

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kegiatan ekonomi perspektif Islam merupakan tuntunan kehidupan dalam melaksanakan aktivitas bisnis Islam. Bisnis dan etika dapat dipandang sebagai dua hal yang saling berkaitan. Bisnis adalah representasi yang dilakukan untuk urusan duniawi namun juga dianggap sebagai investasi untuk akhirat kelak.² Bisnis dapat sebagai investasi akhirat artinya jika bisnis diorientasikan dan diniatkan sebagai ibadah serta bentuk dari kepatuhan kepada Allah SWT, maka dari itu bisnis harus sejalan dengan prinsip-prinsip ekonomi bisnis Islam, dengan kata lain harus ada batasan-batasan tertentu dengan tujuan bisnis tidak mendzolimi pihak lain seperti halnya penipuan dan kelecikan dalam melaksanakan aktivitas bisnis, yaitu dengan memperhatikan etika dan moral pelakunya. Hal tersebut dimaksudkan bahwa berbisnis juga untuk meraih kemanfaatan, keberkahan, dan kesinambungan dalam kehidupan di dunia serta dapat dipertanggungjawabkan di akhirat kelak kepada Allah SWT.

Entrepreneur atau Wirausahawan merupakan seorang individu atau pelaku bisnis yang memberikan nilai tambah pada perekonomian melalui kegiatan bisnisnya dengan menyumbangkan cara berfikir baru. Ini bermakna bahwa para pelaku bisnis berfikir dan melakukan cara-cara baru agar konsumen dapat melihat produk, layanan, dan keunggulan dari suatu bisnis untuk menarik daya minat beli konsumen. Kondisi ini dapat memicu praktek kegiatan bisnis yang berorientasi pada keuntungan semata sehingga berbagai cara dilakukan demi tercapainya target perusahaan. Dampaknya, cara apapun dan bagaimanapun kemudian sudah menjadi kebiasaan dan dianggap wajar dalam proses pencapaian tujuan bisnis, sehingga tidak sedikit para pelaku bisnis mengabaikan cara bisnis yang diajarkan oleh Islam. Oleh karena itu, untuk menghadapi tantangan ekonomi khususnya pada dunia bisnis yang semakin kompleks saat ini, dibutuhkan adanya pemahaman keterkaitan antara bisnis dan etika. Sistem ekonomi apapun yang mengabaikan keberadaan etika, akhlak, dan Tuhan akan berbahaya bagi keseimbangan alam dan bumi yang memang sudah diciptakan Tuhan agar tetap seimbang.³ Oleh karena itu diperlukan sebuah tatanan etika dalam berbisnis Islam sebagaimana firman Allah SWT dalam

² Yosi Mardoni, "Kewirausahaan Dalam Multi Perspektif," *Universitas Terbuka*, 2017, 21–31.

³ Muhammad Iqbal Fasa et al., "Eksistensi BISNIS ISLAM DI ERA REVOLUSI 4.0," *Bisnis Islami*, 2020, 173.

Q.S. An-Nisa:29 :

أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ؕ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ؕ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahan:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya adalah Maha Penyayang kepadamu” (Q.S. An-Nisa:29).⁴

Etika bisnis dalam Islam berfungsi sebagai *controlling* terhadap aktivitas ekonomi. Etika bisnis Islam sebagai pedoman untuk penilaian secara mutlak mengenai baik atau tidaknya sesuatu yang hendak, akan, maupun yang sudah dijalankan terhadap bisnis dalam perspektif Islam. Hal ini bersumber dari dasar hukum yang terdapat di dalam Al-Qur’an. Etika bisnis Islam tidak hanya teori semata, namun juga merupakan kewajiban bagi setiap muslim menjalankan konsep, tata cara, dan proses dalam menjalankan usaha bisnisnya. etika bisnis Islam berperan penting agar tidak ada yang dirugikan serta untuk kemaslahatan semua pihak yang bersangkutan. Sebagai paradigma pengembangan etika bisnis Islam, terdapat aksioma atau dasar pondasi yang kemudian dijadikan konsep pengembangan dari sebuah pemikiran etika bisnis Islam, implementasi etika bisnis Islam dapat menggunakan lima aksioma atau prinsip yang terdiri dari: *Unity* (kesatuan), *Equilibrium* (keseimbangan), *Free will* (kehendak bebas), *Responsibility* (tanggung jawab) dan *Benevolence* (kebajikan).⁵ Etika bisnis dapat menjembatani usaha seseorang dalam mencapai pencapaian perusahaan yang didasarkan pada nilai-nilai ekonomi Islami. Sehingga dapat membangun keberhasilan di dunia dan di akhirat yang direalisasikan melalui praktek dan manajemen bisnis berlandaskan Islam serta mengimplementasikan karakteristik bisnis berbasis nilai Islami demi tercapainya keberkahan, kebaikan, keseimbangan serta keadilan.⁶ Susanto pada tulisannya yang mengkaji tentang pentingnya etika di dalam dunia bisnis. Penulis menggambarkan

⁴ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur’an Cordoba*, 7th ed. (Bandung: PT Cordoba Internasional Indonesia, 2016).

⁵ Muhammad Lisman, “Broker Pada Bisnis Properti: Studi Etika Bisnis Islam,” *Jurnal ISLAMIKA* 2, no. 1 (2019): 38–50.

⁶ Moch Adam Amri Hanafi, “Penerapan Etika Bisnis Islam Guna Membangun Bisnis Yang Islami (Studi Kasus Pada Pelaku Usaha Budidaya Ikan Air Tawar Di Desa Gendingan, Kabupaten Tulungagung),” *Jurnal Ilmiah* 9, no. 2 (2021): 1–16.

dan menganalisis bagaimana keadaan dunia bisnis yang tidak beretika. Sehingga penulis memandang bahwa etika bisnis dalam Islam diperlukan untuk menciptakan bisnis yang tidak hanya mencari keuntungan semata, namun memegang teguh prinsip-prinsip beretika bisnis.⁷

Budaya organisasi yang ada di dalam perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan pada prestasi kerja ekonomi perusahaan dalam jangka panjang. Budaya organisasi adalah nilai-nilai, norma, adat, serta visi, misi, dan tujuan yang dianut dan diterapkan dalam sebuah organisasi bisnis yang membedakan antara organisasi yang satu dengan organisasi yang lainnya. Budaya organisasi menjadi satu komitmen yang sama di dalam sebuah perusahaan untuk menghadapi tantangan baik yang bersumber dari internal maupun eksternal perusahaan. Budaya organisasi memiliki peranan penting bagi kemajuan perusahaan salah satunya adalah sebagai perekat antar warga organisasi, hal ini karena antar individu yang bekerja dalam sebuah perusahaan tentu memiliki sikap dan karakter yang berbeda-beda, untuk menyelaraskan perbedaan tersebut dibutuhkan budaya organisasi untuk menjembatani perbedaan agar tujuan perusahaan dapat tercapai dengan maksimal. Dalam proses perkembangannya, sebuah organisasi tumbuh dinamis diibaratkan seperti tubuh manusia yang tumbuh dan berkembang dari waktu ke waktu.

Penerapan budaya organisasi dapat dilakukan dengan adanya kepemimpinan yang baik yang dapat menjadi panutan serta contoh untuk karyawannya, adanya norma dan aturan dalam perusahaan, adanya cerita dan tokoh anggota organisasi, adanya tradisi dan ritual, serta simbol sebagai identitas perusahaan.

Sebagaimana hadits Nabi Muhammad SAW:

مَثَلُ الْمُؤْمِنِينَ فِي تَوَادُّهِمْ وَتَرَاحُمِهِمْ وَتَعَاطُفِهِمْ مَثَلُ الْجَسَدِ إِذَا اشْتَكَى مِنْهُ
عُضْوٌ تَدَاعَى لَهُ سَائِرُ الْجَسَدِ بِأَلْحَمَى وَ السَّهْرِ (رواه أحمد) ٢

Terjemahan:

“Perumpamaan orang-orang yang beriman dalam cinta, kasih, sayang, dan hubungan diantara mereka adalah seperti tubuh manusia, yang apabila sakit satu anggotanya maka seluruh anggota yang lainnya akan merasakannya dengan tidak tidur dan badan yang panas” (H.R.Ahmad).⁸

⁷ Susanto, “Etika Bisnis Dalam Islam,” *Jurnal Solusi* 10 (n.d.): 23–33.

⁸ Jaja Jahari dan Rusdiana, *Kepemimpinan Pendidikan Islam* (Bandung: Yayasan Darul Hikam, 2020).

Dari Hadits tersebut dapat dipahami bahwa dalam sebuah organisasi apabila salah satu individu atau seseorang tidak mengikuti aturan atau budaya organisasi yang ada, maka hal tersebut akan berdampak pada lainnya.⁹

Kehidupan manusia tentu tidak terlepas dari kegiatan budaya dalam berbagai lingkup salah satunya budaya dalam pemasaran produk. Pada umumnya, pelaku bisnis menggunakan budaya sebagai acuan untuk menganalisis konsumen sehingga terciptalah strategi pemasaran yang sesuai untuk bisnisnya.¹⁰ Dalam perkembangannya, kegiatan pemasaran berperan penting dan menjadi suatu hal yang wajib dilaksanakan oleh setiap organisasi atau perusahaan guna untuk menjaga dan mempertahankan kelangsungan hidup usaha bisnisnya. Tidak sedikit konsep-konsep tentang strategi pemasaran yang memungkinkan bagi seorang pebisnis untuk menerapkan konsep strategi dalam usahanya, salah satu strategi yang dapat diterapkan dalam sebuah usaha bisnis adalah strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*). Sesuai dengan prinsip Etika Bisnis Islam, strategi *Marketing Mix* tentunya akan sangat menarik bila diimplementasikan dalam perspektif Islami, sehingga dapat menciptakan suatu strategi pemasaran yang lebih matang dan mumpuni agar dapat memajukan kesejahteraan bisnis yang digeluti.¹¹

Ditengah lajunya perkembangan ekonomi saat ini, bisnis properti memberikan peluang yang cukup tinggi dan menjanjikan untuk ditekuni. Dalam bisnis properti salah satunya adalah bisnis perumahan yang saat ini sangat digemari oleh berbagai lapisan masyarakat karena memiliki berbagai keunggulan terutama dalam segi letak geografi, sosial masyarakat, maupun harga. Sehingga peneliti tertarik untuk melihat implementasi etika bisnis Islam dalam budaya organisasi dan pemasaran di perumahan Lestari Garden Hill Jepara karena beberapa alasan yaitu :

- a. Letak geografis, berdasarkan lokasi perumahan ini yaitu di jalan alternatif menuju Jepara kota dan bukan jalan protokol sehingga memiliki kesenjangan sebagai tempat terpencil dan berada di daerah yang kurang ramai. Selain itu, perumahan ini membuka lahan baru yang sebelumnya merupakan area persawahan dan perkebunan penduduk sekitar.¹²
- b. Sosial masyarakat, penduduk asli daerah tersebut keseluruhan

⁹ Djamaluddin Perawironegoro, "Budaya Organisasi Studi Tematik Dalam Al-Qur ' an Dan Hadits" 01, no. 02 (2015).

¹⁰ Kussudyarsana Kussudyarsana, "Budaya Dan Pemasaran," *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 12, no. 2 (2018): 172–80.

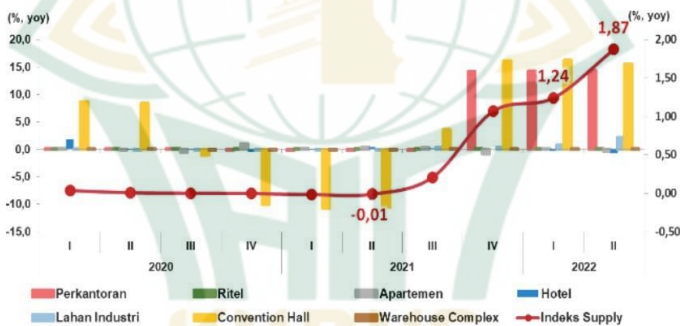
¹¹ Dasar Pemasaran, "Strategi Marketing Mix," n.d.

¹² Pemerintah desa Pancur, "Apa Itu Desa Pancur," Situs Pemerintah Desa Pancur, 2023, <http://pancur.desa.id/about-us>.

beragama Islam yang tergolong taat dan merupakan orang asli berdasarkan garis keturunan pendahulunya sehingga secara tingkah laku masih mengedepankan kekeluargaan dengan lingkungan sekitar yang nantinya akan menjadikan dinding pemisah antara warga asli dengan pendatang yang menariknya nanti adalah bagaimana peran dari pengembang perumahan dalam merawat budaya kemasyarakatan ini nantinya.

- c. Laju pertumbuhan dan penjualan perumahan, Secara pengamatan dasar penjualan dan pertumbuhan jumlah rumah sangat pesat bahkan sebelum satu tahun berdiri telah ada ratusan rumah yang terbeli dan berpenghuni sehingga hal ini menarik untuk diteliti lebih lanjut seberapa jauh implementasi etika bisnis Islam atau bagaimana teknik yang digunakan dalam menumbuhkan bisnis tersebut di tengah berbagai kondisi yang tergambar berikut tentang gambaran umum kondisi bisnis properti di Indonesia yang mana secara *indeks supply* meningkat setiap tahunnya:

Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan YoY Bisnis Properti



Sumber: Bank Indonesia:2023¹³

Berdasarkan grafik tersebut indeks suply meningkat setiap tahunnya bahkan melebihi permintaan pasar, hal tersebut juga terjadi di lingkup pangsa pasar lestari gardel hill bahwa terdapat pesaing yang cukup banyak yaitu 7 perumahan besar dengan kondisi jarak yang lebih jauh yang apabila secara persediaan produk saat ini bisa dibilang melebihi pasar sehingga secara common sense penjualan akan mengalami berbagai hambatan selain hal tersebut juga jauh dari pusat kota dibanding yang lain tetapi justru memiliki penjualan paling banyak hal ini yang menarik minat peneliti strategi marketing seperti apa yang

¹³Bank Indonesia, “Perkembangan Properti Komersial” (Jakarta, 2022), https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/Pages/PPKom_Triwulan_II_2022.aspx.

digunakan utamanya dalam lingkup marketing mix.¹⁴

Berdasarkan berbagai latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melihat bagaimana implementasi etika bisnis Islam dari sudut budaya organisasi dan strategi pemasaran yang ada pada bisnis properti perumahan dengan judul penelitian **“Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Budaya Organisasi dan Strategi *Marketing Mix*: Studi Kasus Perumahan Lestari Garden Hill, Jepara”**.

B. Fokus Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, yang menjadi fokus penelitian disini meliputi bagaimana bidang budaya organisasi sebagai sektor internal dan Strategi *marketing mix* sebagai sektor eksternal di Perusahaan Perumahan Lestari garden Hill Jepara dan implementasi dua bidang tersebut dalam etika bisnis Islam yang menjadi pedoman dalam bisnis Islami.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dapat diartikan sebagai pertanyaan atas kondisi yang perlu diungkap atau diketahui berdasarkan identifikasi latar belakang sehingga dalam penelitian ini terdapat beberapa rumusan masalah yaitu :

1. Bagaimana Budaya organisasi bisnis Perumahan Lestari Garden Hill Jepara?
2. Bagaimana strategi *marketing mix* bisnis Perumahan Lestari Garden Hill Jepara?
3. Bagaimana implementasi etika bisnis Islam dalam Budaya organisasi dan strategi *marketing mix* bisnis Perumahan Lestari Garden Hill Jepara?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka peneliti memiliki tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui bagaimana budaya organisasi bisnis Perumahan Lestari Garden Hill Jepara.
2. Untuk mengetahui bagaimana strategi *marketing mix* bisnis Perumahan Lestari Garden Hill Jepara.
3. Untuk mengetahui bagaimana implementasi etika bisnis Islam dalam budaya organisasi dan strategi *marketing mix* bisnis Perumahan Lestari Garden Hill Jepara.

¹⁴ Agus Riyanto, Direktur Utama PT. Alesta Group Indonesia, *Observasi*, Jepara, 6 Januari 2023.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat secara teoritis yaitu sebagai rujukan pengetahuan tentang pembangunan berkelanjutan sehingga pembaca mengetahui keterbutuhan dan skala prioritas pembangunan yang nantinya juga akan ada manfaat secara praktis oleh pemangku kepentingan baik pemerintah desa maupun lembaga zakat yang dapat dipahami sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis
 - a. Hasil penelitian ini memberikan pengetahuan mengenai Budaya organisasi bisnis Perumahan Lestari Garden Hill Jepara.
 - b. Hasil penelitian ini memberikan pengetahuan mengenai strategi *marketing mix* bisnis Perumahan Lestari Garden Hill Jepara.
 - c. Hasil penelitian ini memberikan pengetahuan mengenai implementasi etika bisnis Islam dalam budaya organisasi dan strategi *marketing mix* bisnis Perumahan Lestari Garden Hill Jepara.
 - d. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat secara positif bagi khazanah keilmuan dalam pengembangan kajian teoritis serta sebagai pembuktian mengenai teori yang digunakan dalam kehidupan dunia bisnis dan ekonomi Islam.
 - e. Dapat menjadi literatur, acuan, gambaran, serta rujukan untuk penelitian serupa berikutnya.
2. Manfaat praktis
 - a. Bagi penulis
 Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat atas pengetahuan penulis mengenai implementasi etika bisnis Islam dalam Budaya organisasi dan strategi *marketing mix* pada bisnis dalam perspektif Islam.
 - b. Bagi perusahaan
 Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu sebagai acuan, evaluasi atau perbaikan bisnis serupa guna untuk meningkatkan kualitas pelayanan sehingga dapat pula meningkatkan penjualan.
 - c. Bagi masyarakat
 Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh masyarakat sebagai parameter untuk memilih tempat tinggal perumahan dengan kualitas pelayanan yang baik dan sesuai prinsip Islami.

F. Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini menggunakan sistematika yang dibagi dalam setiap bab untuk mempermudah dalam melakukan pembahasan dan memahami isi dari penelitian, yaitu sebagai berikut :

1. Bab I Pendahuluan : Berisikan tentang latar belakang dilakukannya penelitian yang mencakup alasan dan urgensi penelitian, kemudian terdapat fokus penelitian terkait penelitian yang dilaksanakan yang kemudian dirangkum dalam rumusan masalah dan dijawab dengan tujuan masalah serta memiliki manfaat penelitian baik secara teoritis maupun secara praktis.
2. Bab II Landasan Teori : Berisikan tentang deskripsi teori yang relevan dan menjadi acuan dan landasan dalam melakukan penelitian yang disertai penelitian terdahulu serta kerangka berfikir dalam melakukan penelitian.
3. Bab III Metode Penelitian : dalam bab ini membahas mengenai jenis dan pendekatan yang dilakukan dalam penelitian, *setting* penelitian yang terdiri dari lokasi, waktu, serta situasi dan kondisi. Kemudian terdapat subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data, dan diakhiri dengan teknik analisis data.
4. Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan : Berisikan tentang gambaran objek penelitian, analisis data menggunakan etika bisnis Islam yang menjadi fokus penelitian dan kaitannya dengan budaya organisasi dan strategi *marketing mix* dan ditutup dengan pembahasan secara mendetail setiap data atau informasi yang ada.
5. Bab V Penutup : berisikan kesimpulan yang memuat juga keterbatasan penelitian dan manfaat penelitian setelah melakukan penelitian kemudian diakhiri dengan saran agar dapat tercipta penelitian lebih baik berikutnya.