

BAB II KERANGKA TEORI

A. Kajian Pustaka

1. Pengertian Etika

Definisi etika asalnya berbahasa Yunani yakni “*ethos*” artinya “adat istiadat”. Dalam KBBI etika memiliki pengertian keilmuan mengenai berbagai asas adab akhlak ataupun moralitas. Sementara etika dengan dilandaskan pada filsafat bisa dikatakan menjadi keilmuan yang melakukan penyelidikan terhadap kebaikan ataupun keburukan disertai perhatian kepada amalan yang dilakukan seseorang dan telah diketahui oleh logika dan nalar manusia. Etika sebagai tingkah laku yang diatur oleh tradisi kemanusiaan dalam bermasyarakat terhadap sesama serta penegasan antara kebenaran maupun yang mengandung keburukan. Etika pada pengembangannya sangat memberikan pengaruh kepada kehidupan individu. Etika memberikan seseorang suatu otorisasi metode dalam menghadapi kehidupan yang disertai serangkaian perbuatan dalam kesehariannya. Pada bagian ini artinya etika memberikan bantuan terhadap individu dalam pengambilan tindakan serta perilaku agar dapat sesuai dengan dinamika kehidupan dijalani.¹

Etika berujung memberikan bantuan terhadap individu dalam pengambilan keputusan mengenai perbuatan yang harus dilakukan serta dapat dipahami jika etika tersebut bisa dilakukan penerapan pada berbagai bidang maupun aspek dalam hidup kemanusiaan. Etika memiliki arti karakteristik, perwatakan didasari pada norma susila ataupun tradisi. Sebuah objek pada etika yang memiliki kaitan terhadap suatu prinsip yang dipegang seseorang maupun secara berkelompok dalam memberikan penilaian jika perbuatan-perbuatan yang sudah dilakukan tersebut mengandung kesalahan maupun kebenaran, keburukan dan kebaikan. etika merupakan keilmuan yang memberi penjelasan terhadap definisi kebaikan maupun keburukan, memberikan penerangan terhadap hal-hal yang sebaiknya dilaksanakan oleh seseorang, sebagai pernyataan hal-hal yang dituju dan menjadi capaian oleh setiap orang ketika

¹ Irham Fahmi, *Etika Bisnis Teori, Kasus, dan Solusi*, (Bandung : Alfabeta, 2017), 2.

mengambil suatu tindakan, serta sebagai penunjuk arah dalam mengerjakan hal-hal yang sebaiknya dilakukan oleh seseorang.²

Sebagaimana yang telah dijelaskan bahwa etika secara mendasar merupakan standarisasi ataupun moralitas yang mencakup kebenaran atau kesalahan, kebaikan atau keburukan. Pada rangka konseptual etika bisnis adanya peraturan-peraturan berkaitan pada moralitas yang diterapkan agar dipatuhi dengan tujuan kelancaran menjalankan sebuah usaha dengan sebaik-baiknya yang disesuaikan pada harapan bersama. Usaha yang memiliki etika dapat menjadi karakteristik seseorang usahawan yang senantiasa mengutamakan berbagai nilai moralitas serta spiritualitas dalam berbisnis. Pada kondisi darurat sekalipun masih mempunyai kemampuan untuk berdikari, kemampuan mengeluarkan diri dari hal-hal yang menyulitkan, kemampuan mengentaskan kemiskinan walaupun tidak dibantu oleh pemerintahan serta secara umum berada pada kondisi normal dapat membuat usahanya mengalami kemajuan, mendapatkan kekayaan serta keberhasilan melalui kesanggupan dan kapasitas diri yang dimiliki pebisnis. Usaha sebagai suatu metode agar melaksanakan aktivitas berbisnis dengan cakupan keseluruhan aspek yang memiliki kaitan pada perorangan, kelembagaan serta dalam bermasyarakat. Etika pada pelaku usaha berkaitan erat dengan bisnis serta pegawai yang menjadi suatu sistem pada lingkungan seperti, terhadap bisnis lainnya ataupun penduduk di lingkungan sekitar, lalu etika dalam bekerja berkaitan pada bisnis terhadap karyawan, serta etika individu memberikan aturan hubungan dari sesama pegawai. Etika dalam berbisnis ada sebuah instansi bisa melakukan pembentukan berbagai nilai, normatif, serta tingkah laku staf dan pemimpin pada pembangunan hubungan dengan keadilan dan kesehatan terhadap konsumen maupun rekan bekerja, investor, serta rakyat pada umumnya.

2. Pengertian Bisnis dan Etika Bisnis

Istilah berbisnis pada Al-Qur'an di berikan penjelasan lewat istilah tijarah yang mencakup pada 2 pemaknaan yakni perniagaan pada umumnya dari individu terhadap Allah, serta perniagaan secara khusus yang terjadinya pada antara individu yang satu dengan individu yang lainnya.

² Undang Ahmad Kamaludin dan Muhammad Alfian, *Etika Manajemen Islam*, (Bandung : Pustaka Setia, 2010), 100-101.

Berdasarkan studi dari Ar-Raghib pada *Al Mufrodad fi'il Ghorib Al-Qur'an* seperti yang dikutip dari Fitri Amalia, sejarah memiliki makna mengelola harta sebagai upaya pencarian untung. Berdasarkan studi dari Al Farabi, yang dikutip dari Ar Raghib pada *fulanun tajirun bi kaza*, artinya manusia yang ahli serta memiliki kecakapan mengenai pengetahuan arahan serta hal-hal yang dituju diusahakan pada upayanya.³ Pada studi dari Choudhary seperti yang dikutip oleh Faisal Badrun nilai etika dalam berbisnis direalisasikan pada tiap-tiap tingkah laku usaha. Karena itu nilai keislaman diperlukan sebagai rujukan terbaru pada etika dalam dunia bisnis.⁴

Dunia berbisnis yang memiliki beragam bentuk terjadinya pada hidup keseharian individu. Alarm yang membuat seseorang terbangun disertai suara adzan yang merdu, alas alat yakni sajadah, minuman dan makanan ringan, kendaraan yang membawa manusia menuju suatu tempat ke tempat yang lainnya, dan seluruh keperluan dalam berumah tangga, semua hal tersebut merupakan barang hasil dari distribusi dan ditawarkan oleh pebisnis ataupun pelaku usaha. Uang yang digunakan untuk membeli bermacam-macam barang ini mungkin saja didapatkan melalui pekerjaan yang berkaitan pada lingkup usaha juga.⁵

Etika dalam berbisnis merupakan peraturan-peraturan yang memberi penegasan sebuah usaha yang bisa dilakukan serta tidak seharusnya dilakukan, yang mana peraturan-peraturan ini memiliki sumber peraturan berupa tulisan ataupun dilisankan sebagai suatu tradisi. Serta apabila sebuah usaha melakukan pelanggaran terhadap peraturan-peraturan ini dengan demikian sanksi dapat diberikan. Di mana sanksi ini bisa berupa secara langsung ataupun tidak secara langsung.⁶ Etika dalam berbisnis memiliki cakupan ikatan dari pelaku usaha terhadap seseorang yang menginvestasikan uang pada usaha tersebut, terhadap pelanggan, karyawan, pelaku

³ Fitri Amalia, "*Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil*", Jurnal Al-Istiqhad, Vol 4:1 (Januari, 2014), 135.

⁴ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana Prenana Media Group, 2006), 80

⁵ Ismail Yusanto, Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), 15

⁶ Irham Fahmi, *Etika Bisnis Teori, Kasus, dan Solusi*, (Bandung : Alfabeta, 2017), 3.

kredit, kompetitor serta berbagai pihak yang lain. Seseorang yang melakukan penanaman modal buat akun menginvestasi memiliki keinginan pengelolaan bisa dilakukan oleh pelaku usaha dengan capaian keberhasilan agar bisa memberikan untung untuk semua pihak. Pelanggan memiliki keinginan supaya perusahaan menawarkan barang yang memiliki mutu serta bisa dipercayai dan memiliki kelayakan harga yang sesuai oleh kualitas yang ditawarkan.⁷

Etika pada individu serta etika dalam berbisnis merupakan sebuah sistem yang diintegrasikan satu sama lain, maka dari itu tak terpisahkan suatu bagian terhadap bagian yang lain serta memberi kelengkapan satu sama lain untuk mempengaruhi tingkah laku tiap-tiap perorangan maupun secara berkelompok lalu sebagai tingkah laku instansi di mana dapat berpengaruh kepada tradisi yang diberlakukan pada suatu usaha. Apabila sebuah etika dijadikan nilai serta diyakini dan diinternalisasikan pada tradisi pelaku usaha, dengan demikian hal ini dapat menjadi potensi yang mendasar keunggulan usaha dan berujung pada potensi yang dijadikan untuk menstimulus sebagai upaya meningkatkan kinerja seluruh karyawan di dalam instansi.⁸

Etika dalam berkomunikasi dengan konsumen merujuk kepada sejumlah prinsip yang dianut selesai dijadikan panduan oleh perusahaan, khususnya terkait pada aturan berkomunikasi dengan sebaik-baiknya ataupun cara berkomunikasi yang harus dihindari. Pada umumnya, etika dalam berkomunikasi yang berlaku pada suatu perusahaan berhubungan terhadap elemen-elemen yang bisa dipercaya, mengandung keadilan, menghormati konsumen, serta menimbang dampak dari tutur kata ataupun perbuatan yang sekiranya tidak etis dan terdapat sangkut paut dengan pelanggan, iklan yang menyesatkan, dan cenderung menghalalkan segala cara. Dimana segala tindakan tidak etis tersebut harus dapat dihindari.⁹

⁷ Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, (Bandung : Alfabeta, 2018), 184.

⁸ Agus Arjianto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, (Jakarta : RajaGrafindo Persada, 2012), 50.

⁹ Lili Adi Wibowo, *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*, (Bandung : Alfabeta, 2017), 63.

3. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika berbisnis secara Islam adalah sebuah bagian dari ilmu perekonomian yang seringkali terlupakan oleh manusia di zaman sekarang, padahal lewat ketika berbisnis tersebut manusia bisa mendapatkan pemahaman sebuah bisnis daya saing yang rumit, cara memiliki sikap yang baik, kesopanan, memakai pakaian yang pantas hingga kepada ucapan yang sebaiknya dituturkan, seluruh hal tersebut memiliki maknanya masing-masing bagi dunia bisnis yang dijalankan. Etika berbisnis pada Islam merupakan akhlak ketika melaksanakan usaha yang disesuaikan pada nilai keislaman, maka ketika pelaksanaan bisnis tanpa perlu merasa khawatir, dikarenakan telah meyakini jika suatu hal tersebut adalah bagian dari kebaikan serta kebenaran. Dalam menerapkan asas etika berbisnis secara Islam yang baik khususnya cerminan pada tingkah laku usaha ketika menggunakan, pencarian serta penciptaan kesempatan usaha yang senantiasa memiliki orientasi terhadap rasa puas konsumen serta layanan yang paling baik. Etika dalam berbisnis secara Islam tersebut memiliki kepentingan terhadap tiap-tiap pelaku usaha, khususnya pelaku usaha besar yang mempunyai pegawai dengan jumlah yang banyak dan belum mengenali satu sama lain.¹⁰

Dalam dunia secara khusus pada bidang bisnis menghormati serta merujuk pada berbagai nilai dalam bersaudara, maka dari itu Muslim yang melakukan bisnis tidak sekadar memiliki tujuan sebagai pencarian untung, namun bahkan sebagai penambahan ikatan bersaudara antar sesama individu yang memiliki berbagai kebudayaan, agama, tradisi, serta beragam perbedaan di dunia khususnya sesama beragama Islam. Supaya suatu saat melalui perdagangan dapat menjadi penambahan serta mengeratkan hubungan persaudaraan sesama umat Muslim ke arah yang positif.¹¹

Didasari pada etika bisnis Islam, tiap-tiap pelaku usaha pada perdagangan sebaiknya bukan hanya memiliki tujuan mendapatkan untung yang besar, namun yang terpenting yakni mendapat ridho serta berkah dari rezeki yang diberi Allah.

¹⁰ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung : Alfabeta, 2013), 35.

¹¹ Irham Fahmi, *Etika Bisnis Teori, Kasus, dan Solusi*, (Bandung : Alfabeta, 2017), 232.

Keuntungan tidak hanya satu-satunya tujuan yang wajib menjadi keutamaan dalam berbisnis. Dunia usaha turut memiliki fungsi menjadi bagian dari sosial yang wajib dilaksanakan melalui penerapan berbagai etika yang diberlakukan pada lingkup bermasyarakat. Pelaku usaha juga wajib menghindari usaha penyalahgunaan berbagai metode agar mendapatkan untung bagi dirinya sendiri, dan tidak mempedulikan apapun dampak yang dapat membawa kerugian bagi orang lainnya ataupun masyarakat secara umum. Apabila ditinjau melalui peristiwa-peristiwa yang terjadi, banyaknya didapati pebisnis yang bersifat kurang bermoral dalam bersaing. Pada bagian ini bertujuan agar menang dari persaingan yang mengarah kepada untung yang didapatkan dengan nominal besar. Pada internalnya pebisnis memiliki pandangan jika usaha merupakan usaha, oleh sebab itu kegiatan usaha merupakan sesuatu yang wajar. Dalam definisi bidang etika tanpa keterlibatan berkompetensi di dalamnya. Maka dari itu, pebisnis memiliki kebebasan untuk mendapatkan untung yang besar melalui berbagai cara, meskipun itu tidak memperdulikan dampak yang diberikan terhadap pihak lainnya.¹²

Dalam menciptakan etika bisnis, terdapat perihal yang diperlukan untuk diberikan perhatian di antaranya ialah:

- a. Mengendalikan diri sendiri.
- b. Mengembangkan pertanggungjawaban secara sosial pada setiap pelaku usaha.
- c. Pertahanan identitas diri serta tidak gampang diombang-ambingkan dengan cepatnya informasi dan teknologi yang berkembang saat ini.
- d. Penciptaan daya saing dengan sehat.
- e. Penerapan konsep mengenai pembangunan lebih lanjut.
- f. Menjauhi perilaku korupsi, kolusi, nepotisme yang bisa memberi kerusakan pada moralitas bangsa.
- g. Diharuskan memiliki kemampuan memberikan pernyataan bahwa kebenaran merupakan yang sebenar-benarnya,
- h. Pembentukan perilaku mempercayai satu sama lain pada kelompok pelaku usaha yang memiliki kekuatan serta kelompok pelaku usaha yang lemah.
- i. Konsekuensi serta konsistensi berdasarkan peraturan-peraturan yang telah menjadi kesepakatan bersama-sama.

¹² Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis*, (Jakarta : Penerbit Plus, 2012), 29-30.

- j. Menumbuhkembangkan rasa sadar serta perasaan kepemilikan pada hal-hal yang sudah menjadi kesepakatan bersama-sama.
- k. Diperlukan terdapat sejumlah etika berbisnis yang tertuang pada sebuah hukum dengan sebaik-baiknya yang menjadi aturan berbentuk undang-undang.¹³

4. Prinsip Etika Bisnis Islam

Etika berbisnis sekadar dapat memiliki peran pada sebuah kelompok moralitas, dan bukan sebagai komitmen dari perorangan, namun dicantumkan pada sebuah rangkaian sosialisasi. Etika dalam berbisnis memberikan jaminan perguliran aktivitas usaha pada waktu yang lama, bukan difokuskan dengan untuk pada waktu yang singkat. Etika dalam berbisnis dapat memberi peningkatan rasa puas para karyawan sebagai *stakeholder* yang memiliki kepentingan agar diberikan perhatian. Karena itu, etika dalam berbisnis pada umumnya berdasarkan studi dari Suwarni Amran, diharuskan memiliki dasar sejumlah prinsip antara lain ialah:

- a. Otonomi; yakni mampu dalam pengambilan keputusan serta mengambil tindakan yang didasari oleh keserasian mengenai hal-hal yang positif agar dikerjakan serta bertanggung jawab dengan moralitas dengan putusan yang dikerjakan.
- b. Kejujuran; yakni bersifat jujur sebagai kunci kesuksesan sebuah usaha, jujur pada pelaksanaan kontrol terhadap pelanggan, pada ikatan pekerjaan dan sebagainya.
- c. Keadilan; yakni berbuat dengan keadilan serta budi yang luhur, mengaku jika berbuat salah, menunjukkan berkomitmen dengan adil, kesamaan perlakuan terhadap seseorang ataupun toleransi dengan ragam hal yang berbeda, dan tidak melakukan tindakan lewat batasan ataupun pengambilan untung yang tidak seharusnya melalui kesalahan individu lainnya.
- d. Memberikan untung satu sama lain sebagai suatu usaha yang berdaya saing.
- e. Integritas moral; sebagai pondasi ketika melakukan suatu usaha, diharuskan dalam penjagaan citra pelaku usaha agar

¹³ Agus Arjianto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, (Jakarta : RajaGrafindo Persada, 2012), 7.

senantiasa dipercayai serta diberikan anggapan menjadi bisnis yang paling baik.¹⁴

Secara umum prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam harus mencakup :

a. Kesatuan

Tauhid asalnya dari istilah “*wahhada yuwahhidu tauhidan*” yang pada harfiahnya merupakan penyatuan, pengesahaan ataupun pengakuan terhadap suatu hal tersebut merupakan kesatuan. Tauhid sebagai konsep penting yang ada pada Islam ditandai oleh membaca dua kalimat syahadat seseorang yang beragama Islam dan memiliki keimanan serta berhubungan dengan hadirnya suatu konsekuensi yang bersifat menyerahkan ataupun mengislamkan oleh seseorang terhadap Allah dengan berakal, berucap, kemudian beramal.¹⁵ Kesatuan atau tauhidan tersebut bermaksud jika sumber pokok etika keislaman merupakan rasa percaya secara menyeluruh dengan kemurnian pada penyatuan serta pengesahan terhadap Allah. Secara nyata hal tersebut khususnya menampilkan dimensi pada Islam yang bersifat vertikal dengan hubungan instansi-instansi sosialisasi tanpa batas serta tidak memiliki kesempurnaan dibandingkan zat yang memiliki kesempurnaan dan tidak mempunyai batasan sama sekali. Hubungan secara vertikal tersebut sebagai wujud menyerahkan diri dari insan dengan setulus hati tidak membutuhkan persyaratan ketika berhadapan dengan Allah, melalui rasa ingin, ambisius serta perbuatan agar menaati firman-firman Allah: QS. Al-An'am ayat 162.

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ

الْعَالَمِينَ

¹⁴ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung : Alfabeta, 2013), 36-37.

¹⁵ David Rasyid, *Islam Dalam Berbagai Dimensi*, (Jakarta : Gema Insaini Press, 1998), 17.

Artinya : “Katakanlah: sesungguhnya, sembahyangku, ibadahku, hidupku, serta matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan seluruh alam.”¹⁶

Penyatuan seperti yang terefleksi pada konseptual tauhid dengan perpaduan seluruh aspek hidup seseorang yang beragama Islam mulai dari segi perekonomian, sosialisasi, politik sebagai suatu kesatuan yang sejenis, dan memberikan kepentingan terhadap konseptual konsisten secara teratur dan keseluruhan. Melalui konsep tersebut dengan demikian Islam memberi penawaran perpaduan keagamaan, perekonomian serta sosialisasi untuk terbentuknya suatu kesatuan. Didasarkan pada perspektif ini juga dengan demikian etika serta bisnis dapat dipadukan, secara tegak lurus atau pun horizontal, terbentuknya sebuah kesamaan yang memiliki kepentingan pada kesatuan yang islami.¹⁷

Dengan mengintegrasikan aspek religious agama terhadap segi perekonomian dapat menghadirkan rasa jika seseorang senantiasa diperhatikan seluruh kegiatan dalam kehidupan khususnya pada kegiatan perekonomian, maka dari itu ketika melaksanakan kegiatan perekonomian akan didasari oleh ketentuan-ketentuan Allah. Diperintahkan agar selalu menaati keperluan etika dan didorong oleh sikap tauhid terhadap Allah sebagai upaya peningkatan rasa sadar seseorang tentang insting altruistik, mulai dari suatu individu terhadap individu lainnya ataupun individu terhadap lingkungan sekitarnya, hal berikut artinya konseptual dalam tauhid dapat berpengaruh secara lebih dalam pada insan yang beragama Islam ataupun umat muslim.¹⁸

b. Keseimbangan

Pada saat berkegiatan di dunia pekerjaan serta berbisnis, Islam mewajibkan agar berlaku dengan keadilan, tanpa pengecualian pada pelaku yang kurang diminati. Definisi keadilan pada Islam mengarah pada hak-hak

¹⁶ Al-Qur'an Surah al-An'am, Ayat 162.

¹⁷ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung : Alfabeta, 2013), 45-46.

¹⁸ Rafik Isa Beekum, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar: 2004), 33.

individu lainnya, hak dari lingkungan bersosialisasi, makhluk lainnya dan terhadap Allah serta rasul yang diberlakukan menjadi panutan dari tingkah laku keadilan bagi tiap-tiap individu. Keseluruhan hari ini wajib diberikan penempatan seharusnya yang disesuaikan dengan peraturan syariat. Bukan diakomodir dari suatu hak yang bisa memberi penempatan terhadap individu dalam sesuatu yang dzolim. Dikarenakan seseorang yang memiliki keadilan melekat terhadap rasa takwa serta beriman. Konsep keseimbangan turut bisa diberikan pemahaman jika kehidupan dunia serta akhirat harus seimbang dan menjadi acuan oleh para pelaku usaha yang beragama Islam. Dengan demikian, konseptual dari equilibrium artinya menyerukan terhadap seluruh pelaku usaha yang beragama Islam dalam perealisasiannya berbagai perbuatan ketika berbisnis yang bisa memberikan penempatan diri maupun individu lainnya mencapai sejahtera di dunia serta selamat di akhirat.¹⁹

Dalam dunia perekonomian, konseptual mengenai equilibrium sebagai penentuan yang mengkonfigurasi kegiatan-kegiatan terdistribusi, pengonsumsiannya serta berproduksi dengan sebaik-baiknya, dan disertai pemahaman dengan kejelasan jika keperluan semua penduduk yang tidak beruntung pada kependudukan Islam didulukan dengan sumber daya nyata dalam penduduk tersebut. Tanpa penciptaan equilibrium serupa dengan terjadi kezholiman juga. Semisal sumber daya perekonomian yang berasal dari yang kurang mampu pada yang berkecukupan.²⁰

Islam mengharuskan umatnya agar bertingkah laku dengan keadilan serta melakukan kebaikan, lebih dari itu melakukan keadilan wajib didulukan dibandingkan kebaikan.

1) Menyempurnakan takaran

Ketika berniaga adalah syarat keadilan yang menjadi pondasi dasar supaya para pelaku usaha yang beragama Islam melakukan penyempurnaan penakaran jika terjadi penukaran serta penimbangan

¹⁹ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta : Prenada Media Group, 2006), 91.

²⁰ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis*, (Jakarta : Penerbit Plus, 2012), 24.

terhadap alat timbangan dengan sebenar-benarnya, dikarenakan hal tersebut adalah tingkah laku paling baik yang dapat membawa kedekatan terhadap takwa serta keimanan. Perbuatan penyempurnaan timbangan serta penakaran seringkali tidak diberikan perhatian. Karena dengan mengurangi serupa sebagai perampasan hak dari konsumen serta termasuk mengambil harta orang lainnya melalui cara yang buruk dan tidak diridhoi oleh Allah.

2) Seimbang dalam menetapkan harga

Berbuat adil memiliki relevansi terhadap menawarkan produk serta layanan yang bermutu disertai harga yang berbanding lurus. Menurut Al-ghazali keuntungan merupakan bonus dari kesusahan yang dirasakan, risiko dalam rindu hias serta berbagai hal yang mengancam diri bagi para pebisnis. Pola perdagangan yakni pencarian untung sebagai pemenuhan keperluan kehidupan keseharian. Akan tetapi Al Ghazali tidak menyetujui mengenai untung yang sebesar-besarnya pada artian melipatgandakan harga ketika melakukan aktivitas dagang. Untung dalam berbisnis secara Islam bukan sekadar mendapatkan untung yang berbentuk uang, namun untung yang bersifat kekekalan yaitu untung yang didapatkan di akhirat berupa pahala karena melakukan muamalah yang baik.²¹

Allah berfirman : (Al-Maidah ayat 8)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ
بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ ءَآلٍ

²¹ Veithzal Rivai, *Islamic Marketing*, (Jakarta : Pt Gramedia Pustaka Utama, 2012), 128.

تَعْدِلُوا ۚ أَعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ

إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada taqwa. Dan bertaqwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”²²

c. Kehendak bebas (*Free Will*).

Kehendak bebas adalah rangkaian dari nilai etika berbisnis secara Islam, namun kehendak bebas tersebut tanpa memberikan kerugian bagi kepentingan beberapa kelompok. Kepentingan perorangan terbuka secara luas. Tanpa ada pembatasan pendapatan untuk individu yang memberikan dorongan terhadap individu yang lainnya agar memiliki keaktifan menciptakan karya serta melakukan pekerjaan dengan memanfaatkan kemampuan ataupun keterampilan yang dimiliki. Seseorang cenderung berkelanjutan dalam pemenuhan keperluan secara pribadi tanpa batasan dengan pengendalian terhadap kewajiban tiap-tiap orang yang dalam bermasyarakat lewat berzakat, berinfak serta bersedekah.²³ Equilibrium dari keperluan secara perorangan maupun secara berkelompok tersebut sebagai dorongan yang menggerakkan roda ekonomi

²² Al-Qur'an Surat Al-Maidah, Ayat 8.

²³ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung : Alfabeta, 2013), 46.

dengan tidak membuat kerusakan pada sistem sosialisasi yang tersedia di masyarakat.²⁴

Individu disertai berbagai kelebihan yang diberikan kebebasan dalam bimbingan kehidupan menjadi seorang pemimpin. Menjadi seorang pemimpin di bumi, seseorang mempunyai kehendak bebas agar memiliki kehidupan yang mengarah terhadap hal-hal yang dituju sesuai dengan keinginan, akan tetapi kehendak bebas ini tidak berarti kehendak bebas yang bukan memiliki batasan. Dari segi usaha, seorang usahawan mempunyai kehendak bebas dari perihal antara lain ialah:

1) Bekerja

Seseorang mempunyai kehendak bebas dalam melakukan pekerjaan ataupun berbisnis sebagai fungsi pemenuhan berbagai kebutuhan dalam hidup sehari-hari. Tiap-tiap upaya tentunya memiliki risiko yang nantinya akan dirasakan. Seseorang usahawan sebaiknya bersikap sigap pada pergantian keinginan serta keperluan konsumen dan melakukan analisis terhadap peristiwa di lokasi yang tersedia agar dapat diambil keputusan tentang tahapan-tahapan yang diambil oleh pelaku usaha kedepannya. Sesudah diketahui tahapan yang akan diambil, pelaku usaha melakukan pekerjaan dengan sebaik-baiknya agar dapat diraih hal-hal yang menjadi keinginan. Secara Islam, melakukan pekerjaan adalah sesuatu yang wajib sesudah melaksanakan peribadatan.

Karenanya jika melakukan pekerjaan dilaksanakan seikhlas hati, dengan demikian pekerjaan tersebut mendapatkan nilai beribadah. Memahami perihal ini, dalam melakukan pekerjaan dilarang bertentangan pada hal-hal yang disyariatkan dalam Islam, dikarenakan secara mendasar hal-hal yang dilakukan tentunya menjadi tanggung jawab kita di akhirat dihadapan Allah. Para pelaku usaha yang beragama Islam diwajibkan beretos kerja setinggi-tingginya agar mampu menjalani kehidupan maupun

²⁴ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta : Prenada Media Group, 2006), 96.

menafkahi hidup keluarga yang menjadi bagian dari tanggung jawab yang dimilikinya.²⁵

2) Inovasi Produk

Mengetahui daya saing dalam dunia usaha yang makin kuat, sebuah usaha memiliki tuntutan agar senantiasa melakukan inovasi. Inovasi merupakan kesanggupan dalam menciptakan suatu hal yang terbaru dan bermanfaat untuk individu lainnya melalui penggunaan keterampilan serta kemampuan akal pikiran yang dimiliki.²⁶ Hadirnya barang-barang yang berinovasi diharuskan memiliki perbedaan dari barang yang telah tersedia lebih dahulu. Tentu saja disertai karakteristik sebagai pemenuhan standarisasi etika berbisnis sesuai syariat yakni meliputi kehalalan, memiliki manfaat bagi pelanggan yang menggunakannya.

Diperlukan kesadaran dari setiap umat beragama Islam jika pada kondisi apa saja, diperlukan bimbingan dari peraturan-peraturan serta langkah-langkah yang didasari dengan ketetapan-ketetapan dari Allah berdasarkan syariatNya dan sudah di beri contoh dari rasulNya. Karenanya, kehendak untuk bebas melakukan pemilihan terhadap perihal apa saja, khususnya ketika berbisnis misalnya, diharuskan memiliki makna kehendak bebas tanpa bermasalah dengan produksi terhadap ketetapan syariat yang mengutamakan pengajaran dalam beretika.²⁷

d. Tanggung jawab

Kehendak bebas dengan tidak memiliki batasan merupakan sesuatu perihal yang tidak mungkin dilaksanakan seseorang dikarenakan tanpa tuntutan terdapat tanggung jawab serta akuntabel dalam pemenuhan yang menonton pada sifat adil serta menyatu, seseorang harus memberikan tanggung jawab terhadap berbagai hal yang dilakukan. Pada logisnya prinsip tersebut berkaitan

²⁵ Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbisnis Syariah*, (Banjarmasin: Antasari Press, 2011), 29.

²⁶ Muhammad Abdul Jawwad, *Menjadi Manajer Sukses*, (Jakarta: Gema Insani, 2004), 8.

²⁷ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis*, (Jakarta: Penerbit Plus, 2012), 25-26.

kuat pada kebebasan. Di mana melakukan penetapan batas-batas tentang hal yang menjadi kebebasan dikerjakan seseorang disertai tanggung jawab pada seluruh hal yang dikerjakan tersebut.²⁸ Islam memberikan penekanan terhadap konseptual mengenai tanggung jawab ini, meskipun tidak memiliki arti mengabaikan kehendak bebas terhadap perorangan. Hal tersebut artinya jika kehendak pada pengajaran keislaman yakni rasa bebas dalam mempertanggungjawabkan tindakan yang diambil. Seseorang diharuskan memiliki keberanian agar mampu mempunyai tanggung jawab seluruh hal yang jadi pilihan bukan hanya di depan sesama manusia, lebih dari itu yang terpenting yakni ketika berhadapan di hari pertanggungjawaban di depan Allah.²⁹

Al-Quran memberikan penegasan dalam surah an-nisa ayat 85 yang bunyinya:

مَن يَشْفَعْ شَفْعَةً حَسَنَةً يَّكُنْ لَهُ نَصِيبٌ مِّنْهَا
 وَمَن يَشْفَعْ شَفْعَةً سَيِّئَةً يَّكُنْ لَهُ كِفْلٌ مِّنْهَا
 وَكَانَ اللَّهُ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ مُّقِيتًا

Artinya : “Barang siapa yang memberikan syafaat yang baik, niscaya ia akan memperoleh bagian (pahala) dari padanya, dan barang siapa memberi hasil yang buruk, niscaya ia akan memikul bagian (dosa) dari padanya. Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.”³⁰

²⁸ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung : Alfabeta, 2013), 46.

²⁹ Taha Jabir Al-Alwani, *Bisnis Islam*, (Yogyakarta : AK Group, 2005), 28.

³⁰ Al-Qur'an Surat An-Nisa Ayat 85.

Pertanggungjawaban terhadap Allah melalui pandangan etika berbisnis karena disadari manusia saat mengerjakan usaha terhadap seluruh objek yang didagangkan secara hakikatnya merupakan anugerah dari Allah. Seseorang yang menjadi bagian dari usaha yakni pengusaha hanya mengerjakan sesuatu yang didasari oleh ketetapan-ketetapan yang sudah ditentukan dari Allah. Terdapat pertanggungjawaban terhadap manusia dikarenakan manusia menjadi rekan yang wajib dihargai hak maupun kewajiban yang dimilikinya. Islam tidak memberikan toleransi terhadap seseorang yang melanggar hak serta kewajiban orang lain, maka dari itu di sini lah makna terpenting dari tanggung jawab tersebut yang wajib ditanggung oleh tiap-tiap individu.³¹

Pertanggungjawaban seseorang yang beragama Islam kesempurnaan tersebut tentunya didasari dengan menghapus kehendak bebas secara meluas, mulai dari kehendak bebas dalam pemilihan kepercayaan serta diakhiri oleh keputusan dengan penegasan yang harus diambil. Dikarenakan kehendak bebas tersebut adalah bagian dari pertanggungjawaban, dengan demikian jika yang dikatakan terbelakang tersebut makin diberikan penekanan artinya dalam waktu yang sama dikatakan pertama yang semestinya mendapatkan penekanan jauh lebih besar.³²

Islam menjadi agama yang membawa rahmat bagi seluruh alam semesta tentunya mempunyai sifat menyeluruh serta komprehensif, dengan artian jika memiliki konteks pada tingkat-tingkat ini, tanpa adanya perbedaan dari satu tingkat terhadap tingkat yang lainnya. Untuk masalah seluruh pihak, Islam mempunyai nilai beretika yang melandasi seluruh kegiatan dalam hidup manusia. Dengan demikian jika etika dihubungkan pada permasalahan dunia usaha, bisa diberikan penggambaran jika etika berbisnis secara Islam merupakan suatu norma

³¹ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2007), 18-19.

³² Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta : Kencana, 2006), 101.

yang seharusnya menjadi pedoman bagi siapa saja ketika melakukan kegiatan berbisnis³³.

- e. Kebenaran: baik serta jujur.

Sesuatu yang benar pada kontekstual ini, di samping memiliki kandungan makna benar yang menjadi lawan kata dari istilah salah, memiliki kandungan terhadap dua elemen yakni baik dan jujur. Pada kontekstual berbisnis yang benar bermaksud menjadi niatan, sifat serta tingkah laku dengan kebenaran yang terdiri atas tahapan melakukan akad ataupun berat transaksi, tahapan pencarian maupun perolehan komoditas perkembangan ataupun pada tahapan usaha mendapatkan maupun penetapan untung. Melalui prinsip benar tersebut dengan demikian etika berbisnis secara Islam menjadi penjagaan serta perlakuan preventif pada sesuatu yang memungkinkan membawa rugi terhadap suatu pihak yang bertransaksi, bekerjasama ataupun melakukan kesepakatan untuk berbisnis.³⁴

Seseorang turut memiliki kewajiban dalam pengenalan maupun pengobservasian skala keutamaan dalam Al-Quran, misalnya melakukan pemilihan kepada mendapatkan hadiah di akhirat daripada mendapatkan hadiah di dunia, dan pemilihan terhadap perbuatan yang mempertimbangkan moral dibandingkan tanpa memiliki moral, serta pemilihan terhadap kehalalan dibandingkan keharaman.³⁵

5. Etika dalam Berinteraksi

- a. Interaksi dengan konsumen

Perusahaan banyak berhubungan dengan konsumen melalui bagian marketing. Hubungan dengan konsumen ini ada yang diatur undang-undang, ada yang tidak. Bagian yang diatur oleh undang-undang akan dibimbing oleh etika. Misalnya iklan tidak boleh bersifat menipu orang, dengan menyatakan produknya berkualitas nomor satu,

³³ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2007), 20.

³⁴ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung : Alfabeta, 2013), 45-47.

³⁵ Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta : Kencana, 2006), 103.

tapi ternyata tidak. Dikatakan ada garansi, tapi tidak pernah ada layana bila terjadi pengaduan.

b. Interaksi dengan produsen lain

Dalam etika iklan, seyogyanya iklan tidak berusaha menjelekkan produk perusahaan saingan. Mungkin secara halus masih dapat dibenarkan, tapi secara jelas hendaknya dihindarkan.

c. Etika dan supplier

Seringkali adanya penekanan-penekanan yang tidak memiliki etika pada berbisnis. Seperti pelaku supplier memberikan penekanan terhadap pihak pabrik agar melakukan pemesanan produk dengan jumlah yang lebih banyak, disebabkan terdapat hal yang memungkinkan dalam mengirimkan produk bulan depan dapat mengalami keterlambatan. Ada pula pabrikan yang mengancam pihak supplier, dengan menekankan agar kualitas bahan yang dikirim juga dijaga, dan potongan harga ditambah. Jika tidak maka pesanan akan dikurangi. Dengan demikian pula pihak suppliers memberi iming-iming hadiah kepada pelayanan toko agar memesan barang lebih banyak.

d. Etika terhadap kompetitor

Kadangkala terdapat pihak yang memproduksi berlaku tidak beretika pada kompetitor melalui menyebar info hoax, jika barang dari kompetitor tidak memiliki mutu, pernah pula adanya barang dari kompetitor yang mengalami kerusakan namun masih dilakukan penjualan ke pasaran, yang kemudian menyebabkan timbulnya image buruk oleh pandangan pelanggan.

e. Etika hubungan dengan karyawan

Pada tiap pelaku usaha terhadap peraturan-peraturan serta batasan-batasan mengenai etika yang memberikan aturan pemimpin dan anggota dalam berhubungan. Pimpinan diharuskan memiliki sifat keramahan serta menghargai hak dari para pegawai, pegawai diberikan peluang untuk naik pangkat, mendapatkan hadiah dan berbagai ketika berhubungan yang lainnya.

f. Etika dalam hubungan publik

Dalam berhubungan terhadap masyarakat secara luas wajib dijaga dengan sebaik-baiknya, supaya pemeliharaan hubungan menciptakan harmonisasi. Hubungan terhadap publik tersebut memiliki kaitan untuk memelihara ekologi, serta lingkungan kehidupan sekitar.

Perihal ini terdiri atas mengkonservasikan, daur ulang serta polutan. Melestarikan alam, mendaur ulang barang barang merupakan suatu upaya yang bisa dikerjakan pelaku usaha sebagai bagian dari pencegahan polutan serta penghematan dan penggunaan terhadap SDA.³⁶

6. Pengertian Pelayanan

Dalam kamus Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan merupakan suatu hal, cara atau hasil pekerjaan melayani. Sedangkan melayani adalah menyugahi atau memberikan (orang) dengan makan, minum, menyediakan keperluan orang, mengiyakan, menerima, dan menggunakan.

Samparan mengatakan bahwa pelayanan adalah suatu kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan.³⁷

Pelayanan dapat dikategorikan dalam tiga bentuk, yakni:

a. Layanan dengan lisan

Layanan dengan lisan dilakukan oleh petugas dibidang hubungan masyarakat, bidang layanan informasi dan bidang lain yang mempunyai tugas memberikan penjelasan atau keterangan kepada siapapun yang memerlukan. Agar layanan lisan berhasil sesuai dengan harapan, ada syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh pelaku pelayanan:

- 1) Memahami benar masalah-masalah yang termasuk dalam bidang tugasnya
- 2) Mampu memberikan penjelasan dengan lancar, singkat jelas agar memuaskan bagi mereka yang ingin memperoleh kejelasan mengenai informasi tersebut
- 3) Berperilaku sopan dan ramah-tamah.

b. Layanan dengan tulisan

Layanan dengan tulisan memberikan bentuk layanan yang paling menonjol dalam pelaksanaan tugas. Tidak hanya dari segi jumlah tetapi juga dari segi peranannya. Pada dasarnya pelayanan melalui tulisan cukup efisien terutama layanan jarak jauh karena faktor biaya. Layanan

³⁶ Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2018), 187-189.

³⁷ Sinembela, *Reformasi Pelayanan Publik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), 5.

dengan tulisan dapat berupa permohonan, laporan, keluhan, penyerahan maupun pemberitahuan.

c. Layanan dengan perbuatan

Dalam layanan dengan perbuatan keahlian dan keterampilan merupakan faktor yang sangat menentukan terhadap hasil perbuatan atau pekerjaan. Dalam kehidupan sehari-hari jenis layanan ini memang tidak terhindar dari layanan lisan karena hubungan lisan paling banyak dilakukan dalam hubungan pelayanan secara umum.³⁸

Dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang ada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun kepada seseorang atau sekelompok orang.

Pelayanan sangat memegang peranan penting dalam membangun citra positif bagi sebuah peranan khususnya yang berkaitan dengan pelayanan jasa. Semakin baik pelayanan yang diberikan maka akan memberikan dampak positif bagi kemajuan perusahaan itu sendiri.

Budaya pelayanan yang harus dikembangkan dalam setiap organisasi harus meliputi dua tingkatan, yaitu:

- 1) Pelayanan yang harus diperlihatkan Kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik.
- 2) Nilai-nilai dasar yang harus dimiliki anggota
 - a) Nilai kejujuran, hal ini tidak terbatas kebenaran dalam melakukan tugas, tetapi mencakup cara terbaik dalam melakukan bisnis.
 - b) Tanggapan atau hormat, rasa hormat dibutuhkan dalam interaksi diantara *stockholder* (konsumen. Karyawan, pemasok, dan dengan mitra bisnis)
 - c) Nilai kegembiraan, ini harus dimiliki para karyawan dengan harapan akan menimbulkan pelayanan yang memuaskan
 - d) Nilai kerjasama, merupakan aktivitas yang bertujuan untuk membangun kekuatan-kekuatan atau sumber daya yang dimiliki oleh masing-masing anggota
 - e) Nilai kemauan, menunjukkan kepada kemauan dan kerelaan untuk melakukan tugas dan tanggung

³⁸ Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), 5.

jawab dalam kerangka pemikiran untuk memuaskan konsumen.

Adapun ciri-ciri pelayanan yang baik kepada konsumen adalah sebagai berikut:

- a. Tersedia sarana dan prasarana yang baik
Konsumen ingin dilayani prima, oleh karena itu untuk melayani konsumen salah satu yang paling penting diperlihatkan adalah sarana dan prasarana yang tersedia.
- b. Tersedia karyawan yang baik
Kenyamanan konsumen tergantung dari karyawan atau petugas yang melayaninya. Pelayanan yang diberikan harus ramah, sopan, dan mudah tersenyum, disamping itu petugas tanggap, pandai berbicara, menyenangkan serta pintar.
- c. Bertanggung jawab kepada konsumen sejak awal hingga akhir
Dalam menjalankan kegiatan pelayanan setiap karyawan harus mampu melayani dari awal hingga selesai.
- d. Mampu melayani secara cepat dan tepat
Dalam melayani konsumen diharapkan harus melakukan sesuai prosedur atau SOP yang ada. Layanan yang diberikan sesuai dengan jadwal dan pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan, dalam artian pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan konsumen.
- e. Mampu berkomunikasi
Setiap karyawan harus mampu berbicara kepada konsumen dan memahami keinginan konsumen, artinya petugas harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti, dan jangan menggunakan istilah yang sulit dimengerti.
- f. Berusaha memahami kebutuhan konsumen
Karyawan harus cepat tanggap dengan apa yang diinginkan konsumen, mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan konsumen.³⁹

B. Penelitian Terdahulu

Etika berbisnis secara Islam sudah memberikan dorongan pada sejumlah peneliti agar melakukan pengadaaan penelitian

³⁹ Kasmir, *Pemasaran Bank*, cet.ke-3, (Jakarta: Kencana, 2004), 184-187.

yang terkait dengan etika berbisnis secara Islam, antara lain di bawah ini yakni:

TABEL 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1.	Muhammad Fahmul Iltiham dan Danif ⁴⁰	Penerapan Konsep Etika Bisnis Islam pada Manajemen Perhotelan di PT. Syari'ah Guest House Malang	Persamaan penelitian terdahulu dengan yang akan ditulis oleh peneliti yaitu: keduanya membahas tentang etika bisnis Islam. Dan keduanya menggunakan jenis pendekatan deskriptif kualitatif.	Perbedaan penelitian terdahulu dengan yang akan ditulis oleh peneliti yaitu: pada penelitian terdahulu membahas penerapan etika bisnis Islam pada manajemen perhotelan sedangkan yang akan ditulis oleh peneliti adalah tentang penerapan etika bisnis Islam di minimarket.	PT. Syari'ah Guest House Malang merupakan hotel syari'ah yang sudah menerapkan etika bisnis Islam meskipun masih tergolong kecil dan baru.
2.	Afrida Putritama ⁴¹	Penerapan Etika Bisnis Dalam Industri	Penelitian dari Afrida Putritama dan	Perbedaan yaitu yaitu pada metode	Dalam penelitian etika bisnis di perbankan

⁴⁰ Muhammad Fahmul Iltiham dan Danif, “Penerapan Konsep Etika Bisnis Islam pada Manajemen Perhotelan di PT. Syari'ah Guest House Malang”, Jurnal MALIA, Vol 7, No 2, (2016).

⁴¹ Afrida Putritama, “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Industri Perbankan Syariah”, Jurnal Nominal, Vol 7, No 1, (2018).

		Perbankan Syariah	penelitian yang akan ditulis oleh peneliti mempunyai persamaan yaitu kedua membahas tentang etika bisnis Islam. Dan jenis pendekatannya metode kualitatif.	penelitian. Dari penelitian yang dilakukan oleh Afrida Putritama merupakan penelitian studi Pustaka .	ini belum diterapkan etika bisnis Islam dengan baik.
3.	Elida Elfi Barus dan Nuriani ⁴²	Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi pada Rumah Makan Wong Solo Medan)	Persamaan dari penelitian terdahulu oleh Elida Elfi Barus dan Nuriani dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu keduanya membahas dan menjelaskan tentang penerapan atau implementasi tentang	Dari penelitian terdahulu dan penelitian yang akan ditulis dan dilakukan oleh penulis yaitu dari studi kasusnya pada rumah makan atau dibidang kuliner, sedangkan pada penelitian ini adalah minimarket atau toko	Implementasi etika bisnis Islam pada Rumah Makan Wong Solo sudah diterapkan dengan cukup baik.

⁴²Elida Elfi Barus dan Nuraini, “*Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Pada Rumah Makan Wong Solo Medan)*”, Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam, Vol 2, No 2, (2016).

			etika bisnis Islam. Dari jenis pendekatan penelitian juga keduanya menggunakan metode kualitatif.	yang menyediakan an kebutuhan-kebutuhan masyarakat.	
4.	Siti Nur Azizaturrohmah ⁴³	Pemahaman Etika Berdagang Pada Pedagang Muslim Pasar Wonokromo Surabaya (Studi Kasus Pedagang Buah)	Persamaan dari penelitian yang akan dilakukan oleh penulias dan penelitian terdahulu oleh Siti Nur Azizaturrohmah yaitu keduanya sama-sama membahas tentang etika bisnis Islam meskipun judul penelitian etika berdagang tetapi didalamnya juga	Perbedaan dari keduanya yaitu menggunakan banyak informan dari satu kios ke kios lain (pedagang buah) sedangkan dari penelitian yang akan dilakukan peneliti mendapatkan informasi dari informan yang berada satu tempat yaitu karyawan minimarket	Secara umum para pedagang muslim di Pasar Wonokromo telah memahami etika sebagai tatakrma dan perilaku yang baik dalam berdagang .

⁴³Siti Nur Azizaturrohmah, Imron Mawardi , “*Pemahaman Etika Berdagang Pada Pedagang Muslim Pasar Wonokromo Surabaya (Studi Kasus Pedagang Buah)*”, JESTT, Vol 1, No 4, (2014).

			memuat tentang pembahasaan etika bisnis Islam. Pendekatan dari kedua penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif.	atau Toko Slamet Mejobo.	
5.	Amir Salim ⁴⁴	Analisis Pemahaman dan Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang Pengepul Barang Bekas di Kota Palembang	Persamaan penelitian terdahulu dengan yang akan ditulis oleh peneliti yaitu: keduanya membahas tentang etika bisnis Islam.	Perbedaan yaitu dari jenis penelitian yang digunakan di penelitian terdahulu adalah kausalitas yang mana tipe penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih,	Pada hasil penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam pedagang pengepul barang bekas dapat dikategorikan baik.

⁴⁴ Amir Salim, “Analisis Pemahaman dan Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang Pengepul Barang Bekas di Kota Palembang”, Islamic Banking, Vol 4, No 1, (2018).

				dan variabel penelitiannya adalah aktivitas etika bisnis Islam pedagang pengepul barang bekas. Sedangkan dari penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah field research dan deskriptif kualitatif	
--	--	--	--	--	--

C. Kerangka Berfikir

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Didasarkan pada pemaparan landasan teori serta penelitian sebelumnya yang telah dilakukan penguraian, dengan demikian kerangka berpikir pada penelitian digambarkan dalam gambar 2.1 Dalam penelitian yang berjudul Analisis Penerapan Etika Pelayanan Konsumen Pada Toko Slamet Desa Mejobo Kecamatan Mejobo Kudus Dalam Perspektif Syariah ini, penulis menggambarkan kerangka berfikir dengan tujuan supaya pembaca bisa memahami sekilas tentang penelitian ini. Penulis memilih obyek di Toko Slamet Desa Mejobo Kecamatan Mejobo Kudus ini didasarkan oleh adanya alasan dari penerapan etika pelayanan disana, apakah masih banyak dijumpai karyawan yang tidak menerapkan etika dalam melayani konsumennya. Oleh sebab itu, perlu diterapkannya prinsip etika pelayanan yang benar agar antara pemilik minimarket, karyawan, dan konsumen bisa memahami tentang etika pelayanan bisnis yang baik dan berbasis Syariah.

