

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

#### 1. Sejarah Singkat Toko Al-Madina Wedarijaksa Pati

Toko Al-Madina dimiliki oleh Bapak H. Dodik Wuri Ahmadi, dengan istrinya sebagai pengelola atau manajer bernama Ibu Hj. Kunarti.

Toko Al-Madina ini dulunya beroperasi di dalam pasar, mempunyai tempat kios yang tidak terlalu luas atau bisa dibilang kecil. Dulu pemasaran ditangani langsung oleh Ibu Kunarti dengan dibantu satu karyawan saja. Dengan alasan karena ibu Kunarti terlalu repot, selain karena tempatnya yang lumayan jauh dari tempat tinggalnya dan jam kerja pun dibatasi hanya pagi sampai siang saja karena pada siang hari pasar sudah tutup, pada saat itu Ibu Kunarti juga memiliki anak kecil jadi beliau kerepotan jika harus berjualan sambil mengurus anaknya. Atas alasan tersebut maka Pak Dodik berinisiatif untuk mendirikan toko sendiri.

Pada tahun 2010 Pak Dodik mendirikan Toko Al-Madina didepan rumahnya. Selain tempatnya yang strategis karena berada di pinggir jalan raya jadi lebih banyak konsumen yang datang ke toko tersebut, Ibu Kunarti juga bisa dengan mudah berjualan dan mengurus anak-anaknya. Kalau dulu di pasar jam berjualannya hanya sampai siang sekarang bisa berjualan sampai pada malam hari.<sup>1</sup>

Dari tahun ketahun sampai sekarang toko Al-Madina mengalami perkembangan yang sangat pesat, sekarang toko Al-madina menjadi toko kerudung terbesar di Wedarijaksa. Yang dulunya hanya menjual jilbab saja sekarang toko Al-Madina juga menjual baju muslimah, mukena, sarung, sajadah, aksesoris, tas, perlengkapan buat lamaran pernikahan, perlengkapan haji/umroh, dan masih banyak lagi,

---

<sup>1</sup> Dodik Wuri Ahmadi, wawancara dan observasi oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 3, transkrip.

tetapi yang paling dominan adalah penjualan jilbabnya, dan penjualan jilbabnya dijual secara grosir maupun eceran.<sup>2</sup>

## 2. Lokasi Toko Al-Madina

Toko Al-Madina terletak di Desa Jatimulyo Kecamatan Wedarijaksa, tepatnya terletak di jalan Wedarijaksa-Jetak Km. 2 Rt. 05 Rw. 01 Desa Jatimulyo Kecamatan Wedarijaksa Kabupaten Pati, Kode pos. (59152). Tempatnya sangat strategis karena berada di pinggir jalan raya dan juga ada banyak madrasah di dekat toko tersebut. Penduduk sekitar Toko Al-Madina mayoritas adalah beragama Islam.<sup>3</sup>

## 3. Visi dan Misi Toko Al-Madina

Setiap lembaga atau perusahaan pasti memiliki suatu visi, misi yang dijadikan sebagai acuan dalam mengembangkan usahanya, begitu juga dengan toko Al-Madina memiliki visi dan misi sebagai berikut:

### a. Visi

“Menjadikan bisnisnya sebagai syiar agama dan prospek agar wanita muslimah dapat berhijrah dengan memulai menutup aurat dengan berjilbab”

### b. Misi

- 1) Melakukan bisnis secara jujur dan sesuai dengan ajaran Islam dan etika bisnis Islam.
- 2) Memberikan kualitas produk yang sesuai dengan keinginan konsumen.
- 3) Memiliki tekad dan semangat untuk memajukan bisnis.
- 4) Memudahkan konsumen untuk memperoleh barang khususnya untuk perlengkapan beribadah.

---

<sup>2</sup> Dodik Wuri Ahmadi, wawancara dan observasi oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 3, transkrip.

<sup>3</sup> Dodik Wuri Ahmadi, wawancara dan observasi oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 2, transkrip.

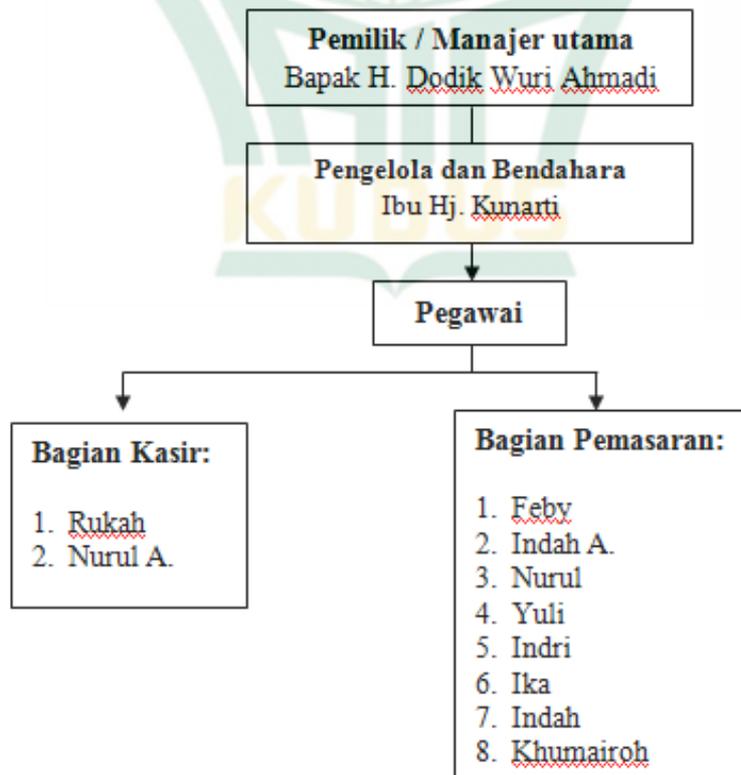
- 5) Membangun karyawan yang amanah dan jujur serta kualitas pelayanannya terhadap konsumen.<sup>4</sup>

#### 4. Struktur Organisasi Toko Al-Madina

Dalam sebuah usaha untuk menunjang keberlangsungan dan tujuan dari bidang usaha tersebut maka dibentuk sebuah struktur organisasi. Struktur organisasi Toko Al-Madina terdiri dari pemimpin yaitu Bapak H. Dodik Wuri Ahmadi dan karyawan saja, tugas bendahara dan sekretaris dipegang langsung oleh Ibu Hj. Kunarti istri bapak Dodik sendiri.

Adapun struktur organisasi agar berjalan secara baik perlu adanya gambaran struktur organisasi sebagai berikut:<sup>5</sup>

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi Toko Al-Madina**



<sup>4</sup> Dodik Wuri Ahmadi, wawancara dan observasi oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 4, transkrip.

<sup>5</sup> Dodik Wuri Ahmadi, wawancara dan observasi oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 5, transkrip.

## 5. Tata Ruang Toko Al-Madina

Penentuan tata ruang dibutuhkan untuk menyediakan fasilitas-fasilitas yang berkaitan dengan operasi toko. Tata ruang toko Al-madina yaitu sudah tergolong lengkap dan rapi. Setiap jenis barang yang dijual dibedakan ruangnya sehingga para konsumen/pembeli bisa lebih leluasa dan mudah untuk memilih barang yang diinginkannya, selain itu dengan lokasi yang rapi para karyawan dapat lebih mudah dalam melayani pembeli. Adapun ruangan dalam toko Al-madina ini dibagi menjadi 5 bagian, sebagai berikut:<sup>6</sup>

- a. Ruang pertama dibagian belakang untuk berbagai macam jenis kerudung dan dibagian depan untuk kasir dan berbagai macam barang untuk perlengkapan ibadah dan lamaran (mukena, sajadah, sarung, peci, dll)
- b. Ruang kedua untuk berbagai macam aksesoris (tas, bros, dll) dan perlengkapan haji/umroh, dan juga kerudung khusus segi empat.
- c. Ruang ketiga untuk berbagai macam baju muslimah.
- d. Ruang keempat/ruang belakang untuk tempat istirahat, kamar mandi dan juga musholla.
- e. Tempat parkir untuk kendaraan pembeli.

## 6. Jenis Produk/Barang Yang Dijual di Toko Al-Madina

Dalam Toko Al-Madina menjual berbagai macam keperluan khususnya bagi para muslimah dan untuk perlengkapan ibadah, berbagai produk yang dijual adalah bernilai Islami berdasarkan pada visi dan misi yang ada dalam Toko Al-Madina ini, agar para muslim dapat dengan mudah mendapatkan barang yang diinginkan. Toko Al-Madina juga sering memberikan diskon di setiap hari tertentu. Untuk diskon hariannya adalah setiap pembelian 3 kerudung akan mendapatkan potongan harga. Adapun barang yang dijual adalah sebagai berikut:

---

<sup>6</sup> Feby, wawancara dan observasi oleh penulis, 11 Desember, 2018, wawancara 6, transkrip.

a. Kerudung/jilbab

Kerudung yang dijual di Toko Al-Madina terdapat berbagai macam dan model serta merek yang didistribusi langsung dari kota Cirebon Jawa Barat. Harga kerudung di Toko Al-Madina bervariasi tergantung mereknya yang berkisar antara harga Rp. 15.000 sampai Rp. 120.000. Berbagai macam kerudung yang dijual antara lain adalah:<sup>7</sup>

**Tabel 4.1**  
**Nama dan merek kerudung**

Nama dan merek kerudung	Harga
1. Rabbani (serut, innova, hemy, livy, amira, dll)	Rp. 20. 000 - Rp. 200. 000
2. Jamilah (sifon, najwa, pikan, shafa, dll)	Rp. 30. 000 - Rp. 100. 000
3. Ina rose	Rp. 120. 000
4. Daffa (bela, vika, gotik)	Rp. 35. 000 - Rp. 40. 000
5. Chelsea (manika, virgina)	Rp. 40. 000
6. Kiezfy (kancing sifon, kancing jersi, kotak bunga, runcing, payet bunga)	Rp. 35. 000 - Rp. 50. 000
7. Putri (sifon rampel, pita, gotik permata krep, gotik bunga, renda)	Rp. 30. 000 - Rp. 60. 000
8. Azizah (krep swaroski, krep gotik, krep shanghai, krep permata)	Rp. 30. 000 – Rp. 35. 000
9. Al-fadhilah	Rp. 26. 000
10. Razwa sifon	Rp. 65. 000
11. Al-khoirot (gotik, bunga)	Rp. 30. 000
12. An-najah (gotik krep)	Rp. 40. 000
13. Nayla (sifon bunga)	Rp. 52. 000
14. Alia (renda, gotik kancing)	Rp. 30. 000

<sup>7</sup> Feby, wawancara dan observasi oleh penulis, 11 Desember, 2018, wawancara 10, transkrip.

15.Hoody (black dafanya, adora ladeva, azzura, signarica)	Rp. 15. 000 – Rp. 35. 000
16.Jilbab anak	Rp. 20. 000 –Rp. 35. 000
17.Segi empat (biasa, Saudia, Arabia)	Rp. 12. 000 – Rp. 17.000

b. Baju atasan, bawahan dan gamis

Baju yang dijual di Toko Al-Madina terdapat berbagai macam model dan tentunya yang bernilai syar'i. Ada yang berbahan katun, jersi, spandex/kaos, baloteli, dll. Baju yang tersedia di toko Al-madina sebagian besar untuk para remaja muslim dan muslimah hingga dewasa. Macam baju yang tersedia antara lain:<sup>8</sup>

**Tabel 4.2**  
**Macam Baju Tersedia**

Model yang dijual	Harga
1. Gamis muslimah	Rp. 48.000 – Rp. 94.000
2. Baju atasan	Rp. 30.000 – Rp. 70.000
3. Baju bawahan	Rp. 35.000 – Rp. 60.000
4. Baju dalaman	Rp. 5000 – Rp. 30.000

c. Perlengkapan haji/umroh

Toko Al-madina juga menyediakan berbagai macam barang perlengkapan untuk haji/umroh serta oleh-oleh haji/umroh antara lain seperti:<sup>9</sup>

<sup>8</sup> Feby, wawancara dan observasi oleh penulis, 11 Desember, 2018, wawancara 10, transkrip.

<sup>9</sup> Feby, wawancara dan observasi oleh penulis, 11 Desember, 2018, wawancara 10, transkrip.

Tabel 4.3

**Macam-macam perlengkapan haji/umroh dan oleh-oleh**

Perlengkapan haji/umroh	Oleh-oleh haji/umroh
1. Baju ihram	1. Kurma
2. Gamis	2. Kismis
3. Sabuk haji	3. Air zam-zam
4. Topi untuk haji	4. Kacang arab
5. Sepatu	5. Kustuck
6. Tempat kerikil (untuk jumrah)	6. Sajadah dan jilbab
7. Sarung tangan haji	
8. Tas haji	
9. Hanger lipat	
10. Kaos kaki wudhu	

## d. Perlengkapan ibadah dan lamaran pernikahan

Perlengkapan ibadah juga dijual di Toko Al-Madina dengan harapan agar masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan perlengkapan ibadah agar ibadah jadi lancar. Perlengkapan yang dijual antara lain:

- Mukena
- Sajadah
- Sarung
- Tasbih
- Peci

Selain itu perlengkapan untuk lamaran pernikahan di Toko Al-Madina juga menyediakan baki lamaran, seperangkat alat sholat, dan berbagai macam hiasan.

e. Accesoris

Berbagai macam accesoris yang dijual adalah tas, bros, tempat tas/sepatu, kaos kaki, daleman kerudung, masker, dll.<sup>10</sup>

## 7. Tenaga Kerja di Toko Al-Madina

a. Jumlah tenaga kerja

Di Toko Al-Madina ini terdapat 8 karyawan, yaitu 2 orang dibagian kasir dan 8 orang dibagian pemasaran. Dan semua karyawan yang bekerja di Toko Al-Madina ini adalah perempuan dan beragama Islam.<sup>11</sup>

b. Hari dan jam kerja

Karyawan di Toko Al-Madina bekerja setiap hari dan hari liburnya diatur oleh karyawan sendiri secara bergantian berdasarkan kesepakatan mereka bersama. Sedangkan jam kerjanya di bagi menjadi 2 shift kerja yaitu shift pagi mulai jam 07:00 – 14:00 dan shift siang mulai jam 14:00 – 21:00. Bagi karyawan yang sakit dan ada keperluan lainnya juga diperbolehkan untuk izin.<sup>12</sup>

c. Fasilitas dan tunjangan

Fasilitas yang diberikan kepada karyawan adalah fasilitas makan siang dan makan malam, tempat istirahat, tempat ibadah, dan jika terjadi sesuatu yang tidak diinginkan karyawan maka pemilik toko yang akan bertanggung jawab. Sedangkan tunjangan yang diberikan adalah gaji pokok dan tunjangan hari raya saja.<sup>13</sup>

---

<sup>10</sup> Feby, wawancara dan observasi oleh penulis, 11 Desember, 2018, wawancara 10, transkrip.

<sup>11</sup> Rukah, wawancara dan observasi oleh penulis, 11 Desember, 2018, wawancara 2, transkrip.

<sup>12</sup> Rukah, wawancara dan observasi oleh penulis, 11 Desember, 2018, wawancara 3, transkrip.

<sup>13</sup> Dodik Wuri Ahmadi, wawancara dan observasi oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 19, transkrip.

## d. Peraturan karyawan

Toko Al-madina memberikan beberapa peraturan kepada para karyawan, antara lain:

- 1) Karyawan harus bisa berperilaku jujur.
- 2) Harus ramah dan sopan dalam melayani pembeli.
- 3) Disiplin.
- 4) Melayani pembeli dengan sepenuh hati.
- 5) Mampu bekerja tim, sesama karyawan harus saling membangun dan kompak.
- 6) Dapat membaca Al-Qur'an dan rajin beribadah
- 7) Mampu memuaskan pembeli karena pembeli adalah raja.<sup>14</sup>

## B. Deskripsi Data Penelitian

### 1. Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pelaku Usaha Kecil di Toko Al-Madina Wedarijaksa Pati

Prinsip berbisnis dalam Islam adalah jujur, menjual barang berkualitas, dilarang bersumpah, ramah dan bermurah hati, membangun hubungan yang baik dengan siapa saja, dan menetapkan harga yang transparan.

Perdagangan pun berperan memenuhi hajat hidup masyarakat. Manusia itu hidup bermasyarakat, dan keperluan-keperluan yang tidak mampu diproduksinya dapat terpenuhi melalui orang lain. Dengan demikian, dalam masyarakat terdapat “kegotong-royongan otomatis” yang seolah-olah dipaksakan oleh keadaan. Rela atau tidak rela, kalau mau maju, harus hidup interdependen, tolong-menolong dengan sesama.

Berdasarkan arti dari implementasi sendiri adalah sebuah penerapan. Implementasi yaitu suatu kegiatan yang terencana dan untuk mencapai tujuan kegiatan. Jadi

---

<sup>14</sup> Dodik Wuri Ahmadi, wawancara dan observasi oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 18, transkrip.

implementasi etika bisnis Islam adalah menerapkan sebuah etika untuk mencapai tujuan sebuah bisnis Islam. Toko Al-Madina menerapkan etika bisnis Islam melalui produk-produk yang dijualnya dan juga pelayanan karyawan terhadap pembeli/konsumen.<sup>15</sup>

Hal tersebut dapat dibuktikan dalam penjualan produknya yang khusus menyediakan perlengkapan untuk ibadah. Barang yang dijual banyak yang bernilai syar'i dan memiliki kualitas yang cukup bagus. Harga yang dijual ditetapkan menurut merek dalam setiap produk yang dijual. Pemilik toko mengambil keuntungan hanya sekitar kurang lebih 10% dari harga aslinya. Harga sudah diterapkan pada setiap produk yang di pajang di dalam toko. Untuk harga produk jilbabnya di jual dengan harga grosir walaupun pembeliannya eceran.

Beberapa implementasi etika bisnis Islam yang sudah di terapkan kepada karyawan Toko Al-Madina antara lain adalah:

a. Jujur

Dalam berbisnis seorang pebisnis syariah harus menjunjung tinggi kejujuran, karena kejujuran merupakan sarana yang dapat memperbaiki kinerja bisnis, menghapus dosa, dan bahkan dapat mengantarkannya masuk kedalam surga. Bahwa di Toko Al-madina sudah diterapkan sikap kejujuran baik dalam perilaku bisnisnya dan juga para karyawannya. Hal ini dapat dibuktikan dalam penjualan produk dan juga tanggung jawab para karyawannya. Toko Al-Madina tidak menjual barang yang cacat, jika ada barang yang cacat tanpa diketahui oleh konsumen maka karyawan akan memberi tahu dan akan mengganti barang tersebut dengan barang yang lain.

---

<sup>15</sup> Dodik Wuri Ahmadi, wawancara dan observasi oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 13, transkrip.

b. Amanah

Islam mengajarkan agar seorang wirausaha selalu menghidupkan mata hati mereka dengan selalu menegakkan sikap amanah. Dan dengan sikap amanah itu pula mereka dapat menjaga hak-hak Allah dan hak-hak manusia, sehingga ia tidak lalai dalam melaksanakan kewajibannya. Sikap amanah juga sudah diterapkan di Toko Al-madina khususnya bagi para karyawan terhadap pekerjanya. Karyawan melaporkan hasil penjualannya sesuai dengan apa yang telah dijual pada hari itu dengan disertai bukti catatan nota.

c. Khidmad

Khidmad artinya melayani dengan baik. Sikap melayani merupakan sikap utama bagi pebisnis, tanpa sikap melayani jangan menjadi pebisnis, dan bagian penting dari sikap melayani ini adalah sopan santun, dan rendah hati. Orang yang beriman diperintahkan untuk bermurah hati, sopan dan bersahabat dengan mitra bisnisnya. Sikap khidmad telah diterapkan di Toko Al-madina oleh pemilik toko maupun para karyawan terhadap para konsumen. Bahkan sikap melayani dengan baik, ramah dan sopan santun adalah aplikasi utama yang dilakukan di Toko Al-madina terhadap para konsumen.<sup>16</sup>

Berdasarkan observasi penulis bahwa implementasi etika bisnis Islam yang telah diterapkan di toko Al-madina adalah:

- a. Bisnis yang berjalan di Toko Al-Madina adalah bisnis yang jujur selain itu bertujuan untuk syiar agama. Produk jilbabnya sendiri dijadikan sebagai prospek agar menarik para muslimah suka untuk berjilbab. Kejujurannya dapat dilihat melalui

---

<sup>16</sup> Dodik Wuri Ahmadi, wawancara dan observasi oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 13, transkrip.

penjualan produknya, harga produk yang dijual berdasarkan kualitas produknya, jadi setiap jenis produk berbeda-beda harganya tergantung kualitas barangnya. Tidak menyembunyikan bila ada barang yang cacat.

- b. Produk yang dijual bernilai syariah dengan memenuhi untuk keperluan ibadah dan sebagainya. Dengan tujuan agar masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan peralatan ibadah supaya ibadah menjadi lancar.
- c. Penetapan harga yang transparan
- d. Karyawan yang ramah, jujur, serta dapat melayani konsumen dengan sepenuh hati.

## **2. Faktor Pendukung dan Penghambat Dalam Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pelaku Usaha Kecil Toko Al-Madina Wedarijaksa Pati**

Faktor pendukung adalah sebuah faktor yang mendorong sesuatu pekerjaan agar berjalan lancar dan stabil, hal-hal yang memengaruhi sesuatu menjadi berkembang, memajukan, menambah dan menjadi lebih dari sebelumnya. Sedangkan Faktor penghambat adalah faktor yang menghalangi atau menjadi penghambat suatu pekerjaan hingga menjadi tidak lancar atau stabil/tidak berjalan normal, hal-hal yang berpengaruh sedikit/ bahkan menghentikan sesuatu menjadi lebih dari sebelumnya.

Berikut adalah data hasil wawancara mengenai faktor pendukung dan faktor penghambat implementasi etika bisnis Islam di Toko Al-Madina:<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> Dodik Wuri Ahmadi, wawancara dan observasi oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 14, transkrip.

**Tabel 4.4**  
**Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat**

<b>Faktor Pendukung</b>	<b>Faktor Penghambat</b>
-------------------------	--------------------------

Wawancara dengan pemilik toko:

1. Lokasi toko yang strategis dengan masyarakat sekitar yang mayoritas beragama Islam dan perekonomian menengah kebawah.
2. Dekat dengan madrasah-madrasah.

1. Pesaing bisnis yang ada di sekitar yang menjual barang yang tidak bernilai islami atau tidak sesuai dengan syariah.
2. Konsumen yang bermaksud curang saat membeli.

Wawancara dengan konsumen:

1. Karyawan ramah, sopan, murah senyum, sabar, tidak membedakan pembeli, dan melayani dengan sepenuh hati.
2. Harga yang transparan.
3. Produk memiliki bermacam-macam model dan merek yang bernilai syar'i dan memenuhi kebutuhan ibadah.

Berdasarkan observasi penulis mengenai faktor pendukung dalam implementasi etika bisnis Islam di Toko Al-Madina antara lain adalah:

- 1) Toko Al-Madina terletak sangat strategis karena tempatnya dekat dengan madrasah-madrasah jadi banyak anak sekolah yang membeli kerudung di sini.
- 2) Masyarakat sekitar mayoritas beragama Islam dan kondisi perekonomiannya adalah menengah kebawah jadi harga produk yang dijual di Toko Al-Madina dapat terjangkau oleh masyarakat.
- 3) Produk yang dijual banyak dan bermacam model yang bernilai syar'i dan harganya pun relatif murah jadi banyak pelanggan yang tertarik untuk berbelanja di Toko Al-Madina. Dapat mudah membeli perlengkapan ibadah.
- 4) Karyawannya yang jujur, ramah, pelayanan yang memuaskan dan sepenuh hati dapat mempengaruhi pembeli sehingga senang belanja disini, serta karyawan dapat memuaskan pelanggan.

Menurut observasi penulis mengenai faktor penghambat dalam implementasi etika bisnis Islam di Toko Al-Madina banyak pesaing-pesaing bisnis yang ada di sekitar yang menjual barang yang tidak bernilai islami atau tidak sesuai dengan syariah. Selain itu sering ada konsumen yang bermaksud curang saat membeli.

### **3. Dampak Dari Implementasi Etika Bisnis Islam Di Toko Al-Madina Terhadap Konsumen**

Dampak adalah pengaruh kuat yang mendatangkan akibat baik positif maupun negatif sedangkan etika bisnis merupakan perilaku seorang pelaku bisnis dalam mengembangkan tugas dan tanggung jawabnya, apakah benar-benar sesuai dengan norma yang telah disepakati organisasi/perusahaan, apakah saling menguntungkan antara pimpinan dan karyawan ataukah sebaliknya. Oleh karena itu, seorang manajer harus mempunyai etika manajerial, yaitu standar perilaku yang memandunya dalam pekerjaan mereka. Sebenarnya perilaku yang berdasarkan etika itu ialah perilaku yang mengikuti perintah Allah SWT dan menjauhi

larangannya. Dalam Islam etika bisnis ini sudah banyak dibahas dalam berbagai literatur dan sumber utamanya adalah Al-Qur'an dan Hadist.

Implementasi etika bisnis Islam pada Toko Al-Madina tentunya berdampak positif terhadap konsumen. Khususnya mengenai produk dan pelayanannya.

Berikut adalah dampak implementasi etika bisnis Islam terhadap konsumen berdasarkan hasil wawancara:<sup>18</sup>

**Tabel 4.5**  
**Implementasi dan Dampak**

<b>Implementasi</b>	<b>Dampak</b>
a. Jujur	a. Jujur
1) Tidak menjual barang yang cacat.	1) Konsumen merasa puas dengan barang yang dibeli.
2) Menjual produk dengan harga transparan dengan harga grosir dengan bermacam-macam model dan merek. Produk banyak yang bernilai syar'i dan untuk memenuhi kebutuhan ibadah.	2) Banyak pengunjung, yang dulunya pembelian hanya sekitar 10-20 per hari sekarang sudah mencapai 100-200 pembelian per hari. Banyak wanita muslimah yang berhijrah dengan mengenakan jilbab yang syar'i dan juga banyak yang menggunakan produk yang bernilai syar'i.
b. Amanah	
1) Karyawan dapat dipercaya dalam menjalankan pekerjaannya.	
c. Khidmad	
1) Karyawan ramah,	b. Amanah

---

<sup>18</sup> Dodik Wuri Ahmadi, wawancara dan observasi oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 15, transkrip.

sopan, sabar, melayani dengan sepenuh hati.

1) Terciptanya kepercayaan konsumen untuk memutuskan sebagai pelanggan tetap.

c. Khidmad

1) Banyak konsumen yang nyaman dan merasa puas saat berbelanja dan juga bertambahnya pelanggan.

Berdasarkan observasi penulis dampak dari implementasi etika bisnis Islam terhadap konsumen di Toko Al-Madina adalah:

- a. Dari sikap jujur yang diterapkan di Toko Al-Madina, banyak konsumen yang merasa puas dengan barang yang dibeli. Banyak pengunjung, yang dulunya pembelian hanya sekitar 10-20 per hari sekarang sudah mencapai 100-200 pembelian per hari. Banyak wanita muslimah yang berhijrah dengan mengenakan jilbab yang syar'i dan juga banyak yang menggunakan produk yang bernilai syar'i.
- b. Selain itu dari sikap amanah dapat terciptanya kepercayaan konsumen untuk memutuskan sebagai pelanggan tetap.
- c. Dan dampak dari sikap khidmad yang diterapkan adalah banyak konsumen yang nyaman dan merasa puas saat berbelanja dan juga bertambahnya pelanggan.

## C. Analisis Data

### 1. Analisis Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pelaku Usaha Kecil

Etika berasal dari bahasa Yunani kuno “*ethikos*” yang berarti timbul dari kebiasaan. Secara definisi etika adalah seperangkat prinsip moral yang membedakan baik dan buruk. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif, karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh seorang individu.

Dalam rumusan yang lain etika adalah prinsip, norma, dan standar perilaku yang mengatur individu maupun kelompok yang membedakan apa yang benar dan apa yang salah. Etika merupakan apa yang anda lakukan, bukan apa yang anda katakan.

Dalam khazanah pemikiran Islam, etika atau *al-akhlak* dipahami sebagai ilmu yang menjelaskan arti baik dan buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan oleh manusia kepada lainnya, menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia didalam perbuatan mereka dan menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang harus diperbuat.

Dalam pengertian yang lain etika itu berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun pada suatu masyarakat atau kelompok masyarakat. Ini berarti etika berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, dan kebiasaan yang dianut dan diwariskan dari satu orang ke orang lain atau satu generasi ke generasi yang lain. Kebiasaan ini lalu terungkap dalam perilaku berpola yang terus berulang sebagai sebuah kebiasaan.<sup>19</sup>

Jasa perdagangan bukan hanya membantu produsen dalam menjual produk namun juga membantu konsumen itu sendiri. Bayangkan seandainya tidak ada pedagang, dan setiap konsumen harus mencari barang yang diperlukan langsung ke produsen, betapa besarnya biaya yang harus

---

<sup>19</sup> Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014), 33-34.

dikeluarkan, belum lagi waktu yang terbuang, itulah sebabnya mengapa perdagangan memainkan peran yang sangat penting dalam kehidupan manusia, dan oleh karenanya juga Islam mendorong berkembangnya dunia perdagangan ini.

Aspek kejujuran yang didasari iman akan menempatkan manusia kepada kemuliaan, penghargaan Islam terhadap dunia perdagangan sangat besar. Bahkan, Rasulullah menjamin para pedagang yang baik di akhirat nanti akan disejajarkan dengan para Nabi:

*“Pedagang yang jujur dan dapat dipercaya (amanah) akan dimasukkan dalam golongan para Nabi, orang-orang yang benar dan para shuhada”* (HR. Tirmidzi dan Ibnu Majjah)<sup>20</sup>

*“Dan Allah akan memberikan rahmat pada orang yang berbaik hati ketika menjual, membeli dan membuat pernyataan.”* (HR. Bukhari)<sup>21</sup>

Hadis ini menjelaskan bahwa perdagangan bukan hanya sekedar sebuah usaha untuk mencari harta yang diharamkan namun juga dipandang sebagai sumber mata pencaharian yang mulia. Bahkan, dalam sejarah penyiaran agama Islam ke seluruh dunia para pedagang adalah pelaku utamanya.<sup>22</sup>

Prasyarat untuk meraih keberkahan atas nilai transenden seorang pelaku bisnis harus memperhatikan beberapa prinsip etika, yang telah digariskan dalam Islam, antara lain: jujur dalam takaran (*quantity*), menjual barang yang baik mutunya (*quality*), dilarang menggunakan sumpah (*al-qasm*), longgar dan bermurah hati (*tatsamuh dan taraahum*), membangun

---

<sup>20</sup> Hadis, *Tirmidzi dan Ibnu Majjah*, dikutip dalam Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah Kaya di Dunia Terhormat di Akhirat* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 199.

<sup>21</sup> Hadis, *Bukhari*, dikutip dalam Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah Kaya di Dunia Terhormat di Akhirat* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 199.

<sup>22</sup> Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah Kaya di Dunia Terhormat di Akhirat*, 197-199.

hubungan baik (*interrelationship/silat ar-rahim*), menetapkan harga dengan transparan.<sup>23</sup>

a. Jujur dalam takaran (*quantity*)

Masalah kejujuran tidak hanya merupakan kunci sukses seorang pelaku bisnis menurut Islam. Tetapi etika bisnis modern juga sangat menekankan pada prinsip kejujuran. Dalam bisnis untuk membangun kerangka kepercayaan itu seorang pedagang harus mampu berbuat jujur atau adil, baik terhadap dirinya maupun terhadap orang lain. Dengan sikap jujur itu kepercayaan pembeli kepada penjual akan tercipta dengan sendirinya. Tujuan awal dibangunnya Toko Al-Madina yaitu sebagai syiar agama dan untuk prospek agar wanita muslimah senang berjilbab selain itu para konsumen dapat dengan mudah mendapatkan perlengkapan untuk ibadah. Dalam prinsip kejujuran yang diterapkan di Toko Al-Madina adalah melalui penjualan produknya, harga produk yang dijual berdasarkan kualitas produknya, jadi setiap jenis produk berbeda-beda harganya tergantung kualitas barangnya, serta pemberian harga produknya mengambil keuntungan kurang lebih 10% dari setiap barang. Toko Al-Madina tidak menyembunyikan cacatnya barang dagangannya, jika ada barang cacat maka barang tersebut tidak akan dijual dan pembeli akan diganti dengan barang yang lain. Selain itu karyawan juga dituntut untuk berperilaku jujur dalam pekerjaannya serta mempertanggung jawabkan setiap pekerjaannya.<sup>24</sup>

b. Menjual barang yang baik mutunya (*quality*)

Salah satu cacat etis dalam perdagangan adalah tidak transparan dalam hal mutu, yang berarti

---

<sup>23</sup> Muhammad Djakfar, *Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, 34.

<sup>24</sup> Dodik Wuri Ahmadi, wawancara dan observasi oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 13, transkrip.

mengabaikan tanggung jawab moral dalam dunia bisnis. Padahal tanggung jawab yang diharapkan adalah tanggung jawab yang berkeimbangan (*balance*) antara memperoleh keuntungan (*profit*) dan memenuhi norma-norma dasar masyarakat baik berupa hukum, maupun etika atau adat. Menyembunyikan mutu sama halnya dengan berbuat curang dan bohong. Bukankah kebohongan itu akan menyebabkan ketidaktentraman, sebaliknya kejujuran akan melahirkan ketenangan. Toko Al-Madina sangat memperhatikan kualitas produk-produknya jika ada produk yang terlihat cacat maka produk tersebut tidak akan dijual. Selain itu juga produk yang dijual semuanya memiliki merek agar terjamin kualitasnya. Barang/produk yang dijual diambil langsung dari Kota Cirebon Jawa Barat sedangkan untuk perlengkapan haji/umroh diambil dari Kota Kudus.<sup>25</sup>

c. Dilarang menggunakan sumpah (*al-qasm*)

Seringkali ditemukan dalam kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan para pedagang kelas bawah apa yang dikenal dengan *obral sumpah*. Mereka terlalu mudah menggunakan sumpah dengan maksud untuk meyakinkan pembeli bahwa barang dagangannya benar-benar berkualitas dengan harapan agar orang terdorong untuk membelinya. Dalam Islam perbuatan semacam itu tidak dibenarkan karena juga akan menghilangkan keberkahan. Di Toko Al-madina tidak menggunakan sumpah dalam perdagangannya, jika barang yang dijual berkualitas jelek maupun bagus maka pemilik

---

<sup>25</sup> Dodik Wuri Ahmadi, wawancara dan observasi oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 13, transkrip.

toko memberitahukan dengan jujur agar pembeli tidak merasa kecewa nantinya.<sup>26</sup>

d. Longgar dan bermurah hati (*tatsamuh* dan *taraahum*)

Dalam transaksi terjadi kontak antara penjual dan pembeli. Dalam hal ini seorang penjual diharapkan bersikap ramah dan bermurah hati kepada setiap pembeli. Dengan sikap ini seorang penjual akan mendapat berkah dalam penjualan dan akan diminati oleh pembeli. Kunci suksesnya adalah satu yaitu servis kepada orang lain. Dalam melayani pembeli semua karyawan di Toko Al-Madina selalu bersikap ramah, sopan, sabar, murah senyum serta melayani pembeli dengan sepenuh hati dan tidak membedakan sesama pembeli agar mereka merasa puas dan nyaman saat berbelanja. Dalam event tertentu Toko Al-Madina juga memberikan diskon seperti pada Rulan Ramadhan menjelang lebaran dan pada setiap harinya jika pembelian minimal 3 kerudung akan mendapatkan potongan harga.<sup>27</sup>

e. Membangun hubungan baik (*interrelationship/silat ar-rahim*)

Islam menekankan hubungan konstruktif dengan siapa pun, inklud antarsesama pelaku dalam bisnis. Islam tidak menghendaki dominasi pelaku yang satu diatas yang lain, baik dalam bentuk monopoli, oligopoli maupun bentuk-bentuk lain yang tidak mencerminkan rasa keadilan atau pemerataan pendapatan. Toko Al-Madina dapat menjalin hubungan baik dengan para pembeli, pelanggan maupun dengan para pesaing bisnis lain. Dengan menerapkan kepada karyawan sikap ramah, sopan

---

<sup>26</sup> Dodik Wuri Ahmadi, wawancara dan observasi oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 13, transkrip.

<sup>27</sup> Dodik Wuri Ahmadi, wawancara dan observasi oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 13, transkrip.

dan tidak membeda-bedakan terhadap pembeli serta dapat menjalin hubungan kekeluargaan dengan sesama karyawan lain.<sup>28</sup>

f. Menetapkan harga dengan transparan

Harga yang tidak transparan bisa mengandung penipuan. Untuk itu menetapkan harga dengan terbuka dan wajar sangat dihormati dalam Islam agar tidak terjerumus dalam riba. Kendati dalam dunia bisnis kita tetap ingin memperoleh prestasi (keuntungan), namun hak pembeli harus tetap dihormati. Dalam arti penjual harus bersikap toleran terhadap kepentingan pembeli, terlepas apakah ia sebagai konsumen tetap maupun bebas. Setiap harga yang ditetapkan di Toko Al-madina berdasarkan pada kualitas masing-masing produk, pemilik toko mengambil keuntungan kurang lebih 10% dari setiap produknya, harga barang di pajang pada setiap produk jadi pembeli bisa mengetahui langsung harganya dan mereka tinggal memilih barang sesuai keinginannya. Semua barang yang dijual dengan harga grosir, walaupun pembelian barang secara eceran tetapi harga barang tetap harga grosir.<sup>29</sup>

## 2. Analisis Faktor Pendukung Dan Penghambat Dalam Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pelaku Usaha Kecil

### a. Faktor Pendukung

Faktor pendukung adalah sebuah faktor yang mendorong sesuatu pekerjaan agar berjalan lancar dan stabil, hal-hal yang memengaruhi sesuatu menjadi berkembang, memajukan, menambah dan menjadi lebih dari sebelumnya.

---

<sup>28</sup> Dodik Wuri Ahmadi, wawancara dan observasi oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 13, transkrip.

<sup>29</sup> Dodik Wuri Ahmadi, wawancara dan observasi oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 13, transkrip.

Faktor pendukung dalam implementasi etika bisnis Islam di Toko Al-Madina sendiri berasal dari faktor internal maupun faktor eksternal. Terlebih adalah berasal dari faktor internal yaitu berasal dari dalam Toko Al-Madina sendiri.<sup>30</sup>

Untuk menjadikan pemasaran agar terarah dan lancar maka terlebih dahulu harus mengetahui sebuah strategi pemasaran yaitu 4p (*product, place, price, promotion*). Berikut adalah hasil wawancara dengan pemilik toko Al-madina, yaitu :

1) *Product* (produk)

Produk yang dijual di toko al-madina ini sangat bermacam khususnya adalah jilbab/kerudung dan perlengkapan untuk ibadah lainnya. Karena tujuan utama bisnis di toko al-madina adalah untuk syi'ar agama dan prospek agar para muslimah senang berjilbab, maka di toko al-madina banyak menjual produk yang syar'i. Produk yang dijual di toko al-madina antara lain jilbab, mukena, sajadah, sarung, gamis, accesoris, perlengkapan haji/umroh dan juga perlengkapan lamaran pernikahan.<sup>31</sup>

2) *Place* (tempat)

Tempat pemasaran berada di Desa Jatimulyo Kecamatan Wedarijaksa, tepatnya terletak di Jalan Raya Wedarijaksa-Jetak Km. 2, Desa Jatimulyo Kecamatan Wedarijaksa Kabupaten Pati, Kode pos. (59152). Pemilihan pada lokasi tersebut tentu saja sangat stategis, karena lokasi tersebut juga berada pada tepi jalan yang ramai,

---

<sup>30</sup> Dodik Wuri Ahmadi, wawancara dan observasi oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 14, transkrip.

<sup>31</sup> Dodik Wuri Ahmadi, wawancara dan observasi oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 13, transkrip.

sehingga sangat mendukung terhadap pemasarannya.<sup>32</sup>

### 3) *Price* (harga)

Produk yang ada di Toko Al-Madina dijual dengan harga grosir. Meskipun pembelian produk eceran tetapi harganya tetap harga grosir. Pemilik toko tidak mengambil banyak keuntungan dari penjualannya, yang penting barakah. Harga yang ditetapkan sudah transparan, dan sudah di terapkan di barang-barang yang dipajang ditoko, agar konsumen dapat mudah dan memilih sendiri harga yang dibutuhkan. Dan dalam *event* tertentu toko juga memberikan diskon, dan untuk diskon yang setiap hari setiap pembelian 3 jilbab akan mendapat potongan harga sendiri.

### 4) *Promotion* (promosi)

Promosi ini dilakukan dari mulut ke mulut. Misalkan ada konsumen yang telah berbelanja ditoko al-madina mengabarkan kepada para tetangga, saudara maupun teman-temannya. Karena produk di Toko Al-Madina tergolong sangat murah dan produk yang dijual pun sangat bermacam dan tersedia bermacam-macam merek dan model.<sup>33</sup>

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dalam rangka memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Adapun jasa adalah kegiatan atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain,

---

<sup>32</sup> Dodik Wuri Ahmadi, wawancara dan observasi oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 2, transkrip.

<sup>33</sup> Dodik Wuri Ahmadi, wawancara dan observasi oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 6, transkrip.

yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan tertentu.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebuah produk dapat dipandang mengandung pemuas kebutuhan dalam jumlah tertentu. Selain itu, produk juga dapat dilihat sebagai sekumpulan manfaat yang dicari konsumen. Produk tidak hanya meliputi atribut fisik, tetapi juga jasa yang mencakup sifat-sifat non fisik, seperti harga, merek, warna, pelayanan dan lain-lain.

Kemudian jika kita menjual barang/produk itu dengan harga yang tidak terlalu tinggi dengan niat dapat membantu mensejahterakan kehidupan masyarakat. Dengan harga murah, masyarakat dapat menggunakan uangnya lebih efisien dan dapat memenuhi kebutuhannya yang lain. Dalam kehidupan ini kita diperintah agar berhemat, tapi jangan kikir. Salah satu cara berhemat ialah mencari barang dengan harga murah sesuai dengan kemampuan seseorang. Murah bagi seseorang yang miskin tidak sama dengan murah bagi seseorang yang banyak uang.

Jika seorang pedagang menjual barang dengan harga murah, tentu tidak merugi, maka keuntungannya akan berlipat ganda, jika kamu pikir. Karena harga murah akan selalu menarik perhatian pembeli. Pembeli ini akan menginformasikannya kepada sahabat dan familinya, bahwa jika membeli barang ini, sebaiknya beli di toko X karena disana harganya murah. Akhirnya toko ini makin ramai dikunjungi, barang cepat laku, dan segera beli persediaan baru. Makin lama toko ini terkenal, dan selalu mendapat rizki dari Allah SWT dengan banyaknya pembeli. Dengan demikian terjadilah apa yang dinamakan *patronage buying motive* yaitu suatu motif membeli yang berpola pada hati konsumen, yang selalu ingin berbelanja di toko tertentu saja. Pola berbelanja ke toko tertentu itu, mungkin saja terjadi karena alasan:

- 1) Harga ditoko tersebut cukup murah
- 2) Persediaan barangnya komplit
- 3) Barang selalu baru, fresh, model baru
- 4) Layanan cukup ramah dan dapat dipercaya
- 5) Suasana dalam toko cukup menarik
- 6) Mudah dicapai oleh kendaraan dalam perjalanan pulang pergi
- 7) Tersedia tempat parkir yang aman
- 8) Ada ikatan batin dengan pemilik toko dan sebagainya.

Keuntungan lain akan selalu datang dari Allah SWT yang tidak dapat dibayangkan atau diduga sebelumnya, seperti masuknya pelanggan baru, dapat order atau pesanan tiba-tiba, dan sebagainya. Semua ini sudah diterapkan di Toko Al-Madina sebagai faktor-faktor pendukung dalam penerapan etika bisnis Islam.<sup>34</sup>

#### **b. Faktor Penghambat**

Faktor penghambat adalah faktor yang menghalangi atau menjadi penghambat suatu pekerjaan hingga menjadi tidak lancar atau stabil/tidak berjalan normal, hal-hal yang berpengaruh sedikit/ bahkan menghentikan sesuatu menjadi lebih dari sebelumnya.

##### 1) Pesaing bisnis

Dalam dunia bisnis seorang pebisnis (wirausaha) nampaknya tidak dapat terpisahkan dari aktivitas persaingan. Dengan kata lain, aktivitas bersaing dalam bisnis antara pebisnis satu dengan yang lainnya tidak dapat dihindarkan. Sebagai seorang pebisnis muslim, kita harus memahami kalau dalam ajaran islam dianjurkan agar para utamanya untuk melakukan perlombaan dalam mencari kebaikan di segala hal, termasuk

---

<sup>34</sup> Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah*, 134.

diantaranya dalam hal bisnis. Faktor penghambat penerapan etika bisnis Islam di toko Al-Madina salah satunya adalah banyaknya pesaing bisnis yang menjual produknya yang tidak bernilai islami.

## 2) Perilaku konsumen

Untuk dapat mengantisipasi dan mereaksi kebutuhan konsumen kita harus memahami tentang perilaku konsumen. Analisis tentang berbagai faktor yang berdampak pada perilaku konsumen, seperti apa yang dibutuhkan, apa seleranya dan bagaimana konsumen mengambil keputusan. Perilaku konsumen adalah proses pengambilan keputusan dan aktivitas individu secara fisik yang melibatkan dalam mengevaluasi, memperoleh, dan menggunakan atau dapat mempergunakan barang-barang dan jasa.<sup>35</sup> Sebagai faktor yang menghambat penerapan etika bisnis Islam di Toko Al-Madina adalah adanya beberapa konsumen yang hendak berperilaku curang saat berbelanja.

### 3. Analisis Dampak Dari Implementasi Etika Bisnis Islam Di Toko Al-Madina Terhadap Konsumen

Dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor: 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen didefinisikan sebagai “Setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga orang lain, maupun makhluk yang lain dan tidak untuk diperdagangkan”.<sup>36</sup> Tampaknya definisi ini

---

<sup>35</sup> Bilson Simamora, *Riset Perilaku Konsumen* (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2002), 1.

<sup>36</sup> Undang-undang RI, “8 Tahun 1999, Perlindungan Konsumen”

mengandung kelemahan karena banyak hal yang tidak tercakup sebagai konsumen, padahal seharusnya ia juga dilindungi, seperti badan hukum, badan usaha, barang yang tidak ditawarkan dalam masyarakat dan adanya batasan-batasan yang samar.

Pendapat lain merumuskan, bahwa konsumen adalah setiap individu atau kelompok yang menjadi pembeli atau pemakai akhir dari kepemilikan khusus, produk, atau pelayanan dan kegiatan, tanpa memperhatikan apakah ia berasal dari pedagang, pemasok, produsen pribadi atau publik, atau apakah ia berbuat sendiri ataukah secara kolektif.

Konsumen adalah setiap orang atau badan pengguna produk, baik berupa barang maupun jasa dengan berpegang teguh pada ketentuan-ketentuan yang berlaku. Bagi konsumen muslim dalam mengonsumsi sebuah produk bagaimanapun harus yang halal dan baik. Oleh karena itu, disinilah arti pentingnya produsen melindungi kepentingan konsumen sesuai dengan nilai etis yang bersumber dari ajaran keyakinan yang mereka anut tanpa mengabaikan aturan perundangan yang berlaku.

Selanjutnya hak untuk memilih barang yang dalam Islam dikenal dengan istilah khiyar, di sini dimaksudkan agar konsumen diberi kebebasan mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan selera (keinginannya). Selain itu, ia juga perlu mendapat kualitas barang sesuai dengan harga yang ditetapkan dan disepakati. Perlu dihindari adanya penipuan oleh pelaku bisnis terhadap konsumen karena bisa jadi barang yang telah diperoleh tidak sesuai dengan harga yang dibayar. Semua itu sangat tergantung kepada keadilan, kejujuran dan keterbukaan para pelaku bisnis (produsen).<sup>37</sup>

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

---

<sup>37</sup> Muhammad Djakfar, *Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan pesan Moral Ajaran Bumi*, 141-145.

Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Pelanggan dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan yang umum. Kalau kinerja dibawah harapan, pelanggan kecewa. Kalau kinerja sesuai harapan, pelanggan puas. Kalau kinerja melebihi harapan, pelanggan sangat puas, senang atau gembira.

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap pelaku bisnis. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup suatu usaha, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan bisnis.<sup>38</sup>

Faktor utama dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan, yaitu :<sup>39</sup>

a. Kualitas produk

Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Toko Al-Madina memberikan kualitas produk yang bermacam berdasarkan merek produk yang dijual. Produk yang dijual di Toko Al-madina sebagian besar memiliki kualitas yang bagus, sehingga konsumen tidak perlu ragu untuk berbelanja disini.

---

<sup>38</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia* (Jakarta: Salemba Empat, 2000), 52.

<sup>39</sup> Dodik Wuri Ahmadi, wawancara dan observasi oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 14, transkrip.

b. Kualitas pelayanan

Terutama untuk industri jasa. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan. Kualitas pelayanan yang diberikan di Toko Al-madina sudah sangat bagus. Karyawan yang melayani konsumen dengan sepenuh hati, sabar, ramah, tidak membedakan dan murah senyum.

c. Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.

d. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya. Harga yang dijual di Toko Al-madina relatif murah karena produk dijual dengan harga grosir, meskipun pembelian barang eceran tetapi harga tetap harga grosir.

e. Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu. Di Toko Al-madina tidak dikenakan biaya tambahan misalnya seperti tempat parkir kendaraan yang tidak dipungut biaya/gratis.<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup> Dodik Wuri Ahmadi, wawancara dan observasi oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 16, transkrip.

Berdasarkan hasil observasi penulis maka Toko Al-madina sudah dapat memuaskan pelanggan melalui kualitas produk, kualitas pelayanan, harga produknya dan lain sebagainya.

Berdasarkan dampak dari penerapan implementasi etika bisnis Islam di Toko Al-Madina terhadap konsumen adalah:

a. Jujur dalam takaran (*quantity*)

Dalam prinsip kejujuran yang diterapkan di Toko Al-Madina adalah melalui penjualan produknya, harga produk yang dijual berdasarkan kualitas produknya, jadi setiap jenis produk berbeda-beda harganya tergantung kualitas barangnya, serta pemberian harga produknya mengambil keuntungan kurang lebih 10% dari setiap barang. Toko Al-Madina tidak menyembunyikan cacatnya barang dagangannya, jika ada barang cacat maka barang tersebut tidak akan dijual dan pembeli akan diganti dengan barang yang lain. Selain itu karyawan juga dituntut untuk berperilaku jujur dalam pekerjaannya serta mempertanggung jawabkan setiap pekerjaannya.<sup>41</sup>

Dampak dari sikap jujur ini adalah terciptanya kepercayaan para konsumen sehingga selain itu juga dapat menarik konsumen menjadi pelanggan tetap di Toko Al-Madina.

b. Menjual barang yang baik mutunya (*quality*)

Toko Al-Madina sangat memperhatikan kualitas produk-produknya jika ada produk yang terlihat cacat maka produk tersebut tidak akan dijual. Selain itu juga produk yang dijual semuanya memiliki merek agar terjamin

---

<sup>41</sup> Dodik Wuri Ahmadi, wawancara dan observasi oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 13, transkrip.

kualitasnya. Barang/produk yang dijual diambil langsung dari Kota Cirebon Jawa Barat sedangkan untuk perlengkapan haji/umroh diambil dari Kota Kudus.<sup>42</sup>

Dampak dari penerapan ini adalah kepuasan para konsumen membeli barang di Toko Al-Madina.

c. Dilarang menggunakan sumpah (*al-qasm*)

Di Toko Al-madina tidak menggunakan sumpah dalam perdagangannya, jika barang yang dijual berkualitas jelek maupun bagus maka pemilik toko memberitahukan dengan jujur agar pembeli tidak merasa kecewa nantinya.<sup>43</sup>

Dampak dari penerapan ini adalah bertambahnya kepercayaan pelanggan Toko Al-Madina.

d. Longgar dan bermurah hati (*tatsamuh* dan *taraahum*)

Dalam melayani pembeli semua karyawan di Toko Al-Madina selalu bersikap ramah, sopan, sabar, murah senyum serta melayani pembeli dengan sepenuh hati dan tidak membedakan sesama pembeli agar mereka merasa puas dan nyaman saat berbelanja. Dalam event tertentu Toko Al-Madina juga memberikan diskon seperti pada Bulan Ramadhan menjelang lebaran dan pada setiap harinya jika pembelian minimal 3 kerudung akan mendapatkan potongan harga.<sup>44</sup>

---

<sup>42</sup> Dodik Wuri Ahmadi, wawancara dan observasi oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 13, transkrip.

<sup>43</sup> Dodik Wuri Ahmadi, wawancara dan observasi oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 13, transkrip.

<sup>44</sup> Feby, wawancara dan observasi oleh penulis, 11 Desember, 2018, wawancara 11, transkrip.

Dampak dari penerapan ini adalah bertambahnya konsumen dan pengunjung di Toko Al-Madina yang dulunya pembelian hanya sekitar 10-20 per hari sekarang sudah mencapai 100-200 pembelian per hari. Karena pelanggan merasa puas saat berbelanja di Toko Al-Madina.

- e. Membangun hubungan baik (*interrelationship/silat ar-rahim*)

Toko Al-Madina dapat menjalin hubungan baik dengan para pembeli, pelanggan maupun dengan para pesaing bisnis lain. Dengan menerapkan kepada karyawan sikap ramah, sopan dan tidak membeda-bedakan terhadap pembeli serta dapat menjalin hubungan kekeluargaan dengan sesama karyawan lain.<sup>45</sup>

Dalam penerapan ini berdampak pada karyawan yang dapat membangun hubungan kekeluargaan dengan sesama karyawan lain. Selain itu hubungan baik juga tercipta pada karyawan dan konsumen juga pelanggan.

- f. Menetapkan harga dengan transparan

Setiap harga yang ditetapkan di Toko Al-madina berdasarkan pada kualitas masing-masing produk, pemilik toko mengambil keuntungan kurang lebih 10% dari setiap produknya, harga barang di pajang pada setiap produk jadi pembeli bisa mengetahui langsung harganya dan mereka tinggal memilih barang sesuai keinginannya. Semua barang yang dijual dengan harga grosir, walaupun pembelian barang

---

<sup>45</sup> Dodik Wuri Ahmadi, wawancara dan observasi oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 13, transkrip.

secara eceran tetapi harga barang tetap harga grosir.<sup>46</sup>

Dampak dari penerapan ini adalah konsumen dapat dengan mudah dan leluasa dalam mencari produk yang dibutuhkan. Selain itu konsumen dapat merasa puas terhadap produk yang dipilih dan sesuai dengan harga yang diinginkan.

Dari pemaparan diatas maka dapat disimpulkan bahwasanya dalam implementasi etika bisnis Islam yang sudah dijalankan oleh Toko Al-Madina dapat memberikan dampak yang sangat baik terhadap para konsumen, selain itu konsumen juga memiliki kepuasan tersendiri karena beberapa pelayanan yang sudah diberikan oleh Toko Al-madina.

---

<sup>46</sup> Dodik Wuri Ahmadi, wawancara dan observasi oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 13, transkrip.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pelaku Usaha Kecil (Studi Kasus Pada Toko Al-madina Wedarijaksa Pati) dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Implementasi etika bisnis Islam yang diterapkan pada Toko Al-madina sudah cukup baik. Hal ini dapat dibuktikan dalam tujuan dan visi misi di Toko Al-madina sendiri, bahwa bisnis yang telah dijalani selama ini bertujuan “Menjadikan bisnisnya sebagai syiar agama dan prospek agar wanita muslimah dapat berhijrah dengan memulai menutup aurat dengan berjilbab”. Toko Al-madina memiliki prinsip bisnis yang jujur, yang diterapkan dalam bisnisnya, manajemen dan juga kepada para karyawannya. Selain itu karyawan Toko Al-madina dapat memberikan pelayanan yang maksimal kepada para konsumen dengan bersikap ramah, sabar, melayani dengan sepenuh hati agar konsumen puas dan senang berbelanja di Toko Al-madina. Produk yang dijual di Toko al-madina bernilai syariah dan juga memiliki kualitas yang cukup baik dengan harga transparan, tidak menjual barang yang cacat dan produk juga bisa dikatakan murah dan bisa memenuhi kebutuhan konsumen khususnya adalah produk untuk perlengkapan ibadah.
2. Selama ini bisnis yang telah dijalani oleh Toko Al-madina belum menemukan adanya faktor penghambat dari segi internnya, jika dalam segi ekstern adalah banyaknya pesaing bisnis yang juga beroperasi di wilayah Wedarijaksa yang menjual produk tidak bernilai syari’ah dan juga kecurangan yang dilakukan ke konsumen saat berbelanja. Toko Al-madina memiliki banyak faktor pendukung diantaranya adalah: Toko Al-madina letaknya sangat strategis, selain itu juga dekat dengan madrasah-madrasah jadi banyak anak sekolah

yang membeli kerudung di sini; masyarakat sekitar mayoritas beragama Islam dan kondisi perekonomiannya adalah menengah kebawah jadi harga produk yang dijual di toko Al-madina dapat terjangkau oleh masyarakat; produk yang dijual banyak dan bermacam model dan harganya pun relatif murah jadi banyak pelanggan yang tertarik untuk berbelanja di toko Al-madina konsumen juga dapat mudah membeli perlengkapan ibadah; karyawannya yang jujur, ramah, pelayanan yang memuaskan dan sepenuh hati dapat mempengaruhi pembeli sehingga senang belanja disini, serta karyawan dapat memuaskan pelanggan.

3. Dampak dari penerapan etika bisnis Islam di Toko Al-madina ini juga cukup bagus. Hal ini dapat dibuktikan dengan bertambah banyaknya pelanggan di toko ini. Banyak konsumen yang merasa puas setelah berbelanja disini karena pelayanan yang telah diberikan oleh para karyawannya. Selain itu banyak produk syar'i yang dijual dan dapat mempengaruhi konsumen untuk berbusana syar'i dan Islami khususnya para muslimah.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian ini penulis dapat memberikan saran-saran kepada Toko Al-madina untuk bahan evaluasi, antara lain:

1. Menyediakan lebih banyak lagi barang-barang yang dibutuhkan oleh para konsumen atau mengembangkan produk yang sekarang jilbab dan perlengkapan ibadah tapi bisa ditambah lagi perlengkapan-perlengkapan yang lainnya yang dibutuhkan konsumen seperti perlengkapan rumah tangga dan barang-barang yang dibutuhkan sehari-hari.
2. Mempertahankan tujuan bisnis yang sudah dijalankan dan juga pelayanan yang sudah sangat baik.
3. Untuk para pelaku bisnis/calon pelaku bisnis, hendaknya jika ingin melakukan suatu bisnis, perhatikan aturan yang ada, bukan hanya aturan dari manusia tapi juga aturan dari

Allah. Karena bisnis bukan hanya mengejar keuntungan dunia semata tapi juga mengejar ridho Allah SWT.

4. Mengembangkan lagi bisnisnya dengan membuka cabang toko tidak hanya di Desa Wedarijaksa saja.
5. Perlu melakukan pemasaran tidak hanya di toko saja, tapi kalau bisa juga melakukan pemasaran di media-media sosial (*online*) karena untuk mengikuti perkembangan zaman.
6. Menyediakan keperluan bayi juga, karena sebagian besar produk disediakan untuk anak-anak sampai dewasa.

### C. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini, meliputi:

1. Cakupan penelitian ini masih terbatas, hanya tentang peran pelaku usaha kecil saja.
2. Adanya keterbatasan waktu, biaya, tenaga, dan sumber referensi sehingga membuat penelitian ini kurang maksimal.
3. Keterbatasan pengetahuan peneliti, literatur, dan pencarian data dalam membuat skripsi ini mungkin ada kekurangan, sehingga diharapkan untuk peneliti selanjutnya mampu melengkapi kekurangan dan menyempurnakannya dengan baik.

### D. Penutup

Alhamdulillah penulis panjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah serta inayah-Nya dari pengerjaan skripsi hingga saat ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul “Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pelaku Usaha Kecil (Studi Kasus Pada Toko Al-madina Wedarijaksa Pati).”

Harapan penulis semoga penelitian skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi diri pribadi dan pembaca pada umumnya, khususnya bagi Toko Al-madina Wedarijaksa Pati yang mana senantiasa membantu dalam mengevaluasi dan menyelesaikan permasalahan dalam hal topik tentang

implementasi etika bisnis Islam. Penulis membutuhkan kritik, saran, serta masukan, dan solusi yang membangun untuk penyempurnaan skripsi ini yang bersifat konstruktif serta masuk akal. Sebagai penutup, penulis mohon maaf atas segala kekurangan dan kesalahan dalam penulisan skripsi ini.

Akhir kata penulis ucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga senantiasa mendapat balasan kebaikan dari Allah SWT, *Dzat Azza Wajalla...Aamiin Ya Robbal 'Alamin. Wallahul muafiq illa aqwamittoriq wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.*

