

## **IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA PENJUAL BAHAN LAUNDRY DI BANYUWANGI**

**Ribut Suprpto<sup>1</sup>, Mamlukah<sup>2</sup>, Istianah Feriawati<sup>3</sup>**

*Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Banyuwangi*

Email: ributsuprpto9@gmail.com<sup>1</sup>, mamlukah@iaida.ac.id<sup>2</sup>, istianah@gmail.com<sup>3</sup>

### **Abstract**

*This study aims to analyze comprehensively and thoroughly about the application of business ethics applied by sellers of laundry materials in Banyuwangi Regency and to determine the implementation of Islamic business ethics applied by sellers after applying the principles of Islamic business ethics. The results of this study indicate that sellers of laundry materials in Banyuwangi already know about Islamic business ethics and apply them and in carrying out their business adhere to the teachings that have been exemplified by the Prophet who trades with the attitude of sidiq, amanah, fatonah, tabligh in this case not only seeking profit but seeking the pleasure of Allah SWT. Based on the results of the research conducted, it can be concluded in this study that the seller of laundry materials in Banyuwangi Regency is they run their business using Islamic business ethics while maintaining quality and service to customer satisfaction, so that the business can run smoothly, besides that the objects in the research are the Madania Fresh laundry material store, Anggun Fresh laundry material store and Jaya Mulya laundry material store in selling laundry materials already applying Islamic business ethics and according to Islamic economic principles.*

**Keywords: Islamic Business Ethics, Laundry Material Seller**

### **Abstrak**

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara komprehensif serta tuntas tentang penerapan etika bisnis yang diterapkan oleh para penjual bahan laundry di Kabupaten Banyuwangi dan untuk mengetahui implementasi etika bisnis Islam yang diterapkan penjual setelah menerapkan prinsip etika bisnis Islam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penjual bahan laundry yang ada di Banyuwangi sudah mengetahui tentang etika bisnis Islam dan menerapkannya dan dalam menggeluti usahanya ini berpegang teguh pada ajaran yang telah di contohkan oleh Rasulullah berdagang dengan sikap sidiq, amanah, fatonah, tabligh dalam hal ini tidak hanya mencari keuntungan akan tetapi mencari keridhoan Allah SWT. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan yaitu mereka menjalankan bisnis menggunakan etika bisnis Islam serta tetap menjaga kualitas dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sehingga bisnis dapat berjalan dengan lancar, selain itu objek dalam penelitian yaitu toko bahan laundry Madania Fresh, toko bahan laundry Anggun Fresh dan toko bahan laundry Jaya Mulya dalam menjual bahan laundry sudah menerapkan etika bisnis Islam dan sesuai prinsip ekonomi Islam.*

**Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Penjual Bahan Laundry**

## A. PENDAHULUAN

Bisnis merupakan tulang punggung perekonomian suatu Negara, seiring perkembangan informasi dan teknologi yang semakin maju, perekonomian di era sekarang ini sangat jauh berbeda dengan perekonomian jaman dahulu, dengan perkembangan ini semakin banyak muncul persaingan-persaingan yang ada di masyarakat, salah satunya untuk merebutkan kekuasaan yang mereka inginkan untuk menjadi yang lebih baik, dalam hal ini semakin banyak pelaku bisnis yang melakukan laju bisnisnya dengan menerapkan metode-metode yang bernuansa syariah dalam bisnis yang digeluti, dalam berbisnis tentunya sangat perlu yang namanya etika, dimana seseorang dapat mempertahankan pelanggan, menarik minat pelanggan dan memberikan kepuasan pelanggan salah satunya dengan mengimplementasikan etika bisnis Islam dalam kegiatan usahanya, sebagaimana yang telah diajarkan oleh baginda Rasulullah SAW. Seperti halnya mereka yang secara praktek jauh lebih mahir, akan tetapi jauh lebih berbeda dengan orang-orang yang mahir dengan teori saja karena pada dasarnya dalam bisnis Islam keduanya sejatinya harus di miliki oleh jiwa-jiwa seorang pembisnis, dengan latar belakang yang berbeda maka berbeda pula cara pemikiran mereka dalam mengimplementasikan etika bisnis Islam ini.

Etika dalam istilah umum ialah ukuran perilaku yang baik, bahkan ada yang berpendapat bahwa Islam itu akhlak yang mengatur semua perilaku kita mulai dari tidur, masuk toilet, baik yang berhubungan dengan ekonomi, bisnis dan politik. Sedangkan pengertian bisnis juga mempunyai arti sebagai tulang punggung perekonomian suatu Negara dimana semua manusia berhak melakukan kegiatan ini. Aktivitas bisnis telah mengantongi izin sejak munculnya Islam, hal tersebut dinyatakan dengan adanya dalil-dalil Al-Qur'an yang menjelaskan tentang kehalalannya, salah satunya seperti tertera di dalam QS. Al-Baqarah ayat 275.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ  
 مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى  
 اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: “Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.

*Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya (Al-Baqarah ayat 275).*

Sebagai mana yang dikatakan Muhaimin (2010:31) adalah walaupun pekerjaan yang paling baik ialah berdagang, akan tetapi Rasulullah tidak begitu saja meninggalkan begitu saja dan tanpa membuat aturan, norma-norma ataupun batasan-batasan dalam dunia bisnis.

Untuk memulai dan menjalankan bisnis tentunya tidak akan pernah lepas dari yang namanya etika, karena dengan mengimplementasikan etika dalam dunia bisnis akan mengarahkan dan dapat menjadi pedoman manusia untuk mencapai kebahagiaan dunia dalam bentuk mendapatkan keuntungan materi dan kebahagiaan akhirat dengan memperoleh ridha Allah SWT. Pada dasarnya Islam menganut prinsip kebebasan terikat, yaitu kebebasan berdasarkan keadilan, berdasarkan undang-undang agama dan etika, di dalam peraturan sirkulasi atau perdagangan islami terdapat suatu aturan, etika agama dan perikemanusiaan yang menjadi landasan pokok bagi pasar yang bersih (Djakfar, 2007:16).

Akan tetapi kenyataan yang ada sekarang ini semakin banyak terjadi pergeseran etika dalam dunia berbisnis, misalnya banyak pelaku bisnis yang terlibat dalam transaksi riba, mengambil keuntungan terlalu besar dan tidak wajar, mengurangi takaran atau *gharar*, penipuan, penimbunan, hal tersebut menimbulkan menurunnya nilai kejujuran, etika, rasa peduli terhadap sesama dan tanggung jawab, sehingga terjadilah persaingan yang sehat diantara para pelaku bisnis. (Muhammad, 2019:236).

Penelitian ini sangat penting untuk dikaji untuk mengetahui etika bisnis Islam para penjual bahan laundry di Kabupaten Banyuwangi khususnya di Kelurahan Taman Baru, Desa Kebaman dan di Dusun Blokagung Desa Karangdoro. Maka berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk mengangkat judul “Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Penjual Bahan Laundry di Banyuwangi”. Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut: Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman

tentang implementasi etika bisnis Islam pada penjual bahan laundry di Kabupaten Banyuwangi.

## **B. LANDASAN TEORI**

### **1. Etika Bisnis**

Istilah etika berasal dari bahasa Yunani *ethos* yang memiliki arti adat baik, baik itu berhubungan dengan diri sendiri maupun berhubungan dengan orang lain. Dijelaskan dalam buku (*Islamic Business and Economic Ethis*) istilah etika memiliki beragam makna, salah satunya adalah prinsip tingkah laku yang mengatur individu dan kelompok. Dijelaskan bahwa etika adalah moralitas, etika merupakan penelaahan atau hasil dari penelaahan itu sendiri, sedangkan moralitas merupakan subjek. Etika merupakan ilmu yang mendalami standar moral dan standar moral masyarakat (Rivai, 2012:3).

Etika menurut terminologi merupakan studi sistematis tentang konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikan atas apa saja. Disini etika dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan disaat bersamaan juga sebagai filsufnya dalam berperilaku (Faisal Badroen, 2006:4). Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh seorang individu, dengan demikian ada persamaan antara etika dan moralitas. Moralitas berasal dari bahasa latin '*Mos*' yang dalam bentuk jamaknya '*Mores*' berarti adat istiadat atau kebiasaan. Jadi pengertian secara harfiahnya etika dan moralitas, sama-sama berarti sistem nilai tentang bagaimana manusia harus hidup baik sebagai manusia yang telah di institusionalisasikan dalam sebuah adat kebiasaan yang kemudian terwujud dalam pola perilaku yang konsisten dan berulang dalam kurun waktu yang lama sebagaimana layaknya sebuah kebiasaan, namun ada pula perbedaannya yaitu etika adalah ilmu kritis yang mempertanyakan dasar rasionalitas sistem-sistem moralitas yang ada, dengan kata lain etika bersifat teori, sedangkan moralitas adalah sistem mengenai bagaimana manusia harus hidup secara baik sebagai manusia. Moralitas lebih banyak bersifat praktis, etika merupakan tingkah laku manusia secara umum (universal) sedangkan moral bersifat lokal lebih khusus (Alma, 2014:51).

Johan Arifin (2016) berpendapat bahwa etika adalah sebuah ilmu yang bukan ajaran yang memberi kita norma tentang bagaimana kita harus hidup adalah moralitas, sedangkan etika justru melakukan refleksi kritis atau norma atau ajaran moral tertentu. Moralitas adalah petunjuk konkret yang siap pakai tentang bagaimana kita harus hidup, sedangkan etika adalah perwujudan secara kritis dan rasional ajaran moral yang siap pakai, keduanya mempunyai fungsi yang sama, yaitu memberi kita orientasi bagaimana dan kemana kita harus melangkah dalam hidup ini. Tetapi bedanya, moralitas langsung mengatakan kepada kita (Buchori Alma, 2009:10). Perbuatan tanpa melalui pertimbangan pikiran terlebih dahulu. Sedangkan akhlak adalah suatu ilmu yang menjelaskan arti baik dan buruk, menerapkan apa yang harusnya dilakukan oleh sebagian manusia kepada manusia lainnya, menyatakan apa yang harus dituju oleh manusia dalam hal perbuatan mereka dan menunjukkan jalan apa yang harus diperbuat.

Sedangkan pengertian etika secara umum merujuk pada baik buruknya perilaku manusia, etika merupakan dasar baik dan buruk yang menjadi referensi pengambilan keputusan individu sebelum melakukan serangkaian kegiatan. Etika bukan hanya larangan-larangan normatif, tetapi lebih merupakan puncak akumulasi kemampuan operasionalisasi intelegensi manusia, etika juga disebut dengan sistem filsafat atau filsafat yang mempertanyakan praktis manusia berkaitan dengan tanggung jawab dan kewajibannya. Sering kali istilah dan moral digunakan secara bergantian untuk maksud yang sama mempunyai arti yang sama, etika berasal dari bahasa latin *etos* yang berarti kebiasaan. Sedangkan bahasa arabnya akhlak bentuk jamak dari mufrodnya *khuluq* artinya budi pekerti. Keduanya bisa diartikan atau adat istiadat yang merujuk kepada perilaku manusia itu sendiri, tindakan atau sikap dianggap benar atau baik.

Kata bisnis merupakan kata serapan dari bahasa inggris yaitu "*bussines*" yang memiliki arti urusan, usaha dagang dan kesibukan (Wojowasito, 2004:20). Dalam KBBI "bisnis" diartikan sebagai usaha komersial di dunia perdagangan, bidang usaha dan usaha dagang. (Departemen pendidikan, 2009). Bisnis adalah pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan dan memberi manfaat. Bisnis adalah aktifitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengolahan barang

(Muhammad 2004:37). Dalam hal bisnis, bisnis adalah bagian dari kegiatan ekonomi yang berarti usaha, bagian dari kegiatan ekonomi, bisnis merupakan aspek penting dalam kehidupan yang pasti semua orang mengenalnya, bisnis adalah bisnis. Jadi bisnis merupakan segala bentuk kegiatan yang dilakukan dalam produksi, menyalurkan, memasarkan barang dan jasa, yang diperlukan oleh manusia, baik dengan cara berdagang maupun bentuk lain dan tidak hanya mengejar laba.

Terdapat dua pengertian pokok mengenai bisnis, *Pertama*, bisnis merupakan kegiatan, dan *Kedua* bisnis merupakan sebuah perusahaan. Para ahlipun mendefinisikan dengan cara berbeda, definisi Reymond E. Gloss dianggap memiliki cangkupan yang paling luas yaitu: (Husain umar, 2010:3). “Bisnis merupakan seluruh kegiatan yang diorganisasikan oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang perniagaan dan industri yang menyediakan barang dan jasa untuk kebutuhan mempertahankan dan memperbaiki standar serta kualitas hidup mereka”.

Bisnis adalah pertukaran barang, jasa atau uang yang paling menguntungkan dan memberikan manfaat. Bisnis adalah sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, kontruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa dan pemerintah, yang bergerak dalam bidang membuat dan memasarkan barang dan jasa kepada konsumen (Alma, 2002:04).

Sebagaimana kita ketahui bahwa bisnis adalah suatu serangkaian peristiwa yang melibatkan pelaku bisnis. Para pelaku bisnis memiliki kecenderungan untuk melakukan tabrakan kepentingan, keuntungan sebanyak mungkin, bahkan saling membunuh sehingga pelaku bisnis yang kuat kian mendominasi, sementara yang lemah terperosok disudut-sudut ruang bisnis. Sebagaimana disampaikan pada bagian sebelumnya bahwa bisnis di dalam Islam merupakan kegiatan *muamalah* yang pertama kali menanggalkan etika, kemudian disusul oleh bidang politik, dan terakhir adalah persoalan seks. Bisnis yang sehat adalah bisnis yang berlandaskan pada etika, oleh karena itu, pelaku bisnis muslim hendaknya memiliki kerangka etika bisnis yang kuat, sehingga dapat mengantarkan aktivitas bisnis yang nyaman dan berkah. Bisnis adalah suatu kata populer dalam kehidupan sehari-hari, setiap hari jutaan manusia melakukan kegiatan bisnis sebagai produsen, perantara

maupun sebagai konsumen. Kaum produsen dan orang-orang lain yang bergerak dalam kegiatan bisnis berhasil membuat keuntungan dan memperbesar nilai bisnisnya yang makin lama makin meningkat.

## **2. Etika Bisnis Islam**

Etika bisnis adalah studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Studi ini berkonsentrasi pada standar moral sebagaimana diterapkan dalam kebijakan, institusi dan perilaku bisnis. Standar etika bisnis tersebut diterapkan dalam sistem dan organisasi yang digunakan masyarakat modern untuk memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa yang diterapkan orang-orang yang ada di dalam organisasi (Rival, 2012:4).

Etika Bisnis Islam adalah seperangkat prinsip-prinsip etika yang membedakan yang baik dan yang buruk, harus benar, salah dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan seseorang untuk mengaplikasikannya atas apa saja dalam dunia bisnis (Saifullah, 2011:10).

Etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis juga bisa dikatakan sebagai seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus mempunyai komitmen dalam melakukan sebuah transaksi, berperilaku dan juga berelasi guna mencapai tujuan bisnisnya dengan selamat, dengan demikian maka sangat perlu sekali untuk memahami pentingnya kegunaan etika dalam berbisnis (Johan, 2009:22).

Etika memiliki peran penting dalam dunia bisnis ketika masyarakat memahami kegiatan bisnis tujuan utamanya memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya. Etika dalam Islam bertujuan mengajarkan manusia untuk menjalin kerjasama, tolong menolong dan menjauhkan diri dari sikap iri, dengki, dan dendam serta hal-hal yang tidak sesuai dengan syariat Islam. (Yusuf Qardhawi, 1997:5).

## **3. Penelitian Terdahulu**

Dalam Jurnal *Equilibrium*, Volume 4, Nomor 1, Juni 2016 karya Nurussabariyah dan Akib Ernawati dengan judul “Determinan Penerapan Etika Bisnis Islam di Kendari” menghasilkan sebuah penelitian yang menunjukkan bahwa mayoritas pelaku usaha Islam di kota Kendari termotivasi dengan imbalan

dari Allah dalam bentuk: Pahala akhirat: (1) Pahala akhirat (QS. Saba' 35-37, QS. An Nisa' 68); (2) Memperoleh surga (QS. Al-Baqarah: 25, QS. At-Taubah 72, QS. Ath-Thuur 17-20, QS. Al-Kahfi 30, 31, 107-108, QS. Az-Zumar 73-74); dan (3) Ketenangan di dunia (QS. Al-Fath: 4, dan QS. At-Taubah 26). Motivasi ini tentunya sangat terkait dengan faktor keimanan muslim yang telah menyandarkan kebahagiaan berdasarkan ketaatannya melaksanakan perintah Allah. Motivasi imbalan Allah yang bukan berbentuk materi ini menunjukkan keyakinan diri pelaku usaha bahwa tidak ada *trade off* antara kepentingan dunia dan akhirat. Mereka percaya bahwa melalui ketaatan pada perintah Allah, mereka akan meraih kemajuan dan kesuksesan dalam berbisnis. Pada sisi lain, terdapat pula responden yang menginginkan bahwa ketaatan yang dimiliki bisa berlaku juga bagi orang lain. Pandangan tersebut telah mendorong para pelaku usaha untuk berbisnis dalam rangka berdakwah dan atau menajak orang lain unruk menempuh jalan Allah sebagaimana Allah perintah dalam QS. Al-Imran ayat 110. Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa faktor penentu utama yang mendorong pelaku usaha menerapkan etika bisnis Islam adalah adanya pemahaman nilai-nilai agama.

Jurnal Iqtishoduna Vol. 6 No.2, Oktober 2015 karya Muhammad Farid dan Amilatuz Zahro yang berjudul "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perdagangan Sapi di Pasar Hewan Pasirian". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perdagangan sapi dipasar hewan Pasirian untuk penerapan prinsip kejujurannya masih kurang dikarenakan masih ada beberapa pedagang yang berlaku curang dan adanya pedagang yang tidak mentaati peraturan pasar, namun jumlahnya sangat minimal. Penulis menilai hal ini terjadi karena kurangnya pengetahuan mengenai etika bisnis Islam bagi para pedagang dan pemikiran mereka tentang bisnis hanyalah untuk mencari keuntungan materi semata. Penerapan akad dalam bertransaksi yang dilakukan dalam proses jual beli sapi di pasar hewan di Pasirian sudah cukup sesuai dengan ajaran Islam, yakni sudah memenuhi rukun-rukun dalam akad. Penerapan prinsip menepati janji dalam pembayaran hutang yang terjadi antara pedagang dan pembeli yang ada di pasar hewan di Pasirian sudah dilakukan dengan baik.

Skripsi Taufik Ginanjar Hidayat, Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negri Walisongo Semarang 2016 yang berjudul “Implementasi Etika Bisnis Islam Pedagang Sayur di Pasar Tradisional Mranggen”. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Etika bisnis Islam relevan diterapkan pada setiap pedagang, khususnya para pedagang sayur di pasar Mranggen Demak, berdampak positif bukan hanya sebatas keuntungan bagi pedagang sayur saja, melainkan kepada konsumen yang menyangkut ekspresi perasaan yang tercermin, maka dapat dilihat bahwa penerapan etika bisnis dalam Islam yang ditekankan pada etika jual-beli sayur dalam transaksi jual beli di pasar Mranggen sudah berjalan cukup baik tanpa disengaja oleh para pedagang sayur meliputi: Jujur, adil, ramah, tanggung jawab, semangat, gigih, sabar, murah hati dan terutama tidak melupakan akhirat. Nilai-nilai inilah yang diajarkan kepada seorang pebisnis yaitu Rasulullah SAW. yang menjadi kunci sukses seorang muslim dalam menjalankan sebuah usaha.

Dari ketiga penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa etika bisnis sangat berpengaruh khususnya dalam hal jual beli, karena etika bisnis Islam menganjurkan untuk jujur, adil, tanggung jawab, semangat, gigih, sabar dan sifat pelayanan yang ramah kepada konsumen, dengan demikian terdapat pokok permasalahan yang berbeda antara penelitian yang telah penulis kemukakan di atas dengan persoalan yang akan penulis teliti khususnya Implementasi-Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Penjual Bahan Laundry di Kabupaten Banyuwangi.

### **C. Metode Penelitian**

#### **1. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan teknik analisis kualitatif deskriptif yaitu studi deskriptif untuk mengkaji data secara mendalam, di mana data yang telah dikumpulkan kemudian dijabarkan dan dinyatakan dalam kalimat-kalimat yang dapat dipahami. Sehingga yang dimaksud dengan penelitian kualitatif deskriptif adalah sebuah pendekatan terhadap suatu perilaku, fenomena, peristiwa, masalah atau keadaan tertentu yang menjadi objek penyelidikan yang hasil temuannya berupa uraian-uraian kalimat bermakna yang menjelaskan pemahaman tertentu.

## **2. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Dalam pelaksanaan penelitian ini kami melaksanakan studi observasi yang dilaksanakan di beberapa wilayah di Kabupaten Banyuwangi. Sehingga penulis sudah cukup mengetahui seluk beluk tempat penelitian tersebut, selain itu lokasi yang mudah dijangkau dapat memudahkan penulis, sedangkan waktu penelitian dilakukan pada bulan Juni 2020-Juli 2020.

## **3. Data dan Sumber Data**

Penelitian ini bersumber dari lapangan di mana peneliti terjun langsung meneliti ditempat lokasi melalui proses wawancara, dalam penelitian tersebut bersumber dari data:

### **a. Data Primer**

Sumber data primer adalah sumber data yang dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumbernya, yaitu peneliti melakukan penelitian pada obyek yang berdasarkan pengamatan dan wawancara secara langsung yang terkait dengan implementasi etika bisnis Islam pada penjual bahan laundry di Kabupaten Banyuwangi

### **b. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan peneliti dari semua sumber yang ada dan dapat dipercaya dan dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah. Usaha agar mendapatkan data sekunder ini dapat dikaitkan dengan data pendukung yang peneliti peroleh dengan cara dokumentasi atau juga dari sumber-sumber yang sudah terpercaya dari tempat penjual bahan laundry di Kabupaten Banyuwangi.

## **4. Prosedur Pengumpulan Data**

### **a. Metode Observasi**

Observasi dilakukan dengan cara peneliti datang kelokasi langsung yaitu pada penjual bahan laundry di Banyuwangi. Penulis akan mencatat jika ada hal-hal yang penting yang perlu untuk dicatat. Observasi ini peneliti menggunakan observasi partisipatif, yakni dalam pengamatan peneliti melibatkan diri secara aktif dengan subyek yang diteliti, sehingga dapat memperoleh informasi secara mendalam tentang Implementasi etika bisnis Islam pada penjual bahan laundry di Banyuwangi.

b. Metode Wawancara (*Interview*)

Metode wawancara adalah metode pengumpulan data melalui proses dialog kepada informan, metode wawancara ini adalah bertanya secara lisan kepada informan untuk mendapatkan jawaban atas keterangan. Wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara semi terstruktur, dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan terstruktur. Tujuan dari jenis ini adalah untuk memperoleh data dan menemukan permasalahan lebih terbuka dari subyek penelitian mengenai Implementasi etika bisnis Islam pada penjual bahan laundry di Banyuwangi.

c. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengumpulkan berbagai dokumen yang berkaitan dengan masalah penelitian. Metode ini dilakukan untuk mengetahui data-data baik berupa catatan, gambar atau dokumen elektronik. Dokumen tersebut akan dihimpun atau dipilih sesuai dengan tujuan dan fokus masalah, baik berupa meneliti, mengamati data atau juga dokumen-dokumen yang sudah ada di tempat penjual ulang parfum laundry di Kabupaten Banyuwangi.

## **5. Alat Analisis Data**

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah difahami, dan semuanya dapat diinformasikan kepada orang lain. Miles dan Hubberman mengemukakan beberapa langkah yang dilakukan dalam menganalisis data antara lain (Loex J Moeleng, 2002:103-104):

a. Reduksi data

Reduksi data yang berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting dari data yang diperoleh di lapangan. Setelah direduksi data yang ditampilkan akan lebih jelas dan lebih mudah data yang dikumpulkan. Jika ada data yang ditemukan adalah data asing, dan tidak dikenal atau tidak berpol, maka akan dipastikan data tersebut akan menjadi pusat perhatian.

b. Display Data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Jadi penyajian data (*display*) berfungsi untuk meningkatkan pemahaman kasus yang di dapatkan dalam penelitian sebagai pedoman untuk melakukan suatu tindakan dan data ditampilkan dalam bentuk paparan atau uraian yang mudah di pahami.

c. Verifikasi

Langkah ketiga dalam langkah analisis data kualitatif menurut Miles dan Hubberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. (Sugiyono, 2016:337-345)

**D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Di dalam pelaksanaan etika bisnis Islam hendaknya harus mengetahui kunci sukses dalam berbisnis yaitu teletak pada etika yang diterapkan dalam bisnis tersebut. Dalam mengelola bisnisnya, Rasulullah SAW memegang teguh 4 faktor yang merupakan sifat-sifat beliau sehingga membawa keberkahan dalam berbisnis sehingga mendapatkan keuntungan dunia dan keuntungan di akhirat. Muhammad Ali (2013: 44).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penjual bahan laundry yang ada di Banyuwangi sudah mengetahui tentang etika bisnis Islam dan menerapkannya. Dalam menggeluti usahanya ini berpegang teguh pada ajaran yang telah di contohkan oleh Rasulullah berdagang dengan sikap *sidiq, amanah, fatonah, tabligh* dalam hal ini tidak hanya mencari keuntungan akan tetapi mencari keridhoan Allah SWT.

Sifat-sifat tersebut dapat menjadi panutan untuk kita semua khususnya para pedagang (penjual) agar dalam kegiatan perdagangan yang digeluti tidak

menyimpang dari etika bisnis Islam dan aturan-aturan agama Islam. Sifat-sifat ini pula yang diterapkan para penjual bahan laundry di Kabupaten Banyuwangi khususnya penjual bahan laundry Madania Fress yang berada di Kelurahan Taman Baru Banyuwangi, penjual bahan laundry Anggun Fress yang berada di Desa Kebaman Kecamatan Srono, penjual bahan laundry Jaya Mulya yang berada di Dusun Blokagung Desa Karangdoro. Berikut beberapa sifat-sifat Rasulullah yang dapat dijadikan panutan dalam pelaksanaan penerapan etika bisnis Islam pada penjual bahan laundry di Kabupaten Banyuwangi :

### 1. *Sidiq*

Sifat *sidiq* (benar, jujur) harus menjadi tujuan hidup setiap muslim karena di dalamnya menjalankan bisnis harus memperhatikan beberapa prinsip etika dalam Islam antara lain:

#### a. Jujur dalam Berdagang

Dalam hal ini kejujuran merupakan kunci mencapai derajat yang lebih tinggi, baik secara materi maupun disisi Tuhan Yang Maha Esa. Bukan hanya itu saja kejujuran merupakan tonggak utama untuk menjalankan sebuah usaha agar supaya para konsumen tetap terjaga dan tidak merasa enggan untuk kembali. Menurut Yulianto pemilik toko bahan laundry Madania Fress, kejujuran yang dimaksud dalam menekuni usaha bisnis ini ialah jujur dalam takaran atau jumlah barang yang dibeli, barang yang menggunakan takaran atau timbangan seperti bibit parfum laundry yang akan dijual sesuai permintaan pembeli tanpa mengurangi takaran. Jumlah yang diinginkan pembeli pun tidak dikurangi untuk mendapatkan keuntungan yang lebih, bahkan penjual akan memberikan bonus tambahan secara cuma-cuma dengan menambah jumlah barang atau memberi diskon jika kepada pelanggan tetapnya karena beliau berdagang bukan semata-mata hanya mencari keuntungan akan tetapi juga mencari ridho dari Allah SWT. (Wawancara, Yulianto: Juli 2020)

#### b. Tidak Melipat Gandakan Harga

Seperti yang disampaikan oleh Fifat Irmawati dalam arti penjualan harus bersikap toleran terhadap kepentingan pembeli, terlepas apakah ia sebagai konsumen tetap maupun bebas dan sikap toleran itu mendatangkan rahmat

dari Allah SWT. Karna dalam kegiatan jual beli ini beliau tidak pernah melipatgandakan harga agar mendapat keuntungan yang lebih banyak, harga-harga barang yang dijual sesuai dengan harga yang sebenarnya yang sesuai harga wajar pada saat itu seperti yang disampaikan beliau selaku pemilik bahan laundry Jaya Mulya. Harga merupakan jumlah dari biaya ditambah dengan keuntungan, harga-harga yang saya ambil sudah sangat sesuai dengan harga sewajarnya di pasaran, dengan melipatgandakan harga yang lebih tinggi tidak akan membuat dirinya merasa puas karena harga yang begitu tinggi dan akhirnya pelanggan enggan untuk kembali dan membeli di toko tersebut (Wawancara, Fifit Irmawati: Juli 2020).

## 2. *Amanah*

Sikap bertanggungjawab dan dapat dipercaya merupakan teknik yang harus dilaksanakan oleh pedagang muslim seperti manakala menepati amanah yang telah dipikulnya. Sifat ini akan membentuk kredibilitas yang tinggi akan melahirkan masyarakat yang kuat, karena dilandasi oleh saling percaya dan antar anggotanya, sifat amanah memerankan peran yang sangat penting dalam dunia ekonomi dan bisnis, karena tanpa kredibilitas dan tanggungjawab kehidupan ekonomi dan bisnis akan hancur seperti:

### a. Memberikan Pelayanan yang Optimal

Seperti yang disampaikan oleh Elva Nurhasanah penjual bahan laundry di Desa Kebaman Srono beliau memaparkan hal terpenting yang harus diutamakan adalah pelayanan yang terbaik kepada pelanggan, artinya bahwa pembeli adalah raja yang harus di prioritaskan apa yang menjadi keinginan sesuai kebutuhan mereka, dengan cara memberikan pelayanan yang tepat dan cepat, murah senyum dan pelayanan ramah. Seperti yang telah diajarkan oleh Rasulullah bahwa kita para pelaku bisnis untuk bermurah hati dalam bertransaksi, murah senyum dan ramah tamah. Sebagaimana hadis yang diriwayatkan oleh Imam Bukhori dan Ibnu Majah yang artinya: *“Dari Jabir bin Abdullah bahwa Rasulullah SAW. bersabda: “semoga allah merahmati seseorang hamba yang bertoleran bila menjual, toleran bila membeli dan toleran bila menagih”* (HR. Bukhari dan Ibnu Majah).

Adapun bentuk pelayanan yang diberikan semua yaitu dilakukan untuk menarik minat konsumen dan membuat konsumen merasa nyaman, senang ketika melakukan pembelian. Di samping itu memberikan pelayanan yang optimal dapat membuat konsumen loyal dan akhirnya akan melakukan pembelian kembali di toko tersebut. Prinsip imbal balik adalah ketika merasakan pelayanan dengan baik dan ramah maka imbal baliknya kepada kita, mereka akan memberikan imbalan yang baik pula sesuai dengan apa yang kita berikan.

Memberikan pelayanan yang baik tergantung pada niat baik pribadi masing-masing orang, jika pengetahuan agamanya baik tetapi tidak ada niat baik dari dirinya untuk menjadi orang yang lebih baik maka ilmu agamanya yang dia miliki ada gunanya. Seorang muslim akan bertindak sangat berhati-hati untuk tidak membuat orang lain terganggu. Perilaku seorang muslim dalam bisnis sangat diperlukan sebagai investasi yang menguntungkan dan menjamin kehidupannya di dunia di akhirat. Panduan bagi perilaku seseorang adalah Al-Qur'an dan menyelaraskan perilakunya dengan perilaku Rasulullah SAW. (Wawancara, Elva Nurhasanah, Juli 2020).

b. Menepati janji

Menepati janji dalam hal apapun merupakan salah satu moral keimanan, jadi pelaku bisnis harus memiliki komitmen yang kuat dalam hal pemenuhan janji. Hal tersebut dikarenakan Allah SWT. memerintahkan kepada orang muslim untuk menepati janji dan Allah SWT. telah menyebutkan orang mukmin yang beruntung adalah orang yang dapat menepati janji-janjinya.

Seperti halnya yang di sampaikan oleh Fifit Irmawati dalam menjalankan usaha ini adalah hutang yang harus di tepati, jadi sebisa mungkin saya akan menepati janji yang telah saya buat dengan pelanggan yang telah menjadi pelanggan saya yaitu selain menerima pesanan dalam jumlah banyak juga menerima jasa pengantaran barang baik dalam jarak dekat maupun jarak jauh dengan tidak dipungut biaya apapun sesuai kesepakatan yang sudah di sepakati sebelumnya (Wawancara, Fifit Irmawati, 2019).

### 3. *Tabligh*

*Tabligh* artinya menyampaikan atau komunikasi, komunikasi yang digunakan oleh pelaku bisnis yaitu dengan tutur kata yang sopan, bijaksana dan tepat sasaran kepada pelanggannya maupun mitra bisnisnya.

#### a. Komunikasi Jual Beli

Dari hasil wawancara peneliti dapat menyimpulkan bahwa dalam berkomunikasi dengan konsumen maupun para pedagang bahan laundry yang berada di Kabupaten Banyuwangi khususnya Kelurahan Taman Baru, Desa Kebaman Kecamatan Srono dan di Dusun Blokagung, sudah menggunakan bahasa yang sopan, santun dan halus serta mengedepankan keharmonisan agar pembeli merasa nyaman.

#### b. Menjalani Hubungan Baik antar Penjual

Para penjual bahan laundry yang ada di Kabupaten Banyuwangi ini selalu menjaga hubungan baik dengan para penjual lainya seperti yang disampaikan oleh Yulianto selaku pemilik bahan laundry Madania Fress Banyuwangi, beliau selalu mengatakan beraneka ragam cara mereka gunakan mulai dari mengajak berkounikasi, konsultasi satu sama lain agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam persaingan atau pedagang yang satu dengan pedagang yang lainya agar selalu akur karna satu tujuan yaitu niat mencari rizki untuk membantu ekonomi keluarga.

Keyakinan bahwa rezeki dari Allah SWT. tidak akan pernah tertukar membuat mereka menerima baik adanya penjual atau pedagang lain. Keyakinan mereka akan kekuasaan Allah SWT. tidak membuat mereka bermusuhan antar pedagang satu dengan pedagang lainya dalam mencari rezeki. Mereka yakin bahwa rezeki yang mereka dapatkan sudah diatur oleh Tuhan Yang Maha Kuasa tanpa harus merugikan pedagang lain. Semua informan setuju dengan rezeki yang mereka dapatkan tidak akan pernah tertukar.

Berbicara bisnis faktor utama yang dicari selain berkah adalah keuntungan, dalam hal ini keuntungan tidak hanya uang tetapi juga pelanggan yang tetap berpihak kepada kita meskipun ada kalanya harga dinaikkan. Tabel dibawah ini merupakan rincian perbedaan harga dari

masing-masing toko. Yang mana setiap toko memiliki selisih harga yang tidak terlalu jauh namun dapat mempengaruhi minat beli konsumen.

**Tabel 1. Daftar Perbandingan Harga pada Penjual Bahan Laundry di Banyuwangi**

| NO | Nama Barang      | Nama Toko     |              |            |
|----|------------------|---------------|--------------|------------|
|    |                  | Madania Fresh | Anggun Fresh | Jaya Mulya |
| 1  | Parfum Snapy     | 10.000        | 13.000       | 16.000     |
| 2  | Parfum Akasia    | 10.000        | 13.000       | 16.000     |
| 3  | Parfum Sakura    | 10.000        | 13.000       | 16.000     |
| 4  | Parfum Cantal    | 10.000        | 13.000       | 16.000     |
| 5  | Parfum Bbg       | 10.000        | 13.000       | 16.000     |
| 6  | Parfum Flower    | 12.000        | 15.000       | 18.000     |
| 7  | Plastik 30x50    | 14.000        | 17.000       | 19.000     |
| 8  | Plastik 35x50    | 18.000        | 22.000       | 24.000     |
| 9  | Plastik 40x 50   | 22.000        | 24.000       | 27.000     |
| 10 | Plastik 45x 50   | 30.000        | 32.000       | 35.000     |
| 11 | Plastik 50x50    | 35.000        | 38.000       | 40.000     |
| 12 | Plastik Badcover | 55.000        | 57.000       | 60.000     |
| 13 | Deterjen         | 38.000        | 40.000       | 45.000     |
| 14 | Silicon          | 125.000       | 135.000      | 145.000    |
| 15 | Top Pin          | 20.000        | 22.000       | 25.000     |

Sumber: Data Lapangan. 2020

Dari hasil perbandingan tersebut bahwa penjualan dan pembelian pada masing-masing toko bahan laundry tersebut yaitu: toko bahan laundry Madania Fresh menjual barang dengan tidak mengambil keuntungan terlalu banyak akan tetapi kualitas dan pelayanan tetap baik, sedangkan toko bahan laundry Anggun Fresh juga menjual bahan laundry dengan harga yang tidak terlalu mahal akan tetapi selalu mengutamakan kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan sehingga kepercayaan pelanggan untuk tetap bermitra tetap terjaga, dan toko bahan laundry Jaya Mulya meskipun menjual dengan harga yang sedikit berbeda dengan toko yang lain toko tersebut tetap banyak diminati oleh pengusaha jasa laundry, mitra yang menjual ulang maupun konsumen yang membeli untuk kebutuhan pribadi tetap berlangganan karena toko Jaya Mulya dalam segi kualitas dan pelayanan terhadap konsumen tetap di nomor satukan sehingga konsumen tidak berpindah ke agen lain.

## **E. KESIMPULAN**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti, maka dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan yaitu pada penjual bahan laundry di Kabupaten

Banyuwangi adalah telah diterapkan dalam kegiatan bisnisnya dan mereka menjalankan bisnis menggunakan etika bisnis Islam serta tetap menjaga kualitas dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sehingga perkembangan bisnis dapat berjalan dengan baik. Toko bahan laundry Madania Fresh, toko bahan laundry Anggun Fresh dan toko bahan laundry Jaya Mulya dalam menjual bahan laundry sudah menerapkan etika bisnis Islam dan sesuai prinsip ekonomi Islam

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Buchari Alma. 2012. *Pengantar Bisnis*. Bandung: Alfa Beta.
- Muhammad Arief Mufriani. 2011. *Etika Bisnis Islam*. Depok: Gramata Publishing.
- M. Dawam Rahardjo. 2010. *Etika Ekonomi dan Manajemen*. Yogyakarta: PT. Tiara Wacana.
- Muhammad Ismail. 2012. *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Muhammad. 2012. *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*. Yogyakarta: Salemba Empat.
- Muhammad Amin. 2008. *Menggali Akar Mengurai Serat Ekonomi & Keuangan Islam*. Jakarta: Kholam Publishing.
- Muhammad Dkk. 2005. *Etika & Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: BPF.
- Harahap Sofyan S. 2011. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Salemba Empat.
- Djakfar Muhammad. 2007. *Agama, Etika dan ekonomi*, Malang: UIN-Malang Press Cet. Ke 1.
- Taufiq Ginanjar Hidayat. 2016. *Analisis Penerapan Bisnis Berbasis Syari'ah pada Wirausaha Muslim di Perumahan Kali Wungu Indah*. Junal. Kendal.
- Emma Mardiah. 2015. *Implementasi Etika Bisnis Islam Pedagang Sayur di Pasar Tradisional Meranggen*. Jurnal.
- Sugiono. 2013. *Penelitian Kualitatif Kuantitatif R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Qordowi Yusuf. 2007. *Norma, Etika dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani press.