola, beliau mengatakan bahwa:

“Saya selalu memberikan ruang bagi karyawan untuk menentukan sendiri cara mereka bekerja dan menyesuaikan jadwal dengan aktivitas pondok, asalkan tetap menjaga kualitas pelayanan dan disiplin. Pengelola juga menegaskan bahwa konsumen bebas memilih produk sesuai keinginan tanpa tekanan atau paksaan dari pihak toko. Kebebasan ini dianggap penting untuk menciptakan lingkungan bisnis yang transparan dan adil, sesuai dengan nilai-nilai Islam yang mengedepankan tanggung jawab dan kejujuran dalam setiap transaksi.”¹⁸

Bapak Hari Susanto menyampaikan:

"Awalnya agak sulit membagi waktu karena harus jaga toko dan ikut ngaji malam. Namun, pengelola sangat membantu dengan menyusun jadwal yang teratur. Dengan begitu, saya bisa tetap melaksanakan salat berjamaah, bekerja, dan mengikuti pengajian tanpa ada yang tertinggal. Kebebasan untuk mengatur waktu ini sangat membantu, selama pekerjaan tetap selesai dengan baik."¹⁹

Beliau menekankan bahwa kebebasan dalam mengatur waktu kerja sangat berarti asalkan tanggung jawab tetap dijalankan dengan baik

Hal lain juga disampaikan oleh Bapak Reza yang mengatakan bahwa:

“Setiap kali saya berbelanja di sini, saya merasa nyaman dan bebas dalam mengambil keputusan. Tidak pernah sekalipun saya merasa ditekan atau dipaksa untuk membeli barang. Kadang saya hanya datang untuk melihat-lihat dulu, membandingkan harga dengan toko lain, atau menanyakan informasi tentang produk

¹⁷ M Najib, Pemilik Koperasi Thoriqul Huda Mart, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, *Wawancara*, Thoriqul Huda Mart, 23 Januari 2025.

¹⁸ M Nasruddin, Supervisor, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, *Wawancara*, Thoriqul Huda Mart, 23 Januari 2025.

¹⁹ Hari Susanto, Karyawan, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, *Wawancara*, Thoriqul Huda Mart, 20 Januari 2025.

yang saya butuhkan. Dan ketika belum menemukan yang cocok, saya bisa pergi tanpa merasa sungkan atau tidak enak hati. Pelayanannya santai, tidak menekan, dan tetap ramah meskipun saya tidak jadi membeli. Menurut saya, ini menunjukkan bahwa para pelayan toko memahami betul etika berdagang yang sesuai dengan ajaran Islam yaitu tidak memaksa, melayani dengan sabar, serta memberikan ruang bagi pembeli untuk mempertimbangkan pilihannya dengan tenang.”²⁰

Hal yang tidak jauh juga disampaikan Bapak Hari Susanto sebagai karyawan yang mengatakan bahwa :

“Saya tuh tipe orang yang suka inisiatif, kayak nyapa pembeli duluan atau bantuin mereka nyari barang. Tapi saya tahu nggak semua karyawan sama, dan itu nggak apa-apa. Di sini, saya ngerasa bebas berekspresi. Asal tetep sopan dan ngikutin aturan toko, kita dibolehin kerja dengan cara kita sendiri. Itu bikin saya lebih semangat sih, karena nggak merasa kayak robot yang harus selalu patuh tanpa mikir.”²¹

Hal serupa juga disampaikan oleh Saputra sebagai konsumen yang mengatakan bahwa :

“Pernah saya nanya detail soal produk makanan, takut ada bahan yang saya nggak cocok. Karyawannya jawab sabar, nggak kayak orang yang buru-buru pengen jualan. Saya jadi ngerasa dihargai. Saya bisa ambil keputusan sendiri, nggak merasa ditekan. Itu bikin saya makin percaya sama toko ini.”²²

Hal serupa juga disampaikan oleh konsumen Kalim bahwa:

“Saya sering bertanya-tanya dulu sebelum memutuskan untuk membeli suatu barang. Kadang saya menanyakan banyak hal, mulai dari harga, kualitas, hingga perbandingan produk yang sejenis. Tapi pada akhirnya, tidak selalu saya langsung membeli. Meski begitu, alhamdulillah, para pelayan di toko tetap melayani dengan ramah dan sabar. Tidak ada kesan memaksa atau

²⁰Reza, Wawancara, Konsumen, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, *Wawancara*, Thoriqul Huda Mart, 22 Januari 2025.

²¹Hari Susanto, Karyawan, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, *Wawancara*, Thoriqul Huda Mart, 20 Januari 2025.

²²Arga Saputra, Konsumen, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, *Wawancara*, Thoriqul Huda Mart, 22 Januari 2025.

menunjukkan ketidaksabaran. Justru mereka tetap menjawab dengan sopan, bahkan memberikan penjelasan dengan detail. Ini membuat saya merasa nyaman dan dihargai sebagai konsumen. Pelayanan seperti ini, menurut saya, mencerminkan sikap profesional dan juga mencerminkan nilai-nilai Islam dalam berdagang, yaitu melayani dengan jujur, sabar, dan tidak memaksa.”²³

Dari data diatas, dapat disimpulkan bahwa budaya kebebasan yang diterapkan di Thoriqul Huda Mart menjadi salah satu ciri khas dalam pengelolaan usaha yang selaras dengan nilai-nilai Islam. Kebebasan ini tidak berarti tanpa batas, melainkan diiringi dengan tanggung jawab dan kesadaran moral, baik dari sisi karyawan maupun konsumen.

Bagi karyawan, diberikan ruang untuk menyesuaikan jadwal kerja mereka dengan kegiatan pondok seperti mengaji atau salat berjamaah. Pengelola memahami bahwa banyak dari mereka adalah santri aktif, sehingga fleksibilitas dalam waktu dan cara kerja menjadi bentuk dukungan terhadap pendidikan mereka. Namun, fleksibilitas ini tetap dibarengi dengan tuntutan akan kedisiplinan dan kualitas pelayanan. Karyawan diberi kesempatan untuk bekerja dengan gaya masing-masing, selama tetap menjaga sopan santun dan mengikuti aturan yang ada. Hal ini menciptakan suasana kerja yang lebih nyaman, manusiawi, dan memotivasi.

Sementara itu, dari sisi konsumen, pengalaman belanja di Thoriqul Huda Mart terasa santai dan tidak menekan. Pelanggan merasa diberi

²³ Kalim, Konsumen, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, *Wawancara*, Thoriqul Huda Mart, 18 Januari 2025.

kebebasan penuh dalam menentukan pilihan, tanpa merasa dipaksa atau dimanipulasi. Mereka bisa bertanya sebanyak yang mereka butuhkan, membandingkan harga, atau bahkan pergi tanpa membeli, tanpa mendapat perlakuan negatif dari karyawan. Pelayanan yang ramah, sabar, dan informatif dirasakan langsung oleh para konsumen sebagai bentuk nyata dari etika bisnis Islam jujur, transparan, dan mengedepankan kenyamanan pembeli.

4. Tanggung Jawab

Dalam ajaran Islam, setiap individu diwajibkan untuk senantiasa berperilaku baik dan mencegah kemungkaran. Setiap tindakan hendaknya mencerminkan keadilan dan tanggung jawab, termasuk dalam konteks kegiatan bisnis. Prinsip tanggung jawab ini menjadi pedoman penting bagi pelaku usaha agar setiap keputusan dan tindakan tidak merugikan pihak lain serta tetap sesuai dengan nilai-nilai syariat Islam.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak M. Najib di Thoriqul Huda Mart, implementasi prinsip tanggung jawab dalam operasional usaha terlihat melalui berbagai langkah konkret yang diambil oleh pengelola dan karyawan.

“Saya sudah menekankan pentingnya kontrol kualitas kepada para karyawan. Tapi kenyataannya, memang masih ada yang belum maksimal. Ini jadi evaluasi penting bagi kami. Tanggung jawab dalam Islam tidak hanya soal profit, tapi juga menjaga hak-hak konsumen, termasuk hak atas produk yang bersih dan tidak membahayakan. Ini menjadi tugas moral dan spiritual yang harus kami pegang.”²⁴

²⁴ M. Najib, Pemilik Koperasi Thoriqul Huda Mart, “Implementasi Etika Bisnis Islam

Hal ini juga dikatakan oleh Bapak Nasruddin yang mengatakan bahwa:

“Masalah produk kadaluarsa dan kemasukan serangga ini menunjukkan masih lemahnya pengawasan internal. Padahal, dalam prinsip etika bisnis Islam, tanggung jawab itu menyangkut kejujuran dan kepedulian terhadap pelanggan. Kami mulai memperbaiki sistem pengecekan dan mengingatkan tim agar lebih bertanggung jawab. Tidak cukup hanya menggugurkan tugas, tapi harus ada rasa takut dan malu kepada Allah jika sampai merugikan orang lain.”²⁵

Beliau sebagai pengelola juga mengatakan bahwa:

“Sebagai pengelola, tanggung jawab saya adalah memastikan semua sistem berjalan dengan baik, termasuk sikap dan pelayanan karyawan ke pelanggan. Saya nggak cuma ngawasin kinerja teknis, tapi juga akhlak dalam bekerja. Kalau ada staf yang melayani dengan cara yang kurang sopan, saya langsung beri arahan. Saya juga memastikan barang yang dijual sesuai standar, nggak ada yang rusak atau kadaluarsa. Kalau ada komplain, saya nggak biarkan berlarut-larut, harus cepat ditindak. Saya merasa tanggung jawab saya bukan cuma kepada atasan atau konsumen, tapi juga ke Allah karena kita menjalankan prinsip etika Islam.”²⁶

Hal serupa juga disampaikan oleh karyawan yaitu Saudara Susilo yang mengatakan bahwa:

“Kami biasanya cek stok setiap minggu, tapi kadang karena banyaknya barang dan kurangnya tenaga, ada saja produk yang terlewat. Saya akui itu kesalahan kami. Tapi setelah kejadian ditemukan produk yang rusak, kami sekarang sudah mulai rutin cek harian untuk barang-barang yang cepat kadaluarsa. Prinsip tanggung jawab dalam Islam mengajarkan kami agar tidak hanya kerja asal-asalan, tapi benar-benar memastikan barang yang kami

pada Thoriqul Huda Mart”, *Wawancara*, Thoriqul Huda Mart, 23 Januari 2025.

²⁵ Nasruddin, wawancara, 23 Januari 2025 .

²⁶ M. Nasruddin, Supervisor, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, *Wawancara*, Thoriqul Huda Mart, 23 Januari 2025.

jual itu layak.”²⁷

Seorang karyawannya yaitu saudara Susanto juga menambahkan::

“Saya memang santri, dan sejujurnya agak malu waktu ada laporan produk kadaluarsa masih ada di rak. Kami terlalu percaya satu sama lain dan kurang teliti. Padahal seharusnya sebagai seorang muslim, apalagi santri, kami dituntut untuk jujur dan bertanggung jawab, termasuk dalam hal kerja seperti ini. Setelah kejadian itu, kami diberi teguran dan diminta untuk lebih disiplin dan melakukan pengecekan berkala.”²⁸

Saudara Saputra sebagai konsumen menyampaikan pengalamannya:

“Saya tahu sebagian pegawai di toko ini adalah santri, sehingga awalnya saya merasa yakin semua barang akan terjaga kualitasnya. Namun, ketika saya membeli minuman dan peralatan mandi, ternyata ada yang sudah melewati tanggal kedaluarsa dua minggu. Saya langsung mengembalikannya dan diterima dengan baik, tapi saya berharap kejadian ini menjadi pembelajaran bagi pihak toko. Sebagai konsumen, saya mengharapkan pelayanan yang amanah, karena dalam Islam tanggung jawab adalah bagian dari iman.”²⁹

Seorang konsumen yang Bernama Saudara Kalim menyampaikan pengalamannya saat berbelanja di Thoriqul Huda Mart:

“Saya sudah beberapa kali berbelanja di toko ini karena lokasinya dekat dari rumah dan pegawainya ramah-ramah, apalagi saya tahu sebagian dari mereka adalah santri. Awalnya itu membuat saya merasa lebih percaya. Namun, suatu hari saya membeli jajanan untuk anak-anak, dan setelah dibuka ternyata sudah kadaluarsa. Bahkan ada satu bungkus yang isinya berubah bau dan warnanya. Saat saya kembalikan, pihak toko menanggapinya dengan baik dan menggantinya, tapi saya berharap kejadian seperti ini tidak terulang. Sebagai konsumen biasa, saya juga memahami bahwa

²⁷ Agus Susilo, Karyawan, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, *Wawancara*, Thoriqul Huda Mart, 22 Januari 2025.

²⁸ Hari Susanto, Karyawan, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, *Wawancara*, Thoriqul Huda Mart, 20 Januari 2025.

²⁹ Arga Saputra, Konsumen, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, *Wawancara*, Thoriqul Huda Mart, 22 Januari 2025.

dalam Islam jual beli harus dilakukan secara jujur dan penuh tanggung jawab. Kalau karyawanya santri, seharusnya bisa menjadi contoh dalam menjaga amanah, bukan hanya sekedar mengetahui teorinya saja. Tanggung jawab itu bukan hanya soal pekerjaan, tapi juga soal hati nurani.”³⁰

Meskipun ada beberapa kendala minor terkait kualitas produk, pihak pengelola dan karyawan Thoriqul Huda Mart responsif dalam menangani keluhan konsumen. Tindakan cepat untuk mengganti barang yang bermasalah mencerminkan prinsip tanggung jawab dan amanah yang dijunjung dalam etika bisnis Islam. Hal ini menegaskan komitmen toko untuk tetap menjaga kepercayaan konsumen dan menyeimbangkan antara operasional usaha dan kualitas pelayanan. Terdapat pengalaman positif terkait kualitas produk yang dijual di Thoriqul Huda Mart, meskipun ada beberapa catatan kecil terkait pengelolaan barang. Salah satu konsumen yang bernama Saudara Reza menyampaikan bahwa:

“Setiap kali saya beli barang di toko, Alhamdulillah barangnya selalu bagus dan nggak pernah ada masalah. Namun, saya sempat dengar ada juga barang yang kondisinya kurang layak, entah rusak atau gimana, saya kurang tahu jelas. Tapi yang pasti, penjualnya langsung tanggap dan menggantinya dengan barang yang masih bagus.”³¹

Selain itu, konsumen juga mengapresiasi sikap tanggung jawab dan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Thoriqul Huda Mart, terutama ketika situasi tidak biasa terjadi. Salah satu konsumen menyampaikan:

³⁰ Kalim, Konsumen, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, *Wawancara*, Thoriqul Huda Mart, 18 Januari 2025.

³¹ Reza, Konsumen, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, *Wawancara*, Thoriqul Huda Mart, 22 Januari 2025.

“Waktu saya telat datang pas toko mau tutup, saya kira bakal disuruh pulang. Tapi malah dibukain lagi dan dibantu belanja sebentar. Mereka bilang, ‘nggak apa-apa, tanggung jawab kami melayani.’ Wah, saya senang banget dengan sikap seperti itu.”³²

Selain itu, tanggung jawab karyawan juga terlihat dari cara mereka menjaga barang milik pelanggan. Konsumen mengamati langsung perilaku tersebut dan menilai sikap itu patut dicontoh. Salah satu konsumen menyampaikan:

“Saya sering lihat sendiri, staf di sini benar-bener menjaga amanah. Kalau pelanggan lupa ambil barang, mereka simpan baik-baik sampai diambil. Nggak semua toko begitu. Tanggung jawab mereka patut dicontoh.”³³

Dari kesimpulan diatas maka thoriqul huda Mart, Beberapa pernyataan yang disampaikan oleh pengelola maupun karyawan menunjukkan adanya kesadaran moral dan spiritual yang cukup kuat, bahwa tanggung jawab dalam menjalankan bisnis tidak semata-mata ditujukan untuk meraih keuntungan materiil, tetapi juga merupakan amanah yang harus dijaga dengan sungguh-sungguh. Amanah ini tidak hanya kepada sesama manusia, terutama konsumen, tetapi juga kepada Allah sebagai bentuk pertanggungjawaban akhir. Kesadaran ini tercermin dari berbagai langkah konkret yang telah diambil, seperti peningkatan dalam pengecekan kualitas barang serta penanganan keluhan pelanggan dengan cepat dan tanggap, sebagai upaya menjaga kepercayaan dan

³² Hasan, Konsumen, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, *Wawancara*, Thoriqul Huda Mart, 22 Januari 2025.

³³ Ali Ridho, Konsumen, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, *Wawancara*, Thoriqul Huda Mart, 22 Januari 2025.

memenuhi standar etika bisnis yang Islami.

Meski demikian, realita di lapangan masih menunjukkan adanya beberapa kelemahan yang cukup mencolok, khususnya dalam aspek pengawasan kualitas. Beberapa keluhan yang muncul berkaitan dengan produk yang telah melewati masa kedaluwarsa, adanya barang yang rusak, serta kelalaian dalam pengelolaan stok. Permasalahan tersebut diakui secara terbuka oleh pihak internal sebagai bentuk kekurangan dalam manajemen yang saat ini sedang menjadi fokus evaluasi dan perbaikan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun niat dan prinsip moral sudah ada, implementasinya masih membutuhkan peningkatan dari sisi sistem dan kedisiplinan operasional.

Dari perspektif konsumen, terutama yang mengetahui bahwa sebagian pegawai adalah santri, muncul ekspektasi yang tinggi terhadap perilaku dan integritas mereka. Kepercayaan yang diberikan masyarakat ini menjadi tanggung jawab moral tambahan bagi para pegawai agar senantiasa mencerminkan akhlak mulia dan etos kerja yang sesuai dengan ajaran Islam. Dengan demikian, nilai tanggung jawab dalam etika bisnis Islam sebenarnya telah menjadi bagian dari kesadaran kolektif, namun untuk mencapai hasil yang maksimal, masih diperlukan komitmen yang lebih kuat serta sistem pengawasan yang lebih konsisten dan menyeluruh agar implementasinya dapat berjalan secara optimal dan berkelanjutan.

5. Ihsan

Konsep kebajikan (ihsan) dalam etika bisnis Islam tidak sekadar dimaknai sebagai tindakan baik, melainkan sebagai bentuk keutamaan spiritual yang lahir dari kesadaran batin seorang Muslim untuk senantiasa berbuat baik kepada sesama. Perbuatan ini dilakukan secara sukarela dan ikhlas, tanpa menanti perintah, imbalan, maupun paksaan dari pihak manapun. Dalam perspektif Islam, ihsan merefleksikan tingkat tertinggi dari keimanan, yaitu ketika seseorang mampu menjalani setiap aspek kehidupannya-termasuk dalam dunia kerja dan bisnis-dengan keyakinan mendalam bahwa Allah senantiasa mengawasi segala tindak-tanduknya. Sebagaimana dijelaskan dalam hadis Jibril yang diriwayatkan oleh Imam Muslim, ihsan adalah *"beribadah kepada Allah seakan-akan engkau melihat-Nya; dan jika tidak mampu, maka yakinlah bahwa Allah melihatmu"*. Nilai ihsan ini menjadi fondasi penting dalam membangun karakter pekerja yang tidak hanya berorientasi pada hasil, tetapi juga pada proses yang dilandasi akhlak mulia, ketulusan, dan profesionalisme yang bernilai ibadah. Sejalan dengan pemikiran pelaku bisnis yang menginternalisasi prinsip ihsan akan menjadikan kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sebagai bagian tak terpisahkan dari perilaku kerjanya.

Salah satu temuan penting dalam penelitian ini menunjukkan adanya implementasi nilai ihsan dalam perilaku kerja sebagian karyawan Thoriqul Huda Mart. Nilai ihsan tercermin dari kesungguhan dan ketulusan mereka dalam melaksanakan tugas sehari-hari. Salah satu

karyawan, Saudara Susilo, menyampaikan:

“Kalau saya bekerja, niatnya ibadah, Mas. Jadi bukan sekadar mencari gaji. Saya berusaha melayani pembeli dengan ramah, meskipun lelah atau itu bukan tugas saya secara langsung. Saya berpikir, walaupun usaha saya tidak selalu terlihat oleh atasan, Allah pasti melihat. Karena itu, saya tetap berusaha menjalankan pekerjaan sebaik mungkin.”³⁴

Hal lain juga disampaikan informan M. Nasruddin beliau mengatakan bahwa:

Prinsip ihsan itu kami maknai sebagai upaya memberikan yang terbaik, tidak hanya kepada pelanggan tapi juga kepada karyawan dan lingkungan sekitar. Misalnya, dalam hal pelayanan, kami tidak sekadar melayani dengan sopan, tapi juga mencoba memahami kebutuhan pelanggan dan memberikan solusi yang memudahkan mereka, walaupun itu kadang di luar jam operasional.³⁵

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Saudari Intan Fandini, salah satu karyawan Thoriqul Huda Mart. Beliau menjelaskan bahwa penerapan nilai ihsan tidak hanya diwujudkan dalam pelayanan, tetapi juga dalam sikap empati terhadap pelanggan. Beliau mengatakan:

“Contoh paling nyata mungkin ketika pelanggan lupa membawa uang atau kekurangan sedikit, kami izinkan mereka untuk membayar nanti. Itu bukan semata-mata karena kami kenal, tapi karena kami merasa ada tanggung jawab moral dan sosial. Prinsip ihsan mendorong kami untuk berprasangka baik dan memberi kelapangan.”³⁶

Selain itu, hasil wawancara dengan informan lain menunjukkan

³⁴ Agus Susilo, Karyawan, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, *Wawancara*, Thoriqul Huda Mart, 22 Januari 2025.

³⁵ M. Nasruddin, Supervisor, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, *Wawancara*, Thoriqul Huda Mart, 23 Januari 2025.

³⁶ Intan Fandini, Karyawan, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, *Wawancara*, Thoriqul Huda Mart, 20 Januari 2025.

bahwa penerapan nilai ihsan di Thoriqul Huda Mart juga tampak dari kepedulian pimpinan terhadap kondisi para karyawan. Pimpinan tidak hanya memberikan arahan dalam konteks pekerjaan, tetapi juga memperhatikan aspek pribadi dan kesejahteraan para pegawainya. Ketika ada karyawan yang mengalami kesulitan, seperti masalah keluarga atau kondisi kesehatan yang kurang baik, pimpinan menunjukkan empati dan memberikan kesempatan bagi mereka untuk beristirahat. Sikap ini mencerminkan penerapan nilai ihsan yang menekankan kasih sayang, perhatian, dan kemanusiaan dalam hubungan kerja, sehingga menciptakan suasana kerja yang harmonis dan penuh penghargaan.

Pendapat lain disampaikan oleh Saudara Kalim:

“Saya sangat menghargai konsep toko ini yang menggabungkan nilai-nilai Islam, terlebih karena para pegawainya merupakan santri. Namun, menurut pendapat saya, prinsip ihsan belum sepenuhnya tampak dalam praktiknya. Saya pernah menemukan produk yang sudah rusak masih berada di rak. Jika prinsip ihsan benar-benar diterapkan, seharusnya setiap pekerjaan dilakukan dengan rasa peduli dan tanggung jawab, bukan hanya sekadar rutinitas. Meskipun begitu, saya tetap mendukung dan berharap ke depannya pelayanan di toko ini bisa menjadi lebih baik lagi.”³⁷

Hasil wawancara dengan salah satu informan bernama Saputra menunjukkan adanya pandangan kritis namun membangun terhadap penerapan nilai **ihsan** dalam aktivitas pelayanan di Thoriqul Huda Mart. Informan tersebut mengapresiasi konsep toko yang mengusung nilai-nilai Islam dan melibatkan santri sebagai karyawan, karena hal tersebut

³⁷ Kalim, Konsumen, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, Wawancara, Thoriqul Huda Mart, 18 Januari 2025.

menumbuhkan rasa kepercayaan dan kedekatan spiritual antara penjual dan pembeli. Namun, informan juga menilai bahwa penerapan nilai ihsan masih belum sepenuhnya konsisten dalam praktik sehari-hari. Hal ini tampak dari pengalaman pribadi ketika menemukan produk yang sudah tidak layak jual masih tersedia di rak. Situasi ini menggambarkan bahwa aspek pengawasan dan tanggung jawab karyawan masih perlu diperkuat agar nilai ihsan benar-benar tercermin dalam tindakan nyata, tidak hanya dalam konsep atau niat baik semata.

Hal tersebut disampaikan oleh Saudara Saputra yang mengatakan bahwa:

“Saya sudah beberapa kali belanja di toko ini karena merasa cocok dengan konsep islami yang mereka usung, apalagi karyawannya santri. Tapi terus terang, saya pernah kecewa saat menemukan produk yang sudah tidak layak jual masih ada di rak. Saya tahu semua orang bisa khilaf, tapi kalau mengaku menerapkan prinsip ihsan, seharusnya karyawan bekerja dengan sungguh-sungguh dan memperhatikan detail. Ihsan itu kan bukan hanya soal baik secara lahir, tapi juga tentang ketulusan dan kesungguhan dalam bekerja. Saya masih tetap belanja di sini karena niatnya bagus, tapi saya berharap pelayanannya bisa lebih mencerminkan semangat ihsan seperti yang diajarkan Islam.”³⁸

Hasil wawancara menunjukkan bahwa prinsip *ihsan*, yang bermakna berbuat sebaik-baiknya dengan ketulusan dan kesungguhan, telah menjadi dasar niat serta motivasi kerja bagi sebagian karyawan di Thoriqul Huda Mart. Pegawai yang berlatar belakang santri memandang pekerjaan bukan sekadar sarana mencari penghasilan, melainkan sebagai

³⁸ Arga Saputra, Konsumen, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, Wawancara, Thoriqul Huda Mart, 22 Januari 2025.

bentuk ibadah. Hal ini tercermin dari sikap mereka yang berusaha memberikan pelayanan ramah dan membantu pelanggan dengan penuh keikhlasan, bahkan di luar tanggung jawab utamanya.

Implementasi nilai *ihsan* juga tampak dari perilaku pimpinan yang tidak hanya memberi arahan secara profesional, tetapi juga menunjukkan kepedulian personal terhadap kondisi dan kesejahteraan karyawan. Sikap ini menumbuhkan rasa dihargai di antara pegawai serta menciptakan lingkungan kerja yang harmonis dan produktif.

Namun demikian, dari sisi konsumen masih terdapat catatan bahwa penerapan prinsip *ihsan* belum sepenuhnya konsisten, khususnya dalam hal pengelolaan produk dan pengawasan kualitas barang di rak. Beberapa temuan menunjukkan adanya produk yang rusak atau tidak layak jual masih tersedia, sehingga diperlukan peningkatan ketelitian dan tanggung jawab dalam bekerja. Konsumen berharap agar semangat *ihsan* yang menekankan ketulusan, kepedulian, dan profesionalisme dapat lebih nyata diwujudkan dalam pelayanan sehari-hari, bukan hanya menjadi konsep moral semata.

C. Data Dampak Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart

Penerapan etika bisnis Islam di Thoriqul Huda Mart memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap perkembangan usaha, baik dari sisi internal maupun eksternal. Berdasarkan hasil penelitian, penerapan nilai-nilai Islam seperti kejujuran, tanggung jawab, amanah, dan pelayanan yang ramah telah menciptakan suasana kerja yang kondusif dan meningkatkan kepercayaan pelanggan. Temuan lapangan juga menunjukkan bahwa konsistensi penerapan nilai syariah berpengaruh pada kualitas layanan, hubungan antarpegawai, dan peningkatan loyalitas pelanggan secara nyata. Penerapan etika bisnis Islam dapat meningkatkan reputasi, memperkuat hubungan dengan stakeholder, serta mendorong keberlanjutan usaha.

1. Peningkatan Reputasi dan Kepercayaan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan prinsip etika Islam telah memperkuat reputasi Thoriqul Huda Mart di mata konsumen. Sikap sopan, pelayanan ramah, serta transparansi dalam harga dan kualitas produk menciptakan rasa nyaman dan kepercayaan pelanggan. Beberapa pelanggan menyatakan bahwa mereka memilih kembali berbelanja di toko ini karena merasa diperlakukan dengan adil dan dihargai. Etika bisnis syariah mampu meningkatkan citra dan reputasi perusahaan karena berlandaskan pada nilai kejujuran dan tanggung jawab sosial.

Konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan. Salah satu informan yang Bernama Saudara Widad Wafa mengatakan bahwa:

“Setiap kali saya belanja di Thoriqul Huda Mart, saya merasa cukup puas, mas. Memang sih, kadang ada beberapa barang yang saya butuhkan nggak tersedia, tapi itu nggak jadi masalah besar buat saya. Soalnya, pelayanan yang diberikan di toko ini menurut saya sudah sangat baik. Penjualnya selalu menyapa dengan ramah, sopan, dan kelihatan tulus dalam melayani pembeli. Hal seperti itu bikin saya nyaman dan ngerasa dihargai sebagai pelanggan.”³⁹

Konsistensi dalam menjaga pelayanan dan kejujuran membuat pelanggan merasa dihormati dan membentuk loyalitas jangka panjang.

Saudara Kalim juga menegaskan:

“Kalau menurut saya, ini jadi investasi jangka panjang. Kepercayaan itu mahal, dan toko ini udah punya itu. Karena mereka jujur, amanah, dan menghargai pelanggan. Jadi pembeli nggak cuma datang sekali, tapi terus kembali. Ini bukti kalau nilai-nilai Islam bisa bikin usaha berkembang dan bertahan.”⁴⁰

Penerapan prinsip-prinsip etika Islam di Thoriqul Huda Mart berdampak pada meningkatnya citra positif dan kepercayaan masyarakat terhadap toko tersebut. Pelayanan yang jujur, transparan, serta suasana toko yang bersih dan tertata rapi menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Kejujuran dalam menampilkan harga, keramahan dalam pelayanan, serta ketulusan dalam berinteraksi menunjukkan bahwa nilai-nilai syariah telah diterapkan dengan baik.

Salah satu informan menyampaikan:

“Saya bukan orang yang terlalu paham soal etika bisnis Islam secara teori, tapi dari yang saya lihat, toko ini cukup jujur dan pelayanannya enak. Barangnya juga jelas, nggak pernah ada harga yang disembunyikan. Kalau itu memang bagian dari etika Islam, ya saya bisa bilang dampaknya bagus. Saya jadi lebih nyaman belanja

³⁹ Wafa Alwidad, Konsumen, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, *Wawancara*, Thoriqul Huda Mart, 22 Januari 2025.

⁴⁰ Kalim, Konsumen “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, *Wawancara*, Thoriqul Huda Mart, 18 Januari 2025.

di tempat seperti ini dibanding toko lain yang kadang kurang ramah.”⁴¹

Selain itu, bukti tambahan dari beberapa pelanggan menyebutkan bahwa mereka lebih memilih Thoriqul Huda Mart daripada toko lain karena tidak pernah terjadi manipulasi harga, kecurangan takaran, atau penjual yang memaksa membeli produk tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa nilai *shiddiq* (jujur) dan *amanah* benar-benar diterapkan.

Seorang informan lain menyampaikan:

“Barangnya jelas, nggak pernah ada harga yang disembunyikan. Kalau itu memang bagian dari etika Islam, ya saya bisa bilang dampaknya bagus.”⁴²

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa konsumen menilai adanya penerapan nilai kejujuran (*shiddiq*) dan keterbukaan (*transparansi*) dalam aktivitas bisnis di Thoriqul Huda Mart. Dampak dari penerapan nilai-nilai tersebut adalah meningkatnya rasa nyaman, kepercayaan, dan loyalitas pelanggan. Dampak ini memperkuat loyalitas pelanggan serta membangun citra positif di masyarakat.

2. Peningkatan Kinerja dan Etos Kerja Karyawan

Secara internal, penerapan etika bisnis Islam turut membentuk karakter dan perilaku kerja karyawan. Nilai-nilai seperti kejujuran, tanggung jawab, dan amanah telah menumbuhkan kesadaran bahwa bekerja bukan sekadar mencari nafkah, melainkan juga bagian dari ibadah.

⁴¹ Reza, Konsumen, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, *Wawancara*, Thoriqul Huda Mart, 22 Januari 2025.

⁴² Wafa Alwidad, Konsumen, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, *Wawancara*, Thoriqul Huda Mart, 22 Januari 2025.

Hal ini berdampak pada meningkatnya kedisiplinan, tanggung jawab, serta kerja sama antarpegawai. Hasil wawancara menunjukkan bahwa karyawan menjadi lebih disiplin, proaktif, dan saling membantu dalam menjaga kebersihan, pelayanan, serta ketersediaan barang.

Bapak M. Najib sebagai pemilik Thoriqul Huda Mart menjelaskan bahwa:

“Sejak awal kami niatkan usaha ini untuk berjalan sesuai nilai-nilai Islam, dan alhamdulillah sejauh ini ada banyak dampak positif. Pelanggan jadi lebih percaya karena merasa dilayani dengan jujur. Karyawan juga terbiasa diajak berpikir bahwa kerja itu bukan hanya soal gaji, tapi juga ibadah. Mungkin belum sempurna, tapi nilai-nilai seperti tanggung jawab dan kejujuran sudah mulai terasa hasilnya dalam budaya kerja dan kepuasan pelanggan.”⁴³

Hal senada juga disampaikan oleh pengelola toko:

“Sejak diterapkannya prinsip-prinsip etika bisnis Islam di Thoriqul Huda Mart, saya merasakan perubahan suasana kerja yang lebih positif. Karyawan jadi lebih mudah diatur karena mereka mulai memahami bahwa pekerjaan ini tidak hanya urusan dunia, tapi juga bagian dari ibadah. Kalau dulu beberapa karyawan masih cuek, sekarang mereka lebih perhatian, misalnya dalam menjaga kebersihan rak, memeriksa tanggal kadaluarsa, dan melayani pembeli dengan lebih sopan. Etika Islam seperti kejujuran dan tanggung jawab mulai membentuk kebiasaan baik, walaupun belum semuanya berjalan sempurna.”

Selain itu, data tambahan menunjukkan bahwa sejak penerapan etika Islam, tingkat kesalahan dalam penataan barang serta komplain pelanggan menurun. Karyawan lebih teliti dan berinisiatif dalam melayani. Hal ini menunjukkan bahwa etika Islam berperan dalam meningkatkan kualitas kerja. Karyawan, Saudara M. Nasruddin, juga menyampaikan:

⁴³ M. Najib, Pemilik Koperasi Thoriqul Huda Mart, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, *Wawancara*, Thoriqul Huda Mart, 23 Januari 2025.

“Saya jadi lebih sadar kalau kerja itu bukan cuma nyari gaji, tapi juga tanggung jawab ke Allah. Saya merasa lebih tenang dan kerja juga lebih ikhlas. Suasana tim juga enak, saling bantu, nggak saling sikut. Dari pelanggan juga kelihatan, mereka suka balik lagi karena katanya pelayanannya beda, lebih sopan dan nyaman.”⁴⁴

Secara internal, penerapan etika bisnis Islam juga membawa pengaruh positif terhadap perilaku dan kesadaran kerja karyawan. Nilai-nilai Islam yang diterapkan membuat para karyawan memahami bahwa bekerja bukan sekadar mencari penghasilan, melainkan juga bagian dari ibadah kepada Allah. Kesadaran ini mendorong mereka untuk bekerja dengan lebih ikhlas, bertanggung jawab, serta menjaga kebersihan dan keteraturan lingkungan kerja.

Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh salah satu informan karyawan:

“Saya jadi lebih sadar kalau kerja itu bukan cuma nyari gaji, tapi juga tanggung jawab ke Allah. Saya merasa lebih tenang dan kerja juga lebih ikhlas. Suasana tim juga enak, saling bantu, nggak saling sikut. Dari pelanggan juga kelihatan, mereka suka balik lagi karena katanya pelayanannya beda, lebih sopan dan nyaman.”⁴⁵

Dari kutipan tersebut dapat dipahami bahwa nilai-nilai etika Islam, seperti tanggung jawab (*amanah*), kerja sama (*ta'awun*), dan niat ibadah dalam bekerja, telah membentuk suasana kerja yang harmonis dan produktif. Karyawan menjadi lebih disiplin, saling menghargai, dan termotivasi untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan.

Perubahan sikap dan peningkatan etos kerja ini pada akhirnya berdampak

⁴⁴ M. Nasruddin, Supervisor, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, *Wawancara*, Thoriqul Huda Mart, 23 Januari 2025.

⁴⁵ Agus Susilo, Karyawan, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, *Wawancara*, Thoriqul Huda Mart, 22 Januari 2025.

pada meningkatnya kepuasan pelanggan serta citra positif toko di masyarakat.

3. Kepuasan dan Loyalitas Konsumen

Etika bisnis Islam yang diterapkan oleh Thoriqul Huda Mart turut berpengaruh pada meningkatnya kepuasan dan loyalitas pelanggan. Pelayanan yang jujur, sopan, serta tanggap terhadap keluhan menjadi kunci keberhasilan toko dalam mempertahankan konsumen. Hal ini menunjukkan kesesuaian antara teori dan realita, di mana etika bisnis Islam berperan penting dalam membangun hubungan harmonis dengan stakeholder. Data di lapangan menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan merasa dihargai karena pegawai tidak memaksakan penjualan dan selalu terbuka mengenai kualitas serta kondisi produk.

Salah seorang pelanggan yaitu saudara Hasan menyampaikan:

“Selama ini saya merasa nyaman belanja di sini karena pegawainya sopan dan tidak pernah memaksa. Kalau ada barang yang rusak atau salah, mereka langsung minta maaf dan ditukar tanpa ribet. Saya rasa itu karena mereka memang diajarkan etika Islam. Sebagai pembeli, saya merasa dihargai. Itu bikin saya loyal dan tidak ragu untuk kembali belanja di sini.”⁴⁶

Saudara Saputra yang juga sebagai konsumen lain juga menambahkan:

“Saya sudah beberapa kali belanja di Thoriqul Huda Mart, terutama untuk kebutuhan sehari-hari keluarga. Menurut saya, penerapan etika bisnis Islam di toko ini cukup terlihat, terutama dari sikap jujur dan tanggung jawab para pegawai. Mereka selalu memberikan informasi produk dengan jelas dan tidak pernah memaksa pembeli.

⁴⁶ Hasan, Konsumen, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, Wawancara, Thoriqul Huda Mart, 22 Januari 2025.

Saya pernah menemukan produk yang hampir kadaluarsa, dan saat saya sampaikan, mereka langsung tanggap dan mengakui kesalahan itu. Ini membuat saya merasa dihargai dan percaya untuk terus berbelanja di sini.”⁴⁷

Temuan tambahan juga menunjukkan bahwa pelanggan merasa toko ini lebih amanah dibanding toko lain. Mereka percaya karena Thoriqul Huda Mart cepat menanggapi keluhan, menjaga kualitas barang, dan tidak menipu harga. Dampaknya adalah meningkatnya pelanggan tetap.

4. Dampak terhadap Keberlanjutan Usaha

Etika bisnis Islam tidak hanya berpengaruh pada hubungan sosial dan kepuasan pelanggan, tetapi juga menjadi fondasi bagi keberlanjutan usaha. Kepercayaan yang tumbuh antara pemilik, karyawan, dan konsumen menciptakan siklus bisnis yang stabil dan berdaya saing tinggi. Toko mampu bertahan karena mengedepankan nilai moral dan spiritual dalam praktik bisnisnya, sebagaimana dijelaskan dalam teori bahwa penerapan etika syariah mendorong inovasi, keberlanjutan, dan reputasi jangka panjang.

Berdasarkan hasil temuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa penerapan etika bisnis Islam di Thoriqul Huda Mart memberikan dampak positif baik secara internal maupun eksternal. Dari sisi internal, karyawan menunjukkan peningkatan kesadaran bahwa bekerja merupakan bagian dari ibadah, yang mendorong mereka untuk lebih jujur, bertanggung jawab, dan

⁴⁷ Arga Saputra, Konsumen, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, *Wawancara*, Thoriqul Huda Mart, 22 Januari 2025.

ikhlas dalam bekerja. Lingkungan kerja menjadi lebih harmonis, dengan budaya saling membantu dan menjaga kebersihan serta ketertiban toko.

Hal ini sejalan dengan hasil wawancara dengan pemilik toko yang menyatakan,

“Saya selalu ingatkan diri sendiri dan karyawan bahwa usaha ini harus dijalankan secara halal. Kalau menimbang harus pas, harga pun harus jujur. Kepercayaan pelanggan itu yang paling penting.”⁴⁸

Pemilik juga menambahkan,

“Kalau kita menjalankan usaha sesuai syariat, InsyaAllah usaha ini membawa berkah. Rezeki itu mengikuti kejujuran.”⁴⁹

Wawancara dengan karyawan juga memperkuat temuan tersebut.

Salah satu karyawan menuturkan,

“Saya bekerja di sini merasa seperti ibadah. Makanya saya berusaha melayani dengan sopan dan tidak marah-marah, karena itu tanggung jawab saya.”⁵⁰

Karyawan tersebut juga menjelaskan bahwa suasana kerja menjadi nyaman,

“Kami di sini saling bantu. Kalau ada rak yang berantakan atau pelanggan butuh sesuatu, kami langsung gerak supaya toko tetap rapi.”

Sementara itu, dari sisi eksternal, pelanggan merasa puas dan dihargai karena pelayanan yang ramah, sopan, dan responsif terhadap keluhan. Hal ini

⁴⁸ M. Najib, Pemilik Koperasi Thoriqul Huda Mart, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, *Wawancara*, Thoriqul Huda Mart, 23 Januari 2025.

⁴⁹ M. Najib, Pemilik Koperasi Thoriqul Huda Mart, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, *Wawancara*, Thoriqul Huda Mart, 23 Januari 2025.

⁵⁰ Agus Susilo, Karyawan, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, *Wawancara*, Thoriqul Huda Mart, 22 Januari 2025.

menumbuhkan loyalitas konsumen serta meningkatkan kepercayaan publik terhadap toko. Salah satu pelanggan mengatakan,

“Karyawan di sini ramah dan tidak pernah membentak. Kalau saya tanya harga atau barang, dijawab dengan santun.”⁵¹

Pelanggan lain menyampaikan pengalaman positif,

“Pernah saya beli barang ternyata cacat, dan ketika saya kembali, langsung diganti tanpa dipersulit. Itu membuat saya percaya sama toko ini.”⁵²

Sementara itu, dari sisi eksternal, pelanggan merasa puas dan dihargai karena pelayanan yang ramah, sopan, dan responsif terhadap keluhan. Hal ini menumbuhkan loyalitas konsumen serta meningkatkan kepercayaan publik terhadap toko. Meskipun penerapannya belum sempurna, nilai-nilai Islam seperti kejujuran, tanggung jawab, dan integritas telah memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan citra usaha dan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penerapan etika bisnis Islam merupakan fondasi yang kuat dalam mendukung keberlangsungan serta perkembangan bisnis Thoriqul Huda Mart di masa mendatang.

⁵¹ Reza, Konsumen, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, *Wawancara*, Thoriqul Huda Mart, 22 Januari 2025.

⁵² Wafa Alwidad, Konsumen, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart”, *Wawancara*, Thoriqul Huda Mart, 22 Januari 2025.

BAB IV

**ANALISIS IMPLEMENTASI ETIKA BINSIS ISLAM PADA THORIQUL
HUDA MART KANDANGAN KECAMATAN KEBONSARI KABUPATEN
MADIUN**

A. Analisis Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart

Dalam dunia bisnis sering sekali ditemukan adanya penyimpangan yang dilakukan. Salah satunya ialah mementingkan keuntungan sebanyak-banyaknya sehingga menghalalkan segala cara untuk meperoleh keuntungannya. Dengan adanya penyimpangan tersebut maka pentingnya mengimplementasikan etika dalam dalam menjalankan usaha. Terkhusus untuk para pelaku usaha muslim dikarenakan islam mengajarkan dalam menjalankan aktivitas bisnis baik penggunaan harta maupun cara mencari harta tersebut telah dibatasi dengan adanya halal maupun haram meskipun demikian dari banyaknya memperoleh harta tidaklah dibatasi termasuk juga keuntungan.¹ Hal tersebut dikarenakan dasar dari bisnis islam adalah *permissibility of thing* (kebolehan atas segala sesuatu) dimana segala sesuatu diperbolehkan kecuali hal telah ditetapkan dan dilarang dalam islam.

Adapun untuk membangun usaha bisnis yang sehat dan di ridhoi Allah SWT, Thoriqul Huda Mart sebagai perilaku usaha muslim hendaknya dalam menjalankan aktivitas bisnisnya mengimplementasikan prinsip-

¹ Iwan Aprianto and dkk, *Etika Dan Konsep Manajemen Bisnis Islam* (Budi Utama, 2020), 17.

prinsip etika bisnis islam. Adapun prinsip etika bisnis Islam sebagai berikut:

1. Prinsip Ketuhanan

Prinsip ketuhanan (tauhid) merupakan pilar esensial dalam konstruksi etika bisnis Islam.² Dalam perspektif ini, aktivitas ekonomi tidak dapat dipisahkan dari dimensi transendental, yakni keimanan dan penghambaan kepada Allah SWT. Dengan demikian, seorang pelaku usaha tidak hanya memikul tanggung jawab sosial terhadap sesama manusia, tetapi lebih mendasar lagi, ia bertanggung jawab secara spiritual kepada Tuhan. Kesadaran bahwa setiap tindakan ekonomi akan memperoleh konsekuensi di akhirat mendorong pelaku bisnis untuk berperilaku secara jujur, adil, dan konsisten dengan prinsip-prinsip syariat Islam.³ Menurut Antonio, menyatakan bahwa prinsip tauhid mengarahkan pelaku usaha Muslim untuk menjadikan Allah sebagai pusat orientasi dalam seluruh aspek kehidupan, termasuk dalam menjalankan kegiatan ekonomi. Oleh karena itu, aktivitas bisnis dalam Islam tidak hanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan materi semata, melainkan diposisikan sebagai salah satu bentuk pengabdian kepada Allah SWT yang mencerminkan dimensi ibadah.⁴

² Evarianisa Endang Trisnani, "Prinsip Etika Dalam Bisnis Dan Kewirausahaan Berbasis Islam," *Jurnal Studi Pendidikan Dasar* 2, no. 2 (2024): 315–29, <https://doi.org/10.54180/jsped.v2i2.316>.

³ Puja Trisena and Jaharuddin Jaharuddin, "Analisis Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam: Sebuah Kajian Literatur," *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi* 3, no. 6 (2024): 2408–17, <https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i6.5343>.

⁴ Antonio and M Syafi'i, *Etika Bisnis Islam* (Salemba Empat, 2013), 28.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, diketahui bahwa pendirian Thoriqul Huda Mart didasari oleh motivasi ibadah yang kuat, bukan sekadar berorientasi pada pencapaian keuntungan secara ekonomis. Landasan utama dalam mendirikan usaha ini adalah keinginan untuk memberikan kontribusi nyata terhadap pemenuhan kebutuhan ekonomi dan operasional pesantren, sekaligus menjadi wadah pembelajaran bagi para santri agar mampu memahami serta mengamalkan praktik bisnis yang halal dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam. Hal ini tercermin dari pernyataan pengelola yang menyampaikan bahwa, “Kami mendirikan Thoriqul Huda Mart ini bukan hanya untuk mencari untung. Ini bagian dari ibadah.” Ungkapan tersebut memperjelas bahwa dimensi spiritualitas menjadi dasar fundamental dalam menjalankan aktivitas usaha, di mana niat ibadah menjadi penggerak utama.

Pernyataan tersebut menunjukkan implementasi nyata dari prinsip tauhid dalam praktik bisnis sehari-hari. Melalui pendekatan ini, kegiatan usaha tidak hanya diarahkan untuk mencapai efisiensi operasional dan peningkatan profitabilitas semata, melainkan lebih menekankan pada pencapaian keberkahan serta pemeliharaan integritas moral para pelaku usahanya.⁵ Oleh karena itu, praktik bisnis yang dijalankan dengan menjunjung tinggi niat ibadah, kejujuran, dan amanah merupakan wujud

⁵ Padlan Padilah et al., “Integrasi Nilai Tauhid Dalam Kewirausahaan : Studi Kasus Pada Bisnis Kerajinan Sapu Injuk,” *MES Management Journal* 4, no. 2 (2025): 738–51, <https://doi.org/10.56709/mesman.v4i2.741>.

konkret dari penerapan prinsip ketuhanan yang menjadi pondasi utama dalam etika bisnis Islam.

Penerapan nilai-nilai ketuhanan dalam operasional Thoriqul Huda Mart juga tampak jelas dari kebiasaan pengelola dan seluruh karyawan untuk melaksanakan salat berjamaah secara teratur. Menurut keterangan informan, toko secara rutin ditutup sementara ketika waktu salat tiba, guna memberikan kesempatan bagi semua karyawan untuk melaksanakan kewajiban ibadah secara berjamaah. Hal ini menandakan bahwa aspek spiritualitas tidak dipinggirkan dalam kegiatan bisnis, tetapi justru diintegrasikan secara selaras dengan ritme operasional harian. Nilai-nilai agama tetap dijunjung tinggi, menunjukkan bahwa praktik bisnis yang dijalankan berada dalam kerangka kepatuhan terhadap perintah Allah SWT.⁶

Landasan penerapan etika bisnis Islam di Thoriqul Huda Mart berakar kuat pada prinsip-prinsip yang bersumber dari Al-Qur'an dan As-Sunnah, sebagaimana dijelaskan dalam artikel *Peran Al-Qur'an dan As-Sunnah dalam Perkembangan Ekonomi Syariah: Kajian, Peluang dan Tantangan Fintech Syariah*. Dalam perspektif tersebut, aktivitas ekonomi tidak hanya dipandang sebagai upaya mencari keuntungan semata, melainkan juga sebagai sarana untuk meraih keberkahan dan ridha Allah

⁶ Ahmad Gunawan et al., "Implementasi Ajaran Islam dalam Praktik Bisnis Etis pada Usaha Mikro dan Menengah Muslim: Implementation of Islamic Teachings in Ethical Business Practices in Muslim Micro and Medium Enterprises," *Alfabet Jurnal Wawasan Agama Risalah Islamiah, Teknologi dan Sosial* 2, no. 1 (2025): 67–77, <https://doi.org/10.34306/alwaarits.v2i1.761>.

SWT. Hal ini sejalan dengan praktik yang diterapkan di Thoriqul Huda Mart, di mana aspek moral dan spiritual selalu dikedepankan, seperti menjaga kejujuran dalam timbangan, keterbukaan harga, serta pelayanan yang santun kepada pelanggan. Dengan demikian, praktik bisnis yang dilakukan mencerminkan integrasi antara nilai-nilai religius dan tujuan ekonomi yang beretika.⁷

Selain itu, penerapan etika bisnis Islam di Thoriqul Huda Mart memiliki relevansi dengan penelitian *Bankziska and Loan Sharks Eradication in Southeast Asia: Evidence from Indonesia* yang menjelaskan bagaimana nilai-nilai Islam seperti kejujuran, amanah, dan tolong-menolong dapat menjadi dasar dalam membangun sistem ekonomi yang berkeadilan. Sama halnya dengan model pemberdayaan Bankziska yang mengedepankan tanggung jawab moral dan spiritual dalam aktivitas keuangan, Thoriqul Huda Mart juga menerapkan prinsip serupa dalam praktik bisnisnya. Aktivitas usaha tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga dilandasi niat ibadah, tanggung jawab sosial, dan upaya memberikan manfaat bagi sesama.

Keterkaitan ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam di Thoriqul Huda Mart sejalan dengan konsep ekonomi syariah yang menekankan keseimbangan antara aspek material dan spiritual. Seperti halnya tujuan Bankziska dalam menciptakan kemaslahatan dan

⁷ Atik Abidah et al., "Peran Al-Quran Dan as-Sunnah Dalam Perkembangan Ekonomi Syariah:Kajian, Peluang Dan Tantangan Fintech Syariah," *Muslim Heritage* 7, no. 1 (2022): 21–22, <https://doi.org/10.21154/muslimheritage.v7i1.3628>.

memberantas praktik ekonomi yang merugikan, Thoriqul Huda Mart berupaya menghadirkan kegiatan bisnis yang berlandaskan nilai ihsan, kejujuran, serta pelayanan yang adil dan transparan sebagai wujud pengamalan prinsip maqāṣid al-syarī'ah dalam konteks bisnis modern.⁸

Meski demikian, dalam penerapannya di lapangan masih dijumpai kendala yang perlu mendapat perhatian. Salah seorang konsumen menyampaikan pengalamannya bahwa pada waktu salat, toko masih beroperasi seperti biasa dan tidak dilakukan penutupan sementara. Meskipun kondisi ini dapat terjadi akibat faktor tertentu, seperti kepadatan pengunjung atau kelalaian dari pihak petugas, peristiwa ini menjadi catatan penting yang mencerminkan belum konsistennya implementasi prinsip ketuhanan dalam beberapa situasi. Padahal, dalam etika bisnis Islam, pelaksanaan ibadah salat tepat waktu merupakan hal yang sangat ditekankan sebagai bentuk ketaatan dan penghambaan diri kepada Allah SWT.⁹ Oleh karena itu, kelalaian dalam menunaikan ibadah wajib mencerminkan kurangnya keteguhan dalam mengimplementasikan nilai-nilai tauhid secara menyeluruh dalam kegiatan usaha.¹⁰

Penerapan prinsip ketuhanan di Thoriqul Huda Mart tidak hanya tercermin pada aspek ritual seperti salat berjamaah, tetapi juga membentuk

⁸ Kumara Adji Kusuma et al., "Bankziska and Loan Sharks Eradication in Southeast Asia: Evidence from Indonesia," *Al-Uqud: Journal of Islamic Economics* 08, no. 02 (2024): 169, <https://doi.org/10.26740/al-uqud.v8n2.p161-174>.

⁹ M. Wahyu Irvan Maulana, "Pengaruh Shalat Lima Waktu Terhadap Kedisiplinan Diri," *Jurnal Sudut Pandang* 2, no. 12 (2022): 137–40.

¹⁰ Heni Ani Nuraeni, "Implementasi Nilai Tauhid dalam Keluarga: Membentuk Karakter Individu dan Meningkatkan Kinerja Profesional," *TADBIRUNA* 4, no. 2 (2025): 182–95, <https://doi.org/10.51192/jurnalmanajemenpendidikanislam.v4i2.1310>.

budaya organisasi yang berorientasi pada kejujuran, keterbukaan, dan pelayanan yang bernilai ibadah. Hal ini sejalan dengan pandangan Beekun (1997) yang menegaskan bahwa tauhid menjadi fondasi moral dalam pengambilan keputusan bisnis Islam, di mana setiap tindakan usaha dipertanggungjawabkan bukan hanya secara sosial, tetapi juga spiritual.¹¹ Dengan demikian, nilai tauhid berfungsi sebagai mekanisme kontrol internal (*self-control*) yang mencegah praktik kecurangan, manipulasi harga, dan ketidakjujuran dalam transaksi. Jika penerapan nilai-nilai ini dijaga secara konsisten, Thoriqul Huda Mart berpotensi menjadi model usaha mikro Islami yang menempatkan keberkahan sebagai tujuan utama tanpa mengabaikan profesionalitas kerja.

Thoriqul Huda Mart telah berupaya secara maksimal untuk menerapkan prinsip ketuhanan dalam operasional bisnisnya, yang ditunjukkan melalui orientasi pada ibadah, komitmen terhadap kejujuran, serta prioritas terhadap pelaksanaan kewajiban ibadah dalam aktivitas keseharian. Meskipun masih terdapat tantangan dalam menjaga konsistensi pelaksanaannya, secara umum penerapan etika bisnis Islam berbasis nilai tauhid telah menjadi bagian tak terpisahkan dari identitas serta sistem kerja usaha yang dijalankan oleh Thoriqul Huda Mart.

Namun demikian, agar penerapan prinsip ketuhanan berjalan secara lebih menyeluruh dan berkelanjutan, diperlukan sistem manajemen

¹¹ Arif Budiman and Nisa Wahyuli, "Tauhid Sebagai Epistemologi Ekonomi Islam: Antara Spiritualitas Dan Keadilan Sosial," *JUPSI : Jurnal Pusat Studi Islam* 1, no. 2 (2025): 55–65, <https://doi.org/10.14825/qryh5v49>.

spiritual yang lebih terstruktur. Misalnya, pengelola dapat menetapkan SOP khusus untuk pelaksanaan salat berjamaah yang disosialisasikan kepada seluruh karyawan, atau melakukan evaluasi rutin terhadap disiplin ibadah dan perilaku etis karyawan. Selain itu, pembinaan rohani secara periodik, seperti kajian tafsir tematik tentang bisnis Islami, dapat memperkuat kesadaran spiritual dalam setiap aktivitas usaha. Dengan langkah-langkah tersebut, nilai tauhid tidak hanya hadir secara simbolik, tetapi benar-benar menjadi jiwa yang menuntun setiap aspek operasional bisnis.

2. Prinsip Keseimbangan

Prinsip keseimbangan dalam etika bisnis Islam merupakan salah satu nilai penting yang harus diterapkan dalam aktivitas usaha. Prinsip ini mengajarkan agar seorang pelaku bisnis mampu menyeimbangkan berbagai aspek kehidupan, seperti antara kepentingan duniawi dan ukhrawi, antara hak pribadi dan hak masyarakat, serta antara tanggung jawab kerja dan tanggung jawab spiritual.¹²

Penerapan prinsip di Thoriquil Huda Mart ini dapat terlihat dari tujuan utama usaha yang tidak semata-mata berorientasi pada keuntungan materi. Berdasarkan hasil wawancara, pengelola menegaskan bahwa usaha ini tidak memasang target keuntungan yang terlalu tinggi atau berlebihan. Yang terpenting menurut mereka adalah usaha ini dapat terus berjalan dengan baik, dapat mencukupi kebutuhan operasional harian, serta

¹² Abdul Aziz and Djohar Arifin, *Etika Bisnis Islam* (Alfabeta, 2013).

memberi manfaat nyata bagi lingkungan sekitar, khususnya pesantren dan masyarakat umum. Sikap ini menunjukkan bahwa Thoriqul Huda Mart tidak hanya mementingkan aspek ekonomi, tetapi juga memikirkan kontribusi sosial dan nilai-nilai kemanusiaan. Usaha ini berusaha untuk memberikan keseimbangan antara mencari rezeki dan memberikan manfaat kepada sesama, yang sesuai dengan semangat ajaran Islam.

Selain soal tujuan usaha, prinsip keseimbangan juga terlihat dari bagaimana Thoriqul Huda Mart dijadikan sebagai sarana pendidikan karakter bagi para santri yang terlibat di dalamnya. Pengelola menyatakan bahwa mereka tidak hanya ingin santri belajar bagaimana cara berdagang atau melayani konsumen, tetapi juga ingin mereka belajar tentang nilai-nilai moral seperti kejujuran, kedisiplinan, dan tanggung jawab. Bagi pengelola, proses kerja itu jauh lebih penting daripada sekadar mengejar hasil. Dengan kata lain, nilai-nilai etika dan akhlak mulia ditanamkan dalam setiap aktivitas kerja, sehingga santri tidak hanya bekerja untuk memenuhi tugas, tetapi juga belajar membentuk karakter mereka. Usaha ini menjadi media pembelajaran langsung yang mengajarkan bahwa bekerja adalah bagian dari ibadah dan tanggung jawab.¹³ Santri diharapkan mampu membawa nilai-nilai ini saat mereka kelak terjun ke tengah masyarakat. Ini menunjukkan bahwa Thoriqul Huda Mart berhasil menciptakan keseimbangan antara aktivitas usaha yang bersifat duniawi

¹³ Elza Umiyarzi, "Motivasi Kerja Dalam Perspektif Islam: Sebuah Kajian Teori," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)* 1, no. 2 (2021): 245–56, <https://doi.org/10.36908/jimpa.v1i2.45>.

dengan pendidikan akhlak yang bersifat ukhrawi.

Lebih lanjut, keseimbangan juga diterapkan dalam hal pengaturan waktu kerja bagi para santri yang bertugas di toko. Dalam kegiatan pesantren, para santri memiliki kewajiban untuk mengikuti salat berjamaah dan pengajian malam yang merupakan agenda rutin harian. Pada awalnya, beberapa santri merasa kesulitan membagi waktu antara bekerja di toko dan mengikuti kegiatan pesantren, karena keduanya sama-sama penting. Namun, pihak pengelola memahami kondisi tersebut dan mengambil langkah bijak dengan menyusun jadwal kerja secara adil dan teratur. Jadwal disusun sedemikian rupa agar semua karyawan tetap dapat menjalankan kewajiban ibadahnya dengan baik tanpa terganggu oleh tugas toko. Para santri diberikan waktu yang cukup untuk salat berjamaah dan tetap bisa mengikuti pengajian malam tanpa harus terburu-buru atau merasa terbebani. Hal ini mencerminkan bahwa pengelola tidak hanya memperhatikan target kerja atau produktivitas semata, tetapi juga peduli terhadap perkembangan spiritual para karyawannya. Dengan demikian, ada keseimbangan yang terjaga antara tanggung jawab dunia dan tanggung jawab akhirat.

Dalam pelayanan kepada konsumen, Thoriqul Huda Mart juga berusaha menjaga keseimbangan antara hak penjual dan kepuasan pelanggan. Karyawan toko selalu diberi arahan oleh pimpinan untuk tidak menipu dalam hal timbangan dan tidak menyampaikan harga yang tidak sesuai kepada pembeli. Amanah menjadi nilai utama yang ditekankan

dalam kegiatan berdagang, dan kejujuran dianggap sebagai pondasi dalam membangun kepercayaan konsumen. Namun demikian, dalam pelaksanaan teknis di lapangan, masih ada masukan dari konsumen terkait kemasan produk yang sudah ditimbang sejak awal. Beberapa pembeli menyatakan keraguannya terhadap takaran produk yang tidak ditimbang secara langsung di hadapan mereka, karena ingin memastikan bahwa berat produk sesuai dengan yang tertera. Meski pengalaman mereka menunjukkan bahwa takaran biasanya sesuai bahkan terkadang lebih, kekhawatiran tetap muncul karena kurangnya transparansi dalam proses.

Konsep keseimbangan dalam etika bisnis Islam ini memiliki kesamaan dengan prinsip keadilan yang bersifat horizontal, yaitu berkaitan dengan terciptanya harmoni secara menyeluruh dalam alam semesta.¹⁴ Oleh karena itu, nilai-nilai seperti keseimbangan, kebersamaan, dan sikap moderat menjadi bagian dari prinsip etis yang harus dijalankan dalam aktivitas maupun dalam keberadaan suatu bisnis.¹⁵ Salah satu bentuk penerapan prinsip ini dalam etika bisnis adalah bersikap jujur dalam hal ukuran dan timbangan. Di dalam Thoriqul Huda Mart, arahan pimpinan agar karyawan tidak menipu dalam timbangan dan harga adalah wujud nyata dari penerapan prinsip keadilan dan keseimbangan dalam kegiatan bisnis.

¹⁴ Sri Ratna Wulan, "Konsep Keseimbangan (Mīzān) Dalam Islam Sebagai Dasar Pembangunan Berkelanjutan," *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* 2, no. 6 (2025), <https://doi.org/10.5281/zenodo.15398043>.

¹⁵ Theguh and Bisri Bisri, "Moderasi Beragama Perspektif Etika (Analisis Pemikiran Franz Magnis-Suseno)," *JURNAL ILMIAH FALSAFAH: Jurnal Kajian Filsafat, Teologi Dan Humaniora* 9, no. 2 (2023): 98–114, <https://doi.org/10.37567/jif.v9i2.2295>.

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Pengertian adil diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta, dan hak Allah serta Rasul-Nya berlaku sebagai stakeholder dari perilaku adil seseorang. Semua hak-hak tersebut harus ditempatkan sebagaimana mestinya sesuai aturan syariah. Tidak mengakomodir salah satu hak tersebut dapat menjerumuskan seseorang kepada kedzaliman. Oleh karena itu, orang yang adil akan lebih dekat kepada ketakwaan.

Keadilan merupakan salah satu prinsip fundamental dalam ajaran Islam, bahkan disebutkan dalam Al-Qur'an dalam jumlah yang sangat banyak, menunjukkan betapa pentingnya nilai ini dalam kehidupan manusia.¹⁶ Dalam konteks muamalah, khususnya kegiatan bisnis, Islam sangat menekankan pentingnya berlaku adil serta melarang segala bentuk kecurangan dan tindakan zalim yang dapat merugikan pihak lain.¹⁷ Rasulullah SAW diutus oleh Allah SWT tidak hanya sebagai pembawa risalah keimanan, tetapi juga sebagai pembangun tatanan sosial yang berlandaskan keadilan.

Salah satu peringatan keras dari Al-Qur'an ditujukan kepada pelaku bisnis yang melakukan kecurangan dalam takaran dan timbangan, sebagaimana dalam Surah Al-Muthaffifin, Allah SWT mencela perilaku

¹⁶ Afifa Rangkuti, "Konsep Keadilan Dalam Perspektif Islam," *Tazkiya: Jurnal Pendidikan Islam* 6, no. 1 (2017), <https://doi.org/10.30829/taz.v6i1.141>.

¹⁷ Diva Kurnia Dwi Salsabila et al., "Prinsip Keadilan Dalam Syariat Islam: Antara Kewajiban Berlaku Adil Dan Larangan Dzalim," *Jurnal Kajian Islam Dan Sosial Keagamaan* 2, no. 4 (2025): 680–85.

orang-orang yang ketika menerima takaran dari orang lain mereka meminta secara penuh, namun ketika memberikan takaran kepada orang lain, mereka justru menguranginya. Kecurangan dalam bisnis bukan hanya merupakan pelanggaran etika, tetapi juga menjadi indikator runtuhnya sistem kepercayaan dalam dunia usaha. Kepercayaan adalah kunci utama dalam membangun hubungan bisnis yang sehat dan berkelanjutan.¹⁸ Oleh karena itu, keadilan bukan hanya nilai moral, tetapi juga fondasi strategis dalam menjamin keberlangsungan dan keberhasilan suatu usaha.

Allah SWT juga berfirman dalam Q.S Al-Maidah ayat 8:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۚ اعْدِلُوا هُوَ

أَقْرَبُ لِلنَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿٨﴾

Artinya: *“Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kamu penegak (kebenaran) karena Allah (dan) saksi-saksi (yang bertindak) dengan adil. Janganlah kebencianmu terhadap suatu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlakulah adil karena (adil) itu lebih dekat pada takwa. Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan.”*

Ayat ini menegaskan bahwa keadilan merupakan jalan menuju ketakwaan dan menjadi dasar utama dalam setiap interaksi sosial maupun ekonomi. Penerapan nilai ini di Thoriqul Huda Mart terlihat jelas dari

¹⁸ Dini Maulidya, “Peran Etika Bisnis Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Dalam Perspektif Syariah,” *At-Tajir: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 3, no. 1 (2025): 41–50.

komitmen pengelola untuk menghindari kecurangan dalam transaksi dan menjaga kepercayaan konsumen.

Konsep keseimbangan juga dapat dipahami sebagai tuntutan agar seorang pebisnis Muslim menjaga keseimbangan antara kehidupan dunia dan akhirat.¹⁹ Oleh karena itu, konsep ini mengajak para pengusaha Muslim untuk mampu melaksanakan tindakan-tindakan dalam bisnis yang tidak hanya membawa kesejahteraan bagi dirinya dan orang lain di dunia, tetapi juga memastikan keselamatan dan keberkahan di akhirat. Hal ini sejalan dengan praktik di Thoriqul Huda Mart yang berupaya menyeimbangkan kegiatan ekonomi dengan nilai-nilai spiritual, sosial, dan moral yang kuat.

Dengan demikian, penerapan prinsip keseimbangan di Thoriqul Huda Mart tidak hanya sebatas pada aspek teknis bisnis, tetapi juga merepresentasikan nilai keadilan, kejujuran, dan ketakwaan sebagaimana diajarkan dalam Islam. Hal ini menunjukkan bahwa usaha yang dikelola dengan menjunjung tinggi nilai etika bisnis Islam akan menghasilkan harmoni antara aspek ekonomi, sosial, dan spiritual, serta menjadi contoh nyata praktik bisnis yang berkeadilan dan berkeberkahan.²⁰

¹⁹ Badrul Muis, "Etika Bisnis Dalam Prespektif Ekonomi Islam," *Tajdid* 5, no. 1 (2021): 32–44, <https://doi.org/10.52266/tajdid.v5i1.628>.

²⁰ Lisa Wahyuni and Surya Sukti, "Nilai Praktik Ekonomi Islam Pada Lembaga Bisnis Syariah," *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research* 2, no. 1 (2025): 906–16, <https://doi.org/10.32672/mister.v2i1.2582>.

3. Prinsip Kehendakan Bebas

Prinsip kehendak bebas dalam etika bisnis Islam menegaskan bahwa setiap individu memiliki kebebasan dalam bertindak dan memilih, namun kebebasan tersebut bukanlah kebebasan mutlak yang tanpa batas.²¹ Islam memberikan ruang bagi manusia untuk menggunakan akal dan kehendaknya secara bebas, namun tetap dalam bingkai syariat dan nilai-nilai moral. Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-Kahfi ayat 29:

وَقُلِ الْحَقُّ مِنْ رَبِّكُمْ فَمَنْ شَاءَ فَلْيُؤْمِنْ وَمَنْ شَاءَ فَلْيُكْفُرْ ۚ

Artinya: “Dan katakanlah (Muhammad), kebenaran itu datanginya dari Tuhanmu; barang siapa yang menghendaki (beriman) hendaklah ia beriman, dan barang siapa yang menghendaki (kafir) biarlah ia kafir.”

Ayat ini menegaskan bahwa kebebasan adalah anugerah Ilahi yang diberikan kepada manusia sebagai makhluk berakal, tetapi pilihan tersebut memiliki konsekuensi moral dan tanggung jawab terhadap Allah SWT. Dalam bisnis, kehendak bebas berarti kebebasan untuk bertransaksi, berinovasi, dan membuat keputusan, namun dengan kesadaran untuk tidak keluar dari nilai-nilai kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial.²²

²¹ Muhammad Agung Raharjo et al., “Kebebasan Manusia Dalam Berkehendak Dan Berbuat: Analisis Persoalan Klasik Dalam Konteks Kehidupan Berbangsa Di Indonesia,” *ALFIHRIS: Jurnal Inspirasi Pendidikan* 3, no. 1 (2025): 203–15, <https://doi.org/10.59246/alfihris.v3i1.1231>.

²² Cici Adelia and Nurseri Hasnah Nasution, “Perspektif Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Pakaian Di Pasar Tradisional,” *Social Science and Contemporary Issues Journal* 2, no. 2 (2024): 395–403, <https://doi.org/10.59388/sscij.v2i2.485>.

Yusuf Qardhawi menegaskan bahwa kebebasan dalam Islam selalu diikat oleh tanggung jawab moral terhadap Allah dan manusia lainnya.²³ Dengan demikian, prinsip kehendak bebas dalam bisnis Islam bukan sekadar kebebasan bertindak, melainkan kebebasan yang berorientasi pada kebaikan dan kemaslahatan.

Penerapan prinsip kehendak bebas tersebut tampak jelas dalam praktik bisnis di Thoriqul Huda Mart. Berdasarkan hasil wawancara, manajemen memberikan ruang kebebasan kepada para karyawan untuk menyesuaikan waktu kerja dengan kegiatan keagamaan di pondok, seperti mengaji dan salat berjamaah. Fleksibilitas ini bukan bentuk kelonggaran tanpa arah, melainkan manifestasi tanggung jawab spiritual dan penghormatan terhadap nilai religius. Sebagaimana disampaikan oleh Bapak M. Najib dan Bapak M. Nasruddin, pengelola menyadari bahwa sebagian besar karyawan adalah santri aktif, sehingga penting bagi mereka untuk tetap menyeimbangkan antara pekerjaan dan kewajiban ibadah.

Kebijakan tersebut mencerminkan penerapan prinsip kehendak bebas yang proporsional yang memberikan ruang bagi karyawan untuk berinisiatif dan mengatur waktu kerja mereka, namun tetap menuntut tanggung jawab atas kualitas pelayanan. Bapak Hari Susanto menegaskan bahwa kebebasan mengatur waktu sangat membantu dirinya dalam menjalankan ibadah tanpa mengabaikan pekerjaan. Ini menunjukkan

²³ Abdul Ghofur and Ali Samsuri, "Pandangan Yusuf Qardawi Dalam Kitab Daurul Qiyam Wal Akhlaq Fil Iqtishadil Islami Mengenai Etika Produksi, Konsumsi Dan Distribusi Dalam Upaya Membangun Kesadaran Bisnis Beretika," *Al-Muzdahir : Jurnal Ekonomi Syariah* 6, no. 2 (2024): 125–40, <https://doi.org/10.55352/ekis.v6i2.935>.

bahwa kebebasan yang diberikan justru memperkuat motivasi kerja karena karyawan merasa dihargai dan dipercaya. Dalam perspektif etika bisnis Islam, hal ini sejalan dengan konsep *amanah* (tanggung jawab) dan *ihsan* (profesionalisme), di mana setiap tindakan kerja dilandasi oleh kesadaran spiritual, bukan sekadar kepatuhan mekanis terhadap aturan.²⁴

Sementara itu, dari sisi konsumen, Thoriqul Huda Mart menerapkan prinsip kehendak bebas melalui praktik transaksi yang jujur dan transparan. Konsumen diberikan kebebasan penuh untuk memilih, bertanya, membandingkan harga, bahkan membatalkan pembelian tanpa tekanan atau manipulasi dari pihak toko. Seperti yang diungkapkan oleh beberapa konsumen, antara lain Bapak Reza, Saputra, dan Kalim, pelayanan yang ramah, sabar, dan tidak memaksa menciptakan suasana belanja yang nyaman dan penuh kepercayaan.

Kebebasan konsumen untuk memilih dan memutuskan merupakan bagian integral dari etika muamalah Islam. Dengan memberikan ruang bagi konsumen untuk mempertimbangkan pilihannya secara tenang tanpa tekanan, Thoriqul Huda Mart telah menerapkan prinsip kehendak bebas secara konkret dalam kegiatan bisnisnya.

Lebih jauh, praktik ini juga merepresentasikan nilai *ta'awun* (saling tolong-menolong) dan *ukhuwwah* (persaudaraan) dalam bisnis. Karyawan tidak hanya berperan sebagai penjual, tetapi juga sebagai mitra konsumen

²⁴ Makmur Makmur et al., "Penerapan Nilai-Nilai Islam Dalam Etika Profesi Kesekretariatan Di Lembaga Pendidikan Islam," *Jurnal Al-Fikrah* 14, no. 1 (2025): 1–15, <https://doi.org/10.54621/jiaf.v14i1.1031>.

yang membantu mereka menemukan produk terbaik sesuai kebutuhan. Suasana belanja yang demikian bukan hanya menciptakan kenyamanan psikologis, tetapi juga menumbuhkan kepercayaan spiritual antara penjual dan pembeli.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penerapan prinsip kehendak bebas di Thoriqul Huda Mart merupakan wujud nyata integrasi antara nilai moral, spiritual, dan profesional dalam aktivitas ekonomi. Kebebasan yang diberikan kepada karyawan dan konsumen bukanlah kebebasan tanpa arah, melainkan kebebasan yang bertanggung jawab—kebebasan yang berorientasi pada kebaikan, kejujuran, dan keberkahan.

Secara teoritis, implementasi prinsip ini menunjukkan bahwa Thoriqul Huda Mart berhasil menghidupkan nilai-nilai Islam dalam dunia bisnis modern. Kebebasan yang diberikan tidak menimbulkan chaos, tetapi justru memperkuat etos kerja, meningkatkan kepuasan konsumen, serta menumbuhkan budaya bisnis yang etis dan manusiawi. Seperti dijelaskan dalam konsep kehendak bebas Islam, manusia memang diberi kemampuan untuk memilih, namun pilihan terbaik adalah yang sejalan dengan kehendak Ilahi dan membawa kemaslahatan bagi semua pihak.

4. Prinsip Tanggung Jawab

Dalam perspektif etika bisnis Islam, prinsip tanggung jawab (*responsibility*) merupakan landasan moral yang menuntut pelaku usaha untuk tidak hanya memikirkan keuntungan semata, tetapi juga mempertimbangkan dampak dari setiap keputusan bisnis yang diambil

terhadap semua pihak yang terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung.²⁵ Tanggung jawab mencakup aspek spiritual, sosial, dan lingkungan yang menyatu dalam satu kesatuan prinsip yang disebut amanah.

Antonio menegaskan bahwa tanggung jawab dalam bisnis Islam adalah wujud amanah yang harus dijalankan oleh pelaku bisnis terhadap semua pihak yang terkait, mulai dari pelanggan, karyawan, pemilik, hingga masyarakat luas. Dengan demikian, tanggung jawab dalam konteks ini mencakup kewajiban moral dan etis yang bersumber dari nilai-nilai Islam, di mana setiap aktivitas bisnis harus mencerminkan integritas, kejujuran, dan keadilan.²⁶

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi lapangan yang dilakukan oleh penulis, implementasi prinsip tanggung jawab di Thoriqul Huda Mart dapat dikatakan telah diterapkan, meskipun masih terdapat beberapa aspek yang memerlukan perbaikan. Pemilik usaha menunjukkan komitmen terhadap tanggung jawab dalam bentuk keterbukaan harga, kejelasan informasi produk, serta pelayanan yang berusaha menghindari unsur penipuan. Ini menunjukkan bahwa terdapat upaya untuk menjaga kepercayaan konsumen sebagai bagian dari tanggung jawab etis.

Selain itu, pemilik juga telah menunjukkan tanggung jawab sosial dengan merekrut karyawan dari masyarakat sekitar, memberikan

²⁵ Fitri et al., "Etika Bisnis Dalam Islam, Tanggung Jawab, Dan Keberkahan Ekonomi," *Jurnal Religion: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* 1, no. 6 (2023), <https://doi.org/10.55606/religion.v1i6.753>.

²⁶ Antonio muhammad syafii, *Etika Bisnis Islam* (Gema Insani, 2013), 143.

kepercayaan dalam pelaksanaan tugas harian, serta membangun hubungan kerja yang berdasarkan pada rasa saling percaya. Namun demikian, tanggung jawab terhadap pengembangan karakter dan pemahaman etika kerja karyawan masih tergolong minim. Sebagaimana ditemukan dalam observasi, terdapat sejumlah karyawan yang belum memahami pentingnya sikap sopan santun, kedisiplinan, dan profesionalisme dalam pelayanan. Hal ini mengindikasikan bahwa aspek tanggung jawab internal khususnya pembinaan etika kerja Islami belum berjalan secara maksimal.

Akan tetapi, tanggung jawab terhadap lingkungan fisik usaha, Thoriqul Huda Mart masih menghadapi tantangan. Kondisi kebersihan toko yang belum sepenuhnya terjaga, serta penataan barang yang kurang rapi, menimbulkan ketidaknyamanan bagi sebagian pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan adanya keluhan dari beberapa informan terkait kenyamanan saat berbelanja. Padahal, dalam Islam, menjaga kebersihan dan kenyamanan lingkungan merupakan bagian dari tanggung jawab moral yang tidak bisa diabaikan, sebagaimana prinsip *ihsan* dalam berinteraksi dengan sesama dan dengan lingkungan.

Etika bisnis Islam tidak hanya berbicara tentang halal dan haram, tetapi juga mencakup prinsip tanggung jawab, keadilan, dan ihsan dalam setiap aspek kegiatan bisnis.²⁷ Hal ini memperkuat bahwa setiap pelaku usaha dituntut untuk bertanggung jawab secara menyeluruh, termasuk

²⁷ Isnain Fitri Auli Yanti et al., “Konsep Etika Bisnis Dan Prilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Syariah,” *Journal of Economics and Business* 2, no. 1 (2024): 21–33, <https://doi.org/10.61994/econis.v2i1.456>.

terhadap dampak sosial dan psikologis yang mungkin timbul dari bisnis yang dijalankan.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Thoriqul Huda Mart telah berusaha menerapkan prinsip tanggung jawab sesuai dengan etika bisnis Islam, khususnya dalam aspek hubungan dengan pelanggan dan pemberdayaan masyarakat. Namun, untuk mencapai implementasi yang ideal, diperlukan upaya lanjutan seperti pelatihan etika kerja Islami bagi karyawan, peningkatan sistem kebersihan dan kenyamanan toko, serta evaluasi berkala terhadap kualitas pelayanan. Dengan demikian, prinsip tanggung jawab tidak hanya menjadi konsep teoritis, tetapi benar-benar terwujud dalam praktik bisnis yang adil, amanah, dan bernilai ibadah.

5. Prinsip Ihsan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa prinsip ihsan di Thoriqul Huda Mart telah diimplementasikan oleh sebagian besar karyawan dalam menjalankan aktivitas kerja sehari-hari. Penerapan prinsip ini tampak dari motivasi kerja yang dilandasi oleh niat ibadah, di mana pekerjaan dipahami bukan sekadar untuk memperoleh penghasilan, tetapi juga sebagai bentuk pengabdian kepada Allah SWT. Sikap tersebut mencerminkan tingkat kesadaran spiritual yang tinggi sebagaimana dijelaskan dalam hadis Jibril, bahwa ihsan adalah “beribadah kepada Allah seakan-akan engkau melihat-Nya; dan jika tidak mampu, maka yakinlah bahwa Allah melihatmu.”

Ihsan bukan hanya bermakna melakukan kebaikan secara lahiriah, melainkan juga mencerminkan keutamaan spiritual dan keikhlasan batin dalam setiap tindakan. Karyawan yang melayani pelanggan dengan ramah meskipun dalam kondisi lelah menunjukkan adanya internalisasi nilai ihsan dalam perilaku kerja. Mereka berusaha memberikan yang terbaik bukan karena pengawasan atasan, tetapi karena kesadaran bahwa setiap amal akan dinilai oleh Allah SWT. Hal ini selaras dengan pandangan Islam bahwa setiap aktivitas bisnis yang dilakukan dengan niat ibadah akan bernilai ibadah dan memperoleh pahala.²⁸

Dari sisi manajemen, nilai ihsan juga diwujudkan dalam kebijakan sosial yang berorientasi pada kepedulian terhadap pelanggan.²⁹ Contohnya, toko memberikan kelonggaran bagi pelanggan yang kekurangan uang untuk tetap membawa barang dan membayar di kemudian hari. Kebijakan ini menunjukkan adanya nilai empati, kepercayaan, dan solidaritas sosial, yang sejalan dengan semangat muamalah dalam Islam. Tindakan tersebut bukan hanya bentuk pelayanan ramah, tetapi juga penerapan nilai ihsan dalam arti luas: membantu, memudahkan urusan orang lain, dan menebarkan manfaat.

Jika dikaitkan dengan teori prinsip kebenaran dalam etika bisnis Islam, praktik di Thoriqul Huda Mart menunjukkan adanya keselarasan

²⁸ Wahyuddin Wahyuddin et al., "Transformasi Bisnis Sebagai Wahana Ibadah Dan Muamalah Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam* 9, no. 1 (2024): 57, <https://doi.org/10.30829/ajei.v9i1.20322>.

²⁹ Joko Wiyono, "Penerapan Prinsip Ihsan Dalam Mendorong Pelayanan Prima Di Cafe Gadex Pacet Mojokerto.," *FADZAT: Jurnal Ekonomi Syariah* 5, no. 1 (2024).

antara niat, sikap, dan tindakan. Prinsip kebenaran (*sidq*) mengajarkan bahwa pelaku usaha Muslim harus menjunjung kejujuran dan kebajikan dalam setiap transaksi.³⁰ Sebagaimana dijelaskan dalam Q.S. An-Nisa ayat 29, Allah SWT melarang manusia untuk memakan harta sesamanya dengan cara yang batil, kecuali melalui perdagangan yang dilandasi rasa suka sama suka. Implementasi prinsip ihsan dan kebenaran dalam bisnis berarti menghindari segala bentuk kecurangan, penipuan, maupun tindakan yang dapat merugikan konsumen.³¹

Namun, temuan di lapangan juga menunjukkan bahwa penerapan prinsip ihsan belum sepenuhnya konsisten. Beberapa pelanggan menyampaikan keluhan karena masih ditemukan produk rusak yang tetap dijual di rak. Fenomena ini menunjukkan adanya kelemahan dalam pengawasan kualitas produk serta kurangnya perhatian terhadap detail yang menjadi bagian dari ihsan itu sendiri. Dalam pandangan etika bisnis Islam, tindakan tersebut bertentangan dengan prinsip kebenaran karena tidak mencerminkan transparansi dan tanggung jawab moral terhadap konsumen.

Dengan demikian, praktik tersebut perlu mendapat perhatian khusus dari pihak manajemen agar nilai ihsan tidak hanya menjadi slogan, tetapi benar-benar terwujud dalam sistem kerja dan pelayanan.

³⁰ Citra Andanari. M et al., "Prinsip Kejujuran Dalam Jual Beli Menurut Perspektif Al-Qur'an," *Jurnal Cakrawala Ilmiah* 2, no. 6 (2023): 2535–46, <https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalailmiah.v2i6.4924>.

³¹ Rio Jaya Permata (Universitas Muhammadiyah Lampung) et al., "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Jual Beli Marketplace," *Muamalatuna* 7, no. 1 (2024): 17–27, <https://doi.org/10.36269/muamalatuna.v7i1.2462>.

Sebagaimana ditegaskan oleh teori etika bisnis Islam, pengusaha Muslim tidak hanya dituntut untuk mencari keuntungan, tetapi juga menjaga integritas moral dan spiritual dalam setiap aspek bisnis.³² Menjual barang yang rusak atau tidak layak jual dapat dikategorikan sebagai bentuk transaksi yang batil karena berpotensi merugikan pihak lain.

Selain itu, perilaku pimpinan Thoriqul Huda Mart yang memperhatikan kesejahteraan dan kondisi pribadi karyawan juga mencerminkan penerapan nilai ihsan dari aspek hubungan kemanusiaan (*hablun minannas*). Ketika pimpinan menunjukkan empati terhadap karyawan yang sedang mengalami kesulitan, hal tersebut bukan hanya memperkuat hubungan kerja, tetapi juga menumbuhkan rasa aman, nyaman, dan loyalitas di lingkungan kerja. Ini sejalan dengan konsep ihsan yang menekankan kasih sayang dan tanggung jawab sosial dalam setiap hubungan, termasuk antara atasan dan bawahan.

Secara keseluruhan, implementasi nilai ihsan di Thoriqul Huda Mart telah menunjukkan kemajuan dalam membangun etika kerja islami yang berorientasi pada spiritualitas dan pelayanan sosial. Akan tetapi, untuk mencapai penerapan yang lebih sempurna, diperlukan peningkatan dalam aspek pengawasan, pembinaan karyawan, dan kontrol mutu produk. Dengan langkah tersebut, nilai ihsan dapat benar-benar menjadi budaya kerja yang menyeluruh, bukan sekadar simbol moral.

³² Rudi Hartono I et al., "Etika Bisnis Islami Dalam Perspektif Fiqih Muamalah Antara Hukum, Moral, Dan Spiritualitas," *Moral : Jurnal Kajian Pendidikan Islam* 2, no. 2 (2025), <https://doi.org/10.61132/moral.v2i2.995>.

Penerapan ihsan yang konsisten tidak hanya memperkuat kepercayaan pelanggan, tetapi juga menjadi bentuk nyata dari implementasi prinsip kebenaran (*sidq*) dan kebajikan (ihsan) sebagaimana diajarkan dalam Islam.³³ Dengan demikian, Thoriqul Huda Mart dapat menjadi contoh model bisnis islami yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga berlandaskan pada nilai-nilai kejujuran, kepedulian, dan tanggung jawab spiritual terhadap Allah SWT dan sesama manusia.

B. Analisis Dampak Implementasi Etika Bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penerapan etika bisnis Islam di Thoriqul Huda Mart terbukti memberikan pengaruh yang signifikan terhadap berbagai aspek usaha, baik dari sisi internal maupun eksternal. Nilai-nilai dasar dalam etika bisnis Islam seperti kejujuran (*shiddiq*), amanah, tanggung jawab, keadilan, dan pelayanan yang penuh ketulusan menjadi pedoman utama dalam aktivitas bisnis sehari-hari. Prinsip-prinsip tersebut tidak hanya berdampak pada peningkatan kualitas hubungan antara penjual dan pembeli, tetapi juga membentuk budaya kerja yang berlandaskan moral dan spiritual.

1. Peningkatan Reputasi dan Kepercayaan Pelanggan

³³ Joko Wiyono, "Penerapan Prinsip Ihsan Dalam Mendorong Pelayanan Prima Di Cafe Gadex Pacet Mojokerto."

Berdasarkan hasil penelitian, penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam di Thoriqul Huda Mart memberikan dampak positif terhadap peningkatan reputasi dan kepercayaan pelanggan. Pelayanan yang ramah, sopan, serta transparansi dalam harga dan kualitas produk menciptakan suasana yang nyaman bagi konsumen. Nilai kejujuran (*shiddiq*) dan amanah menjadi dasar utama dalam membangun hubungan kepercayaan antara penjual dan pembeli.³⁴

Hal ini sejalan dengan teori etika bisnis Islam menurut Beekun (1997) yang menyatakan bahwa salah satu pilar etika dalam bisnis Islam adalah keadilan (*'adl*) dan kejujuran (*shiddiq*).³⁵ Keduanya merupakan nilai moral yang mendorong terwujudnya transaksi yang saling menguntungkan tanpa adanya pihak yang dirugikan. Dalam konteks Thoriqul Huda Mart, penerapan prinsip kejujuran terlihat dari keterbukaan harga, penanganan barang yang rusak secara tanggap, serta pelayanan yang dilakukan dengan sikap sopan dan profesional.

Salah satu indikator pelaku usaha yang beretika adalah memberikan hak-hak konsumen secara adil dan tidak menimbulkan kerugian, baik secara material maupun moral.³⁶ Sikap pedagang yang jujur dan amanah tidak hanya membangun kepercayaan pelanggan, tetapi juga menjadi

³⁴ Nafiuddin Nafiuddin, "Memahami Sifat Shiddiq Nabi Muhammad SAW Perspektif Bisnis Syariah," *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 6, no. 2 (2019): 116, <https://doi.org/10.21043/bisnis.v6i2.4895>.

³⁵ Rafik Issa Beekun, *Etika Bisnis Islami*, Ed. Kamdani (Pustaka Pelajar, 2004).

³⁶ Farah Naila Mufidah et al., "Peran Etika Bisnis Islam Dalam Mencegah Kecurangan Produsen Dan Membangun Kepercayaan Konsumen," *Media Riset Bisnis Manajemen Akuntansi* 1, no. 1 (2025): 14–22, <https://doi.org/10.71312/mrbima.v1i1.373>.

investasi jangka panjang (*long-term trust*) yang menjamin keberlanjutan usaha. Temuan lapangan menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan terhadap Thoriqul Huda Mart terbentuk karena adanya konsistensi dalam menjaga nilai-nilai tersebut.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penerapan nilai kejujuran dan keterbukaan di Thoriqul Huda Mart telah selaras dengan prinsip transparansi (*tabligh*) dan keadilan (*'adl*) dalam etika bisnis Islam, yang berimplikasi pada meningkatnya reputasi dan loyalitas pelanggan.

2. Peningkatan Kinerja dan Etos Kerja Karyawan

Secara internal, penerapan etika bisnis Islam berpengaruh besar terhadap peningkatan kinerja dan etos kerja karyawan. Nilai-nilai Islam seperti tanggung jawab (amanah), disiplin, dan niat ibadah dalam bekerja telah menumbuhkan kesadaran spiritual bahwa bekerja bukan sekadar mencari penghasilan, tetapi juga sebagai bentuk pengabdian kepada Allah SWT.³⁷

Dalam perspektif Islam, bekerja dipandang sebagai ibadah (*'ibadah ghairu mahdhah*), yaitu bentuk pengabdian sosial yang bernilai spiritual apabila dilakukan dengan jujur, amanah, dan profesional. Nilai tersebut mendorong munculnya motivasi intrinsik yang membuat pekerja lebih disiplin dan bertanggung jawab.

Selain itu, teori Yusuf al-Qardhawi (1997) juga menjelaskan bahwa

³⁷ Puji Lestari Ningsih and Nafis Irkhani, "Internalisasi Etos Kerja Islam: Perspektif Aktualisasi Iman," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 11, no. 4 (2025).

seorang muslim yang bekerja hendaknya berorientasi pada mashlahah (kemaslahatan), yakni bekerja untuk kebaikan diri sendiri dan orang lain.³⁸

Prinsip ini tampak dari perubahan sikap karyawan yang semakin peduli terhadap kebersihan toko, keteraturan produk, serta pelayanan kepada pelanggan. Kesadaran spiritual yang tumbuh di lingkungan kerja pesantren memperkuat semangat *ta'awun* (tolong-menolong) dan ukhuwah (persaudaraan), sehingga tercipta suasana kerja yang harmonis dan produktif.

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa penerapan etika bisnis Islam tidak hanya meningkatkan produktivitas kerja, tetapi juga membentuk karakter Islami dalam budaya kerja. Kondisi ini menunjukkan bahwa nilai-nilai spiritual dapat menjadi kekuatan moral yang memperkuat profesionalitas dan tanggung jawab dalam dunia bisnis.

3. Kepuasan dan Loyalitas Konsumen

Penerapan etika bisnis Islam juga berdampak signifikan terhadap peningkatan kepuasan dan loyalitas konsumen. Konsumen merasa nyaman dan dihargai karena pelayanan yang jujur, sopan, serta responsif terhadap keluhan. Dalam hal ini, prinsip ihsan (berbuat baik secara optimal) menjadi pedoman utama dalam melayani pelanggan.

Teori Al-Ghazali (dalam Karim, 2006) menyebutkan bahwa seorang pedagang yang beretika harus menempatkan kepuasan pelanggan

³⁸ Fitriani et al., "Etika Bisnis Islam Menurut Imam Al-Ghazali Dan Yusuf Al-Qaradhawi," *CBJIS: Cross-Border Journal of Islamic Studies* 4, no. 1 (2022): 50–68, <https://doi.org/10.37567/cbjis.v4i1.1269>.

sebagai bagian dari tanggung jawab moralnya. Dalam Islam, pelanggan memiliki hak untuk memperoleh pelayanan yang baik, produk yang halal dan berkualitas, serta kejelasan harga. Pelayanan yang baik dianggap sebagai bentuk amanah yang harus dijaga.³⁹

Temuan di lapangan menunjukkan bahwa konsumen Thoriqul Huda Mart merasa dihargai karena pegawai tidak memaksa, bersikap sopan, dan terbuka terhadap kesalahan. Hal ini sejalan dengan prinsip *maslahah* (kemanfaatan), di mana pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan dan mendorong loyalitas jangka panjang. Kepuasan pelanggan tidak hanya diukur dari aspek material, tetapi juga dari kepercayaan dan kenyamanan batin (*psychological satisfaction*) yang timbul karena pelayanan yang berlandaskan nilai-nilai Islam.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa praktik pelayanan di Thoriqul Huda Mart telah mencerminkan penerapan prinsip ihsan, amanah, dan *maslahah*, yang berdampak pada terbentuknya loyalitas konsumen dan hubungan jangka panjang yang dilandasi kepercayaan.

4. Dampak terhadap Keberlanjutan Usaha

Secara keseluruhan, penerapan etika bisnis Islam di Thoriqul Huda Mart memberikan dampak yang signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Dari sisi internal, penerapan nilai-nilai Islam memperkuat disiplin kerja, tanggung jawab, dan komitmen spiritual karyawan. Sementara dari sisi

³⁹ Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, 165.

eksternal, kepercayaan dan loyalitas konsumen meningkat karena pelayanan yang jujur dan berkualitas.

Hal ini sejalan dengan teori Beekun yang menegaskan bahwa bisnis yang dijalankan dengan prinsip etika Islam memiliki *sustainability advantage* karena dibangun di atas fondasi moral yang kuat, bukan semata orientasi keuntungan. Prinsip tauhid menjadi dasar utama, karena seluruh aktivitas bisnis diarahkan untuk memperoleh ridha Allah SWT.⁴⁰

Selain itu, teori Chapra menyatakan bahwa keberlanjutan ekonomi dalam Islam sangat bergantung pada keseimbangan antara aspek material dan spiritual. Bisnis yang etis dan bertanggung jawab akan memperoleh keberkahan (*barakah*), yang menjadi sumber keberlanjutan sejati.⁴¹ Dalam konteks Thoriqul Huda Mart, penerapan prinsip kejujuran, amanah, dan ihsan telah menciptakan keseimbangan tersebut, menjadikan usaha ini tidak hanya berkembang secara ekonomi tetapi juga bernilai ibadah.

⁴⁰ Rafik Issa Beekun, *Etika Bisnis Islami*, Ed. Kamdani.

⁴¹ Suparman Kholil, "Etika Produksi Islami Berbasis Maqashid Al-Shariah: Pilar Kesejahteraan Sosial Dan Ekonomi," *Equality: Journal of Islamic Law (EJIL)* 3, no. 1 (2025): 13–25, <https://doi.org/10.15575/ejil.v3i1.1220>.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat diambil beberapa kesimpulan mengenai Etika Bisnis Islam Pada Thoriqul Huda Mart Kecamatan Kebonsari Kabupaten Madiun sebagai berikut.

1. Etika bisnis Islam pada Thoriqul Huda Mart dibangun atas lima prinsip utama yang menjadi fondasi moral dalam setiap aktivitas usaha. Prinsip tauhid menuntun pemilik dan karyawan untuk selalu berorientasi pada nilai ketuhanan sehingga seluruh transaksi dijalankan dengan kejujuran, amanah, dan integritas. Prinsip keseimbangan (al-‘adl) tercermin dari upaya menjaga keadilan dalam penetapan harga dan serta pelayanan yang tidak merugikan pelanggan maupun pemasok. Prinsip kehendak bebas memberikan ruang bagi Thoriqul Huda Mart dalam mengambil keputusan bisnis secara mandiri, namun tetap terkendali dalam batas-batas syariat, sehingga kebebasan tersebut tidak mengarah pada tindakan yang merugikan. Prinsip tanggung jawab tampak melalui komitmen dalam menjaga kualitas produk, menepati janji kepada konsumen, serta memastikan pelayanan yang konsisten dan terpercaya. Sementara itu, prinsip ihsan mendorong seluruh aktivitas usaha dilakukan dengan upaya terbaik, penuh

keramahan, profesionalisme, dan kepedulian, sehingga Thoriqul Huda Mart tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga menciptakan keberkahan, kepercayaan, dan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang meskipun demikian prinsip ihsan perlu diperhatikan karena belum sepenuhnya tercapai dalam pelaksanaannya

2. Penerapan etika bisnis Islam memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap perkembangan dan keberlanjutan Thoriqul Huda Mart. Implementasi nilai-nilai utama seperti kejujuran (shiddiq), amanah, tanggung jawab, keadilan, dan ihsan tidak hanya memperkuat reputasi toko di mata masyarakat, tetapi juga membentuk budaya kerja yang berlandaskan moral dan spiritual. Dari sisi eksternal, konsistensi dalam menjaga transparansi harga, pelayanan yang sopan, serta ketanggapan terhadap keluhan terbukti mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen. Para pelanggan merasa dihargai, diperlakukan dengan adil, dan memperoleh produk serta layanan yang sesuai dengan prinsip syariah, sehingga kepercayaan mereka kepada toko semakin menguat. Dari sisi internal, nilai-nilai etika Islam telah menumbuhkan kesadaran pada karyawan bahwa bekerja merupakan bagian dari ibadah, yang kemudian mendorong munculnya sikap lebih disiplin, jujur, teliti, serta saling membantu. Perubahan ini menjadikan suasana kerja lebih harmonis dan produktif. Seluruh temuan tersebut menunjukkan bahwa etika bisnis Islam berperan sebagai fondasi moral yang tidak hanya meningkatkan kinerja dan kualitas pelayanan, tetapi

juga memberikan keunggulan keberlanjutan (sustainability) bagi Thoriqul Huda Mart, karena usaha yang dijalankan dengan nilai kejujuran dan amanah lebih mampu bertahan, dipercaya, dan berkembang dalam jangka panjang..

B. Saran

Tahap selanjutnya dari peneliti setelah melakukan pembahasan dan penarikan kesimpulan adalah memberikan beberapa saran, hal tersebut untuk melengkapi penelitian yang dilakukan. Adapun saran-saran yang diberikan oleh peneliti, sebagai berikut :

1. Penguatan Pemahaman Etika Bisnis Islam

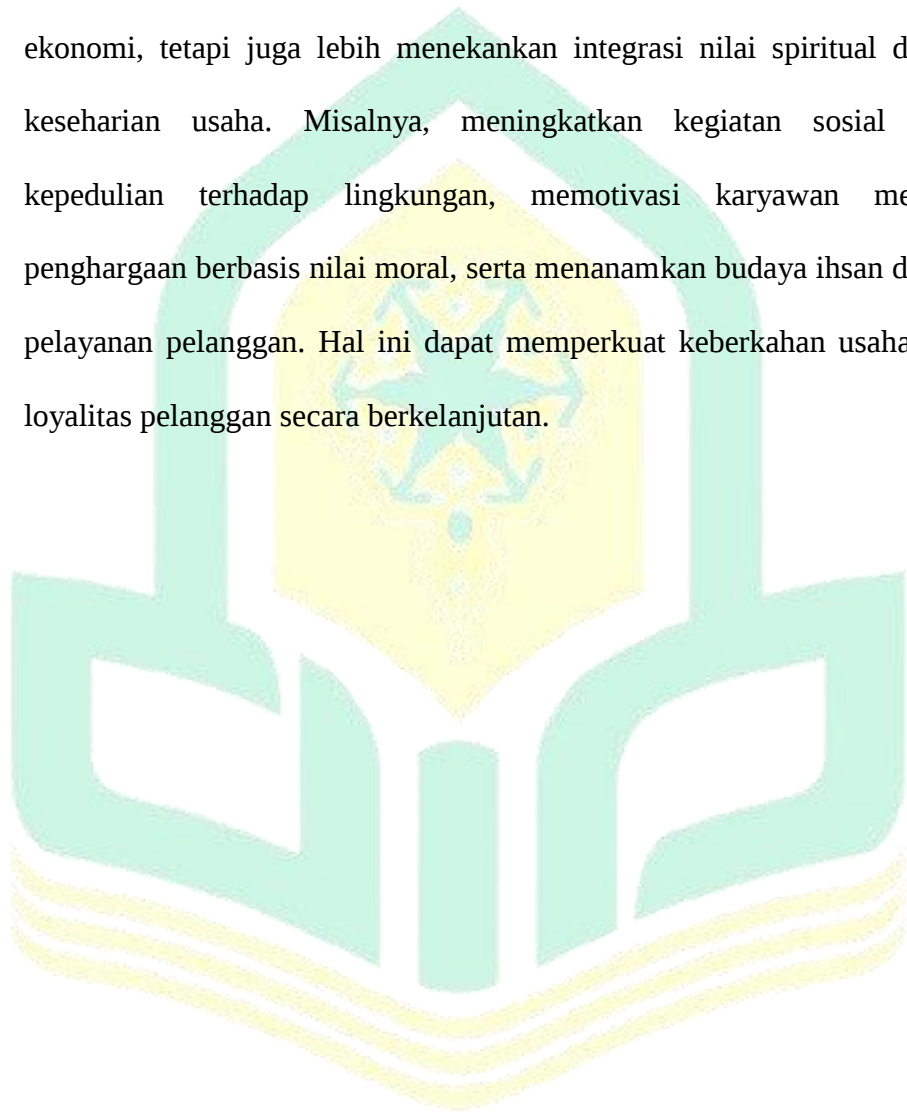
Disarankan agar pihak manajemen Thoriqul Huda Mart secara berkala menyelenggarakan pelatihan atau bimbingan tentang etika bisnis Islam bagi seluruh karyawan. Hal ini bertujuan untuk memperkuat pemahaman konseptual tentang prinsip-prinsip seperti amanah, kejujuran, keadilan, dan ihsan, sehingga penerapannya dalam operasional bisnis lebih konsisten dan menyeluruh.

2. Pengembangan Sistem Pengawasan dan Evaluasi

Sebaiknya dibuat sistem pengawasan internal yang lebih terstruktur untuk memastikan kualitas produk, transparansi transaksi, dan kepatuhan terhadap nilai-nilai syariah. Evaluasi berkala juga perlu dilakukan untuk menilai dampak praktik etika bisnis terhadap kepuasan pelanggan, reputasi usaha, dan karakter karyawan.

3. Peningkatan Integrasi Nilai Spiritual dalam Aktivitas Bisnis

Disarankan agar praktik bisnis tidak hanya mengutamakan aspek ekonomi, tetapi juga lebih menekankan integrasi nilai spiritual dalam keseharian usaha. Misalnya, meningkatkan kegiatan sosial atau kepedulian terhadap lingkungan, memotivasi karyawan melalui penghargaan berbasis nilai moral, serta menanamkan budaya ihsan dalam pelayanan pelanggan. Hal ini dapat memperkuat keberkahan usaha dan loyalitas pelanggan secara berkelanjutan.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz and Djohar Arifin. *Etika Bisnis Islam*. Alfabeta, 2013.
- Abdussamad, Zuchri. *Metode Penelitian Kualitatif*. CV. Syakir Media Press, n.d.
- Abidah, Atik, Kasuwi Saiban, and Misbahul Munir. "Peran Al-Quran Dan as-Sunnah Dalam Perkembangan Ekonomi Syariah:Kajian, Peluang Dan Tantangan Fintech Syariah." *Muslim Heritage* 7, no. 1 (2022): 01–27. <https://doi.org/10.21154/muslimheritage.v7i1.3628>.
- Adelia, Cici, and Nursari Hasnah Nasution. "Perspektif Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Pakaian Di Pasar Tradisional." *Social Science and Contemporary Issues Journal* 2, no. 2 (2024): 395–403. <https://doi.org/10.59388/sscij.v2i2.485>.
- Ahmad, Mustaq. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Terj. Samson Rahman,. Pustaka Al-Kautsar, 2001.
- Aisyah, Nurul. "Penerapan Prinsip Manajemen Syariah Pada Bisnis Digital Di Era Modern." *Journal of Islamic Finance and Economics* 2, no. 02 (2025): 214–25.
- Alma, Buchari, and Doni Juni Priansa. *Manajemen Bisnis Syariah*. Alfabeta, 2016.
- Al-Quran Dan Terjemah Al-Ikhlas*. n.d.
- Amin, Ariawan. *Menggagas Manajemen Syariah : Teoroi Dan Praktik The Celestial Management*. Salemba Empat, 2010.
- Antonio, and M Syafi'i. *Etika Bisnis Islam*. Salemba Empat, 2013.
- Anwar, Iful, and Budhi Satrio. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)* 4, no. 12 (2015): 12. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3146>.
- Aprianto, Iwan, and dkk. *Etika Dan Konsep Manajemen Bisnis Islam*. Budi Utama, 2020.
- Arif, Muhammad. "Analisis Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam Pada Perusahaan Properti Syariah PT. Noor Eeman Nusantara Medan." *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan* 1, no. 2 (2023): 80–94. https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:xm8V5NbO-e4J:scholar.google.com/+etika+bisnis+islam&hl=id&as_sdt=0,5&as_ylo=2023.
- Aviatri, Pratantia, and Ayunda Putri Nilasari. "Analisis Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kelangsungan Usaha Perusahaan Dagang." *Accounthink : Journal of Accounting and Finance* 6, no. 02 (2021). <https://doi.org/10.35706/acc.v6i02.5621>.
- Aziz, Abdul, Lutfi Naufal alifa, and Dkk. *Etika Bisnis Islam Teori & Penerapan*. Adab Indonesia, 2020.
- Azizah, Mabarroh. *Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daring Di Toko Online Shopee*. 10, no. 1 (2020).
- Badroen, Faisal, and dkk. *Etika Bisns Dalam Islam*. Kencana, 2006.
- Badroen, Faisal, and Suhendra. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Kendana Prenada Media Grub, 2006.
- Bahri Sriwijaya, Sayid. "Penerapan Etika Bisnis Pada Posco." *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 1, no. 4 (2020): 369–77. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v1i4.121>.

- Bambang Subandi. *Bisnis Sebagai Strategi Islam*. Paramedia, 2000.
- Bekum, Rafik Isa. *Etika Bisnis Islalm*. Pustaka Pelajar, 2004.
- Buchari Amla. *Ajaran Islam Dalari Bisnis*. Alfabeta, 1994.
- Budiman, Arif, and Nisa Wahyuli. "Tauhid Sebagai Epistemologi Ekonomi Islam: Antara Spiritualitas Dan Keadilan Sosial." *JUPSI: Jurnal Pusat Studi Islam* 1, no. 2 (2025): 55–65. <https://doi.org/10.14825/qryh5v49>.
- Citra Andanari. M, Achmad Abubakar, and Halimah Basri. "Prinsip Kejujuran Dalam Jual Beli Menurut Perspektif Al-Qur'an." *Jurnal Cakrawala Ilmiah* 2, no. 6 (2023): 2535–46. <https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalailmiah.v2i6.4924>.
- Darmin, Sudarman. *Menjadi Penelitian Kualitatif*. Pustaka, 2022.
- Depag RI. *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*. Jumanatul Ali-ART, 2005.
- Devi Widiyawati. "Analisis Peranan Penting Etika Bisnis Dalam Kelangsungan Usaha Perusahaan Bisnis." *Jurnal Mimbar Administrasi* 20, no. 1 (2020). <https://jurnal2.untagsmg.ac.id/index.php/mia/article/view/670>.
- Dita Nurfadia, Desi Pujiasih, and Dara Tista Kaarubi. "Peran Etika Bisnis Dalam Membangun Kepercayaan Konsumen." *eLIBRARY.RU*, 2025. <https://elibrary.ru/vjnhol>.
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Penebar Plus, 2012.
- Dwitama Kurniawan Bayu. "Etika Bisnis Islam Dalam Pelayan Haji Dan Umroh." *Jurnal Ilmu Dakwah Dan Pembangunan* 19, no. 1 (2019): 59–70.
- Egahwati, Novia, Sri Handayani, and Wirawan Wirawan. "Analisis Kehalalan Daging Ayam Ditinjau Dari Proses Produksi di Desa Landungsari Malang." *Fakultas Pertanian* 7, no. 3 (2019). <https://publikasi.unitri.ac.id/index.php/pertanian/article/view/2117>.
- Estijayandono, Kristianto Dwi. "Etika Bisnis Jual Beli Online Dalam Perspektif Islam." *JURNAL HUKUM EKONOMI SYARIAH* 3, no. 1 (2019): 53–68. <https://doi.org/10.26618/j-hes.v3i1.2125>.
- Faradannisa, Melina, and Agus Supriyanto. "Kepuasan Pelanggan Ditinjau Dari Store Atmosphere, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Etika Bisnis Islam." *TAWAZUN: JURNAL EKONOMI SYARIAH* 2, no. 1 (2022): 1. <http://e-jurnal.staiattanwir.ac.id/index.php/jes/article/view/216>.
- Fauroni, Lukman. *Etika Bisnis Dalam Alqur'an*. Printing cemerlang, 2006.
- Fauzan, Muhammad, and Hendra Hendra. "Penerapan Etika Bisnis Dan Tanggung Jawab Sosial Sebagai Langkah Mewujudkan Perusahaan Menuju Bisnis Internasional." *Jurnal Minfo Polgan* 12, no. 2 (2024): 2654–59. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13344>.
- fauziah, Nur dinah, and dkk. *Etika Bisnis Syariah*. Literasi Nusantara, 2019.
- Fitri, Ilham Arifin, and Muhammad Ferdy Yahya. "Etika Bisnis Dalam Islam, Tanggung Jawab, Dan Keberkahan Ekonomi." *Jurnal Religion: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* 1, no. 6 (2023). <https://doi.org/10.55606/religion.v1i6.753>.
- Fitriani, Sri Deti, and Sri Sunantri. "Etika Bisnis Islam Menurut Imam Al-Ghazali Dan Yusuf Al-Qaradhawi." *CBJIS: Cross-Border Journal of Islamic Studies* 4, no. 1 (2022): 50–68. <https://doi.org/10.37567/cbjis.v4i1.1269>.

- Ghofur, Abdul, and Ali Samsuri. "Pandangan Yusuf Qardawi Dalam Kitab Daurul Qiyam Wal Akhlaq Fil Iqtishadil Islami Mengenai Etika Produksi, Konsumsi Dan Distribusi Dalam Upaya Membangun Kesadaran Bisnis Beretika." *Al-Muzdahir : Jurnal Ekonomi Syariah* 6, no. 2 (2024): 125–40. <https://doi.org/10.55352/ekis.v6i2.935>.
- Gunawan, Ahmad, Muhammad Mahesa Dwi Nusantara, Ramzi Zainum Ikhsan, and Mihkel Madisson. "Implementasi Ajaran Islam dalam Praktik Bisnis Etis pada Usaha Mikro dan Menengah Muslim: Implementation of Islamic Teachings in Ethical Business Practices in Muslim Micro and Medium Enterprises." *Alfabet Jurnal Wawasan Agama Risalah Islamiah, Teknologi dan Sosial* 2, no. 1 (2025): 67–77. <https://doi.org/10.34306/alwaarits.v2i1.761>.
- Hamzah Ya'qub. *Etos Kerja Islami: Petunjuk Pekerjaan Yang Halal Dan Haram Dalam Syari'at Islam*. Bandung, 1992.
- Hasanah, Auliya Izzah, Rizka Fauziah, and Rachmad Risqy Kurniawan. "Konsep Makanan Halal Dan Thayyib Dalam Perspektif Al-Qur'an." *Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir*, n.d. Accessed September 13, 2023. https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:JRaHpQSz9RoJ:scholar.google.com/+konsep+halal+dan+haram&hl=id&as_sdt=0,5&scioq=etika+bisnis+dalam+islam+mushtaq+ahmed.
- Hasibuan, Sri Wahyuni, and DKK. *Metodologi Penelitian Bidang Muamalah Ekonomi Dan Bisnis*. CV Media Sains Indonesia, 2021.
- Imron, Yudha Nur, and Ely Masykuroh. "Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pemsaran Marketplace Shopee." *Journal of Economics, Law, and Humanities* 2, no. 1 (2023).
- Isnain Fitri Auli Yanti, Ulfian Ulfian, Febta Febriani, Delia Oktariza Bayulpa, Mulia Safitra, and Dipa Jamantya Tarigan. "Konsep Etika Bisnis Dan Prilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Syariah." *Journal of Economics and Business* 2, no. 1 (2024): 21–33. <https://doi.org/10.61994/econis.v2i1.456>.
- Istiqomah, nurul khoir, and Maulida Nurhidayati. "Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Dan Kepuasan Konsumen Pada Rumah Laundry Di Desa Biting Badegan Ponorogo." *Al-Intifaq* 2, no. 1 (2022).
- Joko Wiyono. "Penerapan Prinsip Ihsan Dalam Mendorong Pelayanan Prima Di Cafe Gadex Pacet Mojokerto." *FADZAT: Jurnal Ekonomi Syariah* 5, no. 1 (2024).
- Karim, A Adiwarman. *Ekonomi Mikro Islam Edis*. Rajawali Press, 2010.
- kartini, kartono. *Pengantar Metodologi Reserach Sosial*. Alumni, 1980.
- Kholil, Suparman. "Etika Produksi Islami Berbasis Maqashid Al-Shariah: Pilar Kesejahteraan Sosial Dan Ekonomi." *Equality: Journal of Islamic Law (EJIL)* 3, no. 1 (2025): 13–25. <https://doi.org/10.15575/ejil.v3i1.1220>.
- Kusuma, Kumara Adji, Imam Fauji, Faruq Ahmad Futaqi, and Khoong Tai Wai. "Bankziska and Loan Sharks Eradication in Souhteast Asia: Evidence from Indonesia." *Al-Uqud: Journal of Islamic Economics* 08, no. 02 (2024). <https://doi.org/10.26740/al-uqud.v8n2.p161-174>.
- Lakitan, Benyamin. *Metodologi Penelitian, Dalam Syaipan Djambak*. Universitas

- Sriwijaya, 1998.
- M. Umar Capra. *Islam Dan Tantangan Ekonomi*. Gema Insani, 2000.
- Makmur, Makmur, Maisarah Gusvita, Robi'ah Robi'ah, Dyah Rahmawati, Muslimin Muslimin, and Yunita Abdullah Aji. "Penerapan Nilai-Nilai Islam Dalam Etika Profesi Kesekretariatan Di Lembaga Pendidikan Islam." *Jurnal Al-Fikrah* 14, no. 1 (2025): 1–15. <https://doi.org/10.54621/jiaf.v14i1.1031>.
- Manan, Abdul. *Teori Dan Praktik Ekonomi Islam*. Terj. M. Nastangin,. PT. Dana Bakti Wakaf, 1997.
- maranatha, euodia. "Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk Dan Strategi Pemsaran Terhadap Penjualan Pada PT AStragraphia Medan." *Jurnal Manajemen* 6, no. 1 (2020). <http://ejournal.lmiimedan.net/index.php/jm/article/view/82>.
- Maulana, M. Wahyu Irvan. "Pengaruh Shalat Lima Waktu Terhadap Kedisiplinan Diri." *Jurnal Sudut Pandang* 2, no. 12 (2022): 137–40.
- Maulidya, Dini. "Peran Etika Bisnis Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Dalam Perspektif Syariah." *At-Tajir: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 3, no. 1 (2025): 41–50.
- Moloeng, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif ,Edisi Revisi*. PT Remaja Rosdakarya, 2012.
- Mufarrochah, Sylvia, Febri Falisa Putri, Achmad Murtadho, and Elsa Assari. "Etika Bisnis Dalam Hukum Islam: Implikasi Terhadap Praktik Bisnis Modern." *JURNAL USM LAW REVIEW* 8, no. 1 (2025): 17–32. <https://doi.org/10.26623/julr.v8i1.11365>.
- Mufidah, Farah Naila, Muhamad Abdul Gofur, and Naela Soraya. "Peran Etika Bisnis Islam Dalam Mencegah Kecurangan Produsen Dan Membangun Kepercayaan Konsumen." *Media Riset Bisnis Manajemen Akuntansi* 1, no. 1 (2025): 14–22. <https://doi.org/10.71312/mrbima.v1i1.373>.
- Muhammad Agung Raharjo, Andi Aderus, and Hamzah Harun. "Kebebasan Manusia Dalam Berkehendak Dan Berbuat: Analisis Persoalan Klasik Dalam Konteks Kehidupan Berbangsa Di Indonesia." *ALFIHRIS : Jurnal Inspirasi Pendidikan* 3, no. 1 (2025): 203–15. <https://doi.org/10.59246/alfihris.v3i1.1231>.
- Muis, Badrul. "Etika Bisnis Dalam Prespektif Ekonomi Islam." *Tajdid* 5, no. 1 (2021): 32–44. <https://doi.org/10.52266/tadjud.v5i1.628>.
- Muis, Badrul. "Etika Bisnis Dalam Prespektif Ekonomi Islam." *Tajdid: Jurnal Pemikiran Keislaman Dan Kemanusiaan* 5, no. 1 (2021): 32–44. <https://doi.org/10.52266/tadjud.v5i1.628>.
- Muslich. *Etika Bisnis Islam*. Ekonisia, 2004.
- Nafis, Duratun. "Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Usaha Rumah Makan (Studi Kasus Usaha Rumah Makan Wong Solo Batoh, Kec. Lueng Bata Kota Banda Aceh)." Skripsi, UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2019. <http://library.ar-raniry.ac.id/>.
- Nafiuddin, Nafiuddin. "Memahami Sifat Shiddiq Nabi Muhammad SAW Perspektif Bisnis Syariah." *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 6, no. 2 (2019): 116. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v6i2.4895>.
- Nandavita, Alva Yenica, Putri Salsabila, Dian Merza Zaxhela, and Nuraini Nuraini.

- “Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pedagang Hasil Bumi Di Pasar Koga Bandar Lampung).” *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 2, no. 2 (2025): 2259–70. <https://doi.org/10.62710/km5nwh92>.
- Nawatmi, Sri. “Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam.” *Fokus Ekonomi* 9, no. 1 (n.d.). Accessed September 16, 2023. https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:W57WtXpUhrUJ:scholar.google.com/+etika+bisnis+&hl=id&as_sdt=0,5.
- Ningsih, Ekawati Rahayu. “Studi Eksplorasi Penerapan Etika Bisnis pada Perbankan Syariah di Indonesia.” *Iqtishadia: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam STAIN Kudus* 10, no. 1 (2017): 1–22. <https://doi.org/10.21043/iqtishadia.v10i1.2443>.
- Nur, Aryanto. “Permufakatan Fraud Aparatur Negara dan Pelaku Usaha dalam Keuangan Negara pada Pengadaan Barang/Jasa dipandang dari Perspektif Audit Forensik.” *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)* 2, no. 3 (2022): 656–81. <https://doi.org/10.47233/jeps.v2i3.247>.
- Nuraeni, Heni Ani. “Implementasi Nilai Tauhid dalam Keluarga: Membentuk Karakter Individu dan Meningkatkan Kinerja Profesional.” *TADBIRUNA* 4, no. 2 (2025): 182–95. <https://doi.org/10.51192/jurnalmanajemenpendidikanislam.v4i2.1310>.
- Nuraini, Nuriyah, and Yunaita Rahmawati. *analisis etika bisnis islam dalam transaksi jual beli di pasar Klitik KIsmantoro Kabupaten Wonogiri*. 2, no. 2 (2022): 259–67.
- Nurfitriyani, Nurfitriyani, Tyara Nur Roudhatul Jannah, Mellinda Baby Alyssa Dwiprana, and Indah Ayu Lestari. “Analisis Pentingnya Peran Etika Bisnis Dalam Mencegah Fraud Keuangan Di Indonesia.” *Journal of Economics Management Business and Accounting* 4, no. 2 (2024): 258–78. <https://doi.org/10.34010/jemba.v4i2.14598>.
- Oktaviany, Mega, Mohammad Ashyf Girindra Akbar, Khesya Putri Pratama Dhavira, and Universitas Gunadarma. “Dampak Penerapan Etika Bisnis Syariah terhadap Kinerja Perusahaan di Indonesia.” *Islamic Economics and Business Review* 4, no. 1 (2025). <https://doi.org/10.59580/iesbir.v4i1.10065>.
- Padilah, Padlan, Fujiah Zaharani, and Syahrul Anwar. “Integrasi Nilai Tauhid Dalam Kewirausahaan: Studi Kasus Pada Bisnis Kerajinan Sapu Injuk.” *MES Management Journal* 4, no. 2 (2025): 738–51. <https://doi.org/10.56709/mesman.v4i2.741>.
- Permata, Srianti and Ismawati Azmi. “Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pusat Kuliner Di Jalan Tondong Kecamatan Sinjai Utara.” *Jurnal Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 5, no. 1 (2020): 36–44. <https://doi.org/10.47435/adz-dzahab.v5i1.302>.
- Permata (Universitas Muhammadiyah Lampung), Rio Jaya, Ulil Albab (Universitas Muhammadiyah Lampung), and Mawardi (Universitas Muhammadiyah Lampung). “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Jual Beli Marketplace.” *Muamalatuna* 7, no. 1 (2024): 17–27. <https://doi.org/10.36269/muamalatuna.v7i1.2462>.

- Prasastono, Ndaru, and Sri Yulianto Fajar Pradapa. "Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan KonsFried Chiken Semarang Candi." *Jurnal Ilmiah Dinamika Kepariwisata* 11, no. 2 (2012): 2. <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/pdk1/article/view/1716>.
- Puji Lestari Ningsih and Nafis Irkhani. "Internalisasi Etos Kerja Islam: Perspektif Aktualisasi Iman." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 11, no. 4 (2025).
- Rafik Issa Beekun. *Etika Bisnis Islami, Ed. Kamdani*. Pustaka Pelajar, 2004.
- Rahman, Abd and Nurfadillah. "Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Usaha Jual Beli Cabai (Studi Kasus Petani Di Kelurahan Alehanuae Kecamatan Sinjai Utara)." *Jurnal Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 4, no. 1 (2019): 12–22. <https://doi.org/10.47435/adz-dzahab.v2i1.341>.
- Rahmawati ayu dyah and Farabyersya muhammad. "Implementasi Etika Bisnis Islam Pedagang Muslim Pada Destinasi Wisata Pantai Lembang." *Jurnal Industri Pariwisata* 5, no. 2 (2023): 209–18. http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:F8ek7HP_kg4J:scholar.google.com/+etika+bisnis+islam&hl=id&as_sdt=0,5&as_ylo=2023.
- Rahmawati, Nurul Tari, Mulyadi Kosim, and Sutisna Sutisna. "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 4, no. 4 (2022): 894–907. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i4.2213>.
- Rangkuti, Afifa. "Konsep Keadilan Dalam Perspektif Islam." *Tazkiya: Jurnal Pendidikan Islam* 6, no. 1 (2017). <https://doi.org/10.30829/taz.v6i1.141>.
- Rasyid, Harun Al. *Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Promosi Produk*. 3, no. 2 (2022). <https://jim.unisma.ac.id/index.php/laswq/article/view/20005/14900>.
- ResearchGate. "(PDF) 18. BUKU-MANAJEMEN RITEL-HARMON-." Accessed April 12, 2025. https://www.researchgate.net/publication/356192834_18_BUKU-MANAJEMEN_RITEL-HARMON-.
- Rinawati, Ika, M.Yusuf Azwar Anas, and Yuliyanti M. Manan. "Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Perspektif Manajemen Pemasaran." *Al Iqtishadiyah: Jurnal Ekonomi Syariah dan Hukum Ekonomi Syariah* 7, no. 2 (2021): 126. <https://doi.org/10.31602/iqt.v7i2.5706>.
- Riyanto, Wahyu Hidayat, and Achmad Mohyi. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. UMMPress, 2010.
- rostyaningrum, indah, and said abadi. "PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA PERDAGANGAN BAWANG MERAH DI PASAR KEDUNGBANTENG KECAMATAN SUKOREJO KABUPATEN PONOROGO." Skripsi, IAIN Ponorogo, n.d.
- Rudi Hartono I, Maisarah Maisarah, Pira Yulisman, and Recy Fitrya Murni. "Etika Bisnis Islami Dalam Perspektif Fiqih Muamalah Antara Hukum, Moral, Dan Spiritualitas." *Moral: Jurnal Kajian Pendidikan Islam* 2, no. 2 (2025). <https://doi.org/10.61132/moral.v2i2.995>.
- Salsabila, Diva Kurnia Dwi, Nanda Fitriyahb, Ahsin Haris Ulinnuha, and Muh Zamroni. "Prinsip Keadilan Dalam Syariat Islam: Antara Kewajiban Berlaku Adil Dan Larangan Dzalim." *Jurnal Kajian Islam Dan Sosial Keagamaan* 2, no. 4 (2025):

680–85.

- Silviyah, Nur Manna, and Novieati Dwi Lestari. "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM." *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2022): 96–112. <https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v10i1.295>.
- Siti Amelia, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto. "Pengaruh Implementasi Etika Bisnis, Konsep Produksi Dan Distribusi Pada UMKM Terhadap Profitabilitas Dalam Prespektif Ekonomi Islam." *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi* 1, no. 4 (2022): 305–13. <https://doi.org/10.53625/juremi.v1i4.729>.
- Siti Hofifah. "Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman Di Ngebel Ponorogo Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam." *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 3, no. 2 (2020): 37–44. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2020.vol3\(2\).6469](https://doi.org/10.25299/syarikat.2020.vol3(2).6469).
- Sony Keraf. *Sony Keraf Etika Tuntutan Dan Relevasinya*. Kannistus, 1998.
- sugiyono. *Meotode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta, 2017.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta, 2017.
- Sulistiari, Irna, Fatimah Fatimah, and Iriani Ismail. "Etika Bisnis Dalam Era Pasar Bebas: Systematic Literature Review Mengenai Implimentasi Nilai-Nilai Moral Dalam Sistem Ekonomi Liberal." *Journal of Accounting and Finance Management* 6, no. 4 (2025): 2213–26. <https://doi.org/10.38035/jafm.v6i4.2488>.
- Suryabrata, Sumadi. *Metodelogi Penelitian*. Rajawali Press, 2012.
- syafii, Antonio muhammad. *Etika Bisnis Islam*. Gema Insani, 2013.
- syahputri fariha tyas and suryaningsih abidah sri. "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Bel Semabko Di Pasar Kedurus Surabaya." *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 5, no. 1 (2022): 146–49.
- Theguh, and Bisri Bisri. "Moderasi Beragama Perspektif Etika (Analisis Pemikiran Franz Magnis-Suseno)." *JURNAL ILMIAH FALSAFAH: Jurnal Kajian Filsafat, Teologi Dan Humaniora* 9, no. 2 (2023): 98–114. <https://doi.org/10.37567/jif.v9i2.2295>.
- Trisena, Puja, and Jaharuddin Jaharuddin. "Analisis Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam: Sebuah Kajian Literatur." *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi* 3, no. 6 (2024): 2408–17. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i6.5343>.
- Trisnani, Evarianisa Endang. "Prinsip Etika Dalam Bisnis Dan Kewirausahaan Berbasis Islam." *Jurnal Studi Pendidikan Dasar* 2, no. 2 (2024): 315–29. <https://doi.org/10.54180/jsped.v2i2.316>.
- Umayyatun, Umayyatun. "Prinsip Dan Nilai-Nilai Pendidikan Anti Korupsi Dalam Qs. Al Baqarah: 188." *Attractive: Innovative Education Journal* 5, no. 3 (2023): 578–87. <https://doi.org/10.51278/aj.v5i3.975>.
- Umiyarzi, Elza. "Motivasi Kerja Dalam Perspektif Islam: Sebuah Kajian Teori." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)* 1, no. 2 (2021): 245–56. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v1i2.45>.
- Wahidmurni. *Pemaparan Metode Penelitian Kalitatif*. Ekp, 2017.
- Wahyuddin, Wahyuddin, A. M. Nur Atma Amir, and Rahmawati Muin. "Transformasi Bisnis Sebagai Wahana Ibadah Dan Muamalah Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam* 9, no. 1 (2024): 57.

<https://doi.org/10.30829/ajei.v9i1.20322>.

- Wahyuni, Lisa, and Surya Sukti. "Nilai Praktik Ekonomi Islam Pada Lembaga Bisnis Syariah." *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research* 2, no. 1 (2025): 906–16. <https://doi.org/10.32672/mister.v2i1.2582>.
- Wati, Ambar, Arman Paramansyah, and Dessy Damayanthi. "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli: Studi Kasus Pasar Tradisional Pendopo Empat Lawang, Sumatera Selatan." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 1, no. 2 (2020): 184–200. <https://doi.org/10.47467/elmal.v1i2.344>.
- Wati, Destiya, Suyudi Arif, and Abrista Devi. "Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 3, no. 1 (2021): 141–54. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i1.654>.
- Widodo, Slamet. "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Siklus Hidup Produk (Product Life Cycle)." *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Kebijakan Publik (JEpa)* 4, no. 1 (2019): 84–90.
- Wulan, Sri Ratna. "Konsep Keseimbangan (Mizān) Dalam Islam Sebagai Dasar Pembangunan Berkelanjutan." *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* 2, no. 6 (2025). <https://doi.org/10.5281/zenodo.15398043>.
- Yosi Apriliani, and Mira Purnamasari Safar Mira. "Analisis Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam dalam Membangun Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan pada UMKM di Telukjambe Kabupaten Karawang." *El-Iqthisadi: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Hukum dan Syariah* 6, no. 1 (2024): 104–12. <https://doi.org/10.24252/el-iqthisady.vi.46512>.
- Zainul Arifin. *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syari'ah*. Bhratara Karya Aksara, 2002.